



INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE, CULTURA E HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

LOS *OUTSIDERS* DE IPANEMA:

**Una historia, dos generaciones, tres trayectorias de vidas negras en la moda
brasileña (1941 - 2021)**

Julimar del Carmen Mora Silva

Foz do Iguaçu

2021



INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE, CULTURA E HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

LOS *OUTSIDERS* DE IPANEMA:

**Una historia, dos generaciones, tres trayectorias de vidas negras en la moda
brasileña (1941 - 2021)**

Julimar del Carmen Mora Silva

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
História da Universidade Federal da Integração Latino-
Americana para obtenção do título de Mestre em História.

Orientadora: Profa. Dra. Rosangela de Jesus Silva

Foz do Iguaçu

2021

JULIMAR DEL CARMEN MORA SILVA

LOS *OUTSIDERS* DE IPANEMA:

**Una historia, dos generaciones, tres trayectorias de vidas negras en la moda
brasileña (1941 - 2021)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
História da Universidade Federal da Integração Latino-
Americana para obtenção do título de Mestre em História.

Orientadora: Profa. Dra. Rosangela de Jesus Silva

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Profa. Dra. Rosangela de Jesus Silva (UNILA)

Profa. Dra. Maria Claudia Bonadio (UFJF)

Prof. Dr. Jean Bosco Kakozi (COLMEX)

Dra. Patricia Sant'Anna (FASM)

Catálogo elaborado pelo Setor de Tratamento da Informação
Catálogo de Publicação na Fonte. UNILA - BIBLIOTECA LATINO-AMERICANA - PTI

S586o

Silva, Julimar Del Carmen Mora.

Los outsiders de Ipanema: una historia, dos generaciones, tres trayectorias de vidas negras en la moda brasileña (1941 - 2021) / Julimar Del Carmen Mora Silva. - Foz do Iguaçu, 2021.

183 fls.: il.

Universidade Federal da Integração Latino-Americana, INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE, CULTURA E HISTÓRIA, PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA.

Orientador: Rosangela de Jesus Silva.

1. Moda - Negros. 2. Estilistas (Moda). 3. Criatividade. I. Silva, Rosangela de Jesus. II. Título.

CDU 391(=013)(81)

“Quando nós rejeitamos uma única história, quando percebemos que nunca há apenas uma história sobre nenhum lugar, nós reconquistamos um tipo de paraíso”

O perigo de uma história única

Chimamanda Adichie (2014)

Dedico este trabajo a Fidel Rodríguez Velásquez, el amor de mi vida, mejor amigo y compañero de aventuras, también un crítico acucioso con quien discutí muchas de las ideas presentadas en este trabajo.

A Vilma Silva y Fermín Mora, mis padres, pilares de mi vida a quienes debo todos mis éxitos.

A Victoria, Deyanira y Verónica, la familia que me ha apoyado y acompañado incondicionalmente en este camino.

A la profesora Rosangela de Jesus Silva quien me ha orientado de la mejor forma posible en este trayecto, una amiga a quien siempre agradeceré el aprendizaje adquirido, su apoyo y cariño incondicional.

A la UNILA por abrirme sus puertas y ser el mejor lugar del mundo al que un extranjero puede llegar. Al PPGHIS- UNILA por inaugurar este espacio de aprendizaje mutuo, fraternidad y reciprocidad.

A Fernanda e Italo por brindarme su confianza y abrirme las puertas al colectivo.

También, a la *Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior* (CAPES) por permitirme los recursos necesarios para realizar esta investigación.

ÍNDICE

INTRODUCCION	16
Vidas negras y trayectorias de <i>outsiders</i> en la moda brasileña	16
Trayectorias enredadas / interseccionalidad / estrategia multi-técnica / fuentes mixtas	19
Perspectivas teórico-metodológicas y estructura del trabajo.....	25
1. Fragmentos de experiencias ¿cómo la trayectoria de una diseñadora afrobrasileña cuestiona tres cánones historiográficos?	28
1.1 La historiografía de la moda blanca vs. una camisa que profesa: <i>África berço da Humanidade</i>	29
1.2 Las tesis historiográficas sobre la inventiva y creación vs. la experiencia de una diseñadora afrobrasileña en Senegal	39
1.3 El afropesimismo teórico-historiográfico vs. el afrofuturismo en la óptica de dos diseñadores negros en Rio de Janeiro	43
2. Del trabajo invisible a la visibilidad de la esfera pública: Luiz de Freitas y su tránsito hacia el oficio de la creación de moda	50
2.1 De una villa obrera en Magé a los bulevares comerciales de la zona sur de Río de Janeiro (1941-1980).....	52
2.1.1 El trabajo anónimo y las desventuras de un costurero desconocido en la zona sur ...	59
2.1.2 Luiz de Freitas y la campaña por el reconocimiento público de su trabajo creativo..	68
2.2. <i>Mr. Wonderful</i> y la subversión de la masculinidad: un paseo por los años dorados de Luiz de Freitas	77
2.3 “De Ipanema para el mundo”, el empeño de Freitas por la internacionalización	89
2.4 De vuelta a Magé: Luiz de Freitas y el ocaso de su carrera a partir de la década del noventa	99

3. Italo William y Fernanda Gonçalves: dos trayectorias diferentes, singularmente conectadas	104
3.1 Antecedentes bahianos, microracismos y talentos creativos en contextos familiares	105
3.2 Ropas que cuentan historias: prendas multiuso y <i>genderless</i> como representaciones de experiencias determinantes en la vida de Italo y Fernanda	117
3.3 Samba, teatro, <i>malandragem</i> en <i>Neri Modas</i>	124
3.4 <i>O Verbo etc., e tal</i> , fusión creativa entre Antiguo Egipto y Cultura Afrobrasileña	127
3.5 El cuerpo negro, la moda afrobrasileña y la ciudad: una triada tensionada	130
CONSIDERACIONES FINALES	142
REFERENCIAS	146
ANEXOS	162

LISTA DE IMAGENES

IMAGEN 1. Conexiones: Luiz de Freitas, Fernanda Gonçalves e Italo William.....	21
IMAGEN 2. <i>África berço da Humanidade</i>	31
IMAGEN 3. Ipanema Harbor (2019).....	33
IMAGEN 4. Fernanda en Senegal (2020).....	40
IMAGEN 5. Fernanda y <i>Mr. Wonderful</i> (1985).....	44
IMAGEN 6. Futuro (1989).....	45
IMAGEN 7. Abuelos de Luiz, Maria y Belmiro.....	53
IMAGEN 8. Luiz de Freitas a los 5 años.....	53
IMAGEN 9. Luiz, Belmiro y su hermana Lurdes.....	53
IMAGEN 10. Fábrica Textil Iglesia Sant´Ana Villa Obrera Escuela Primaria de Pau Grande (1921).....	56
IMAGEN 11. Carta abierta de Luiz de Freitas a su clientela (1977).....	70
IMAGEN 12. Moda FENIT – <i>Vinte Anos</i> (1978).....	73
IMAGEN 13. Grupo Moda Rio de Janeiro (1979).....	76
IMAGEN 14. “Evita” toma las pasarelas cariocas.....	78
IMAGEN 15. En una de futuro (1973).....	80
IMAGEN 16. <i>A vez de o homem ser um pouco feminino</i>	81
IMAGEN 17. Fernando Gabeira en <i>Sunga</i> en los ochenta – Ipanema.....	85
IMAGEN 18. <i>O que é isso, excelência</i> , caricatura sátira dedicada a Fernando Gabeira usando las ropas de <i>Mr. Wonderful</i>	86

IMAGEN 19. Desfile para el Presidente ver.....	88
IMAGEN 20. Tienda de <i>Mr. Wonderful</i> en la Av. Paris, Lisboa (1987).....	91
IMAGEN 21. Luiz de Freitas y el periodista Antonio Jorge el día de la inauguración de la tienda <i>Mr. Wonderful</i> en Ámsterdam, Holanda (1989).....	91
IMAGEN 22. Mentalidad del primer mundo (1991).....	92
IMAGEN 23. Mi sueño dorado: industrializar el delirio en la moda brasileña (1986).....	93
IMAGEN 24. <i>Coroa da alma universal</i> (1994).....	98
IMAGEN 25. <i>Welcome Back Mr. Wonderful</i> (2007).....	102
IMAGEN 26. Luciana “Nanoca” hermana de Fernanda a la izquierda y Fernanda a la derecha (1966).....	108
IMAGEN 27. Costureira reclama direitos na DRT (1983).....	109
IMAGEN 28. “Jackson Senhorinho” – Segundo Mestre-sala da Escola Vila Isabel no Sambódromo de Sapucaí em 2016.....	112
IMAGEN 29. Alaidé Neri y su Juki 1017.....	113
IMAGEN 30. Bate-Bola (1999).....	113
IMAGEN 31. Italo en el desfile de Académicos de Salgueiro en 2017.....	113
IMAGEN 32. Caixinha das memorias da Augusta.....	116
IMAGEN 33. “Cabelo alisado” (1974).....	116
IMAGEN 34. Fernanda y <i>Mr. Wonderful</i> (1985).....	118
IMAGEN 35. <i>O verbo etc., e tal</i> (2019).....	118
IMAGEN 36. Diseño africano en la biblioteca personal de Fernanda.....	121

IMAGENES 37 y 38. Conjuntos de “camisa para churrasco” y “calça jogger” de Neri Modas (2020).....	123
IMAGEN 39. Fernanda y un cuadro de Rubem Valentim.....	130
IMAGEN 40. “Ank” y estampados geométricos inspirados en Rubem Valentim.....	130
IMAGEN 41. Colectivos de Moda afrobrasileña en Rio de Janeiro.....	134
IMAGENES 42 y 43. Afrofuturismo en Neri Modas (2020).....	137

LISTA DE TABLAS Y ANEXOS

TABLA 1. Ficha técnica de las entrevistas publicadas sobre Luiz de Freitas.....	24
ANEXO 1. Lista de artículos citados del <i>Jornal do Brasil</i> que ofrecen información sobre la trayectoria de Luiz de Freitas (disponibles en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Brasil).....	162
ANEXO 2. Lista de artículos no citados del <i>Jornal do Brasil</i> que ofrecen información sobre la trayectoria de Luiz de Freitas (disponibles en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Brasil)...	163
ANEXO 3. Entrevistas simplificadas a Fernanda e Italo.....	166

RESUMO

Neste trabalho centramo-nos no estudo de três trajetórias de vidas negras no campo da moda brasileira (1941-2021). Com elas procuramos revelar os itinerários pessoais, políticos e profissionais realizados pelos estilistas Luiz de Freitas (1941), Fernanda Gonçalves (1965) e Italo William (1983), que promoveram as suas carreiras em dois momentos da história brasileira: entre os anos 70 e 90, no caso de Luiz de Freitas, e na segunda década do século XXI, no caso dos dois últimos. As suas vidas permitem-nos refletir sobre as dificuldades e estratégias desenvolvidas pelos agentes criativos negros para abrirem campo num espaço que tradicionalmente tem sido considerado próprio das “elites brancas”. A minha intenção nesta pesquisa não é apenas apresentar as trajetórias destas personagens, mas apreciar nelas as sincronias e contrastes, bem como as rupturas e continuidades com processos mais gerais tais como o desenvolvimento da indústria têxtil no mundo atlântico; a formação de um mercado de consumo em torno da oferta criativa na moda; a circulação de pessoas; e as dificuldades de exercer a profissão criativa face à ascensão/queda das ditaduras militantes e as disputas políticas que têm agitado a dinâmica democrática brasileira nos últimos anos. A fim de cumprir este objetivo, considereei uma variedade de fontes que vão desde artigos de imprensa até entrevistas e arquivos fotográficos pessoais. Esta diversificação permitiu-me alargar o leque de possibilidades em relação às questões de investigação que poderiam ser colocadas às trajetórias de vida consideradas. Privilegiei o diálogo entre Antropologia e História, a fim de assumir as preocupações e pretensões da Nova História Social como nossas: resgatar a centralidade das trajetórias e experiências de vida concretas e, com ela, a relação tensa —e dialógica— entre as dimensões micro e macrosocial. Isto foi possível através de uma pesquisa intensiva das pistas discretas fornecidas pelas fontes impressas e do carácter explícito da informação textual. O mesmo aconteceu com as pistas implícitas e explícitas localizadas nas entrevistas. Em particular, me interessei pelas informações que fornecessem elementos importantes para a análise da interseccionalidade entre as desigualdades de raça, género e classe, e as estratégias seguidas pelos agentes criativos negros a fim de impulsionar as suas próprias agendas políticas em contextos convulsivos.

Palavras-chave: Moda; *Outsiders*; Agentes Criativos Negros; Brasil.

RESUMEN

En el presente trabajo nos centramos en el estudio de tres trayectorias de vidas negras en el campo de la moda brasileña (1941-2021). Con ellas buscamos develar los itinerarios personales, políticos y profesionales llevados adelante por los diseñadores de moda Luiz de Freitas (1941), Fernanda Gonçalves (1965) e Italo William (1983), quienes impulsaron sus carreras en dos momentos de la historia brasileña: entre las décadas del setenta y noventa, en el caso de Luiz de Freitas, y en la segunda década del siglo XXI en el caso de los dos últimos. Sus vidas nos permiten reflexionar sobre las dificultades y las estrategias que desarrollaron los agentes creativos negros para abrirse espacio en un campo que tradicionalmente ha sido considerado un oficio de las “elites blancas”. Mi intención en este trabajo no es solo presentar las trayectorias de estos personajes, sino apreciar en ellas las sincronías y contrastes, así como las rupturas y continuidades con procesos más generales como el desarrollo de la industria textil en el mundo atlántico; la formación de un mercado de consumo en torno a la oferta creativa en la moda; las circulación de personas; y las dificultades de ejercer el oficio creativo ante el ascenso/caída de las dictaduras militares y las disputas políticas que han tambaleado la dinámica democrática brasileña en los años recientes. Para cumplir con este objetivo, consideré una variedad de fuentes que fueron desde artículos de prensa, pasando por entrevistas, hasta llegar a los acervos fotográficos personales. Esta diversificación permitió ampliar el abanico de posibilidades con relación a las preguntas de investigación que pudieron hacerse a las trayectorias de vida consideradas. Privilegié el diálogo entre Antropología e Historia, con el fin de asumir como propias las preocupaciones y pretensiones de la Nueva Historia Social: rescatar la centralidad de las trayectorias y experiencias de vida concretas y, con ello, la relación tensa —y dialógica— entre las dimensiones micro y macrosocial. Esto fue posible por medio de una búsqueda intensiva de las pistas poco visibles que proporcionaron las fuentes impresas y el carácter explícito de la información textual. Lo mismo con las pistas implícitas y explícitas localizadas en las entrevistas. Particularmente, me interesé por la información que aportase elementos importantes para el análisis de la interseccionalidad entre las desigualdades de raza, género y clase social, y las estrategias llevadas adelante por los agentes creativos negros con el fin de impulsar agendas políticas propias en contextos convulsos.

Palabras clave: Moda; *Outsiders*; Agentes Creativos Negros; Brasil.

ABSTRACT

In this work, we focus on the study of three trajectories of black lives in the Brazilian fashion field (1941-2021). We seek to unveil the personal, political, and professional itineraries of fashion designers Luiz de Freitas (1941), Fernanda Gonçalves (1965), and Italo William (1983), who launched their careers in two moments of Brazilian history: between the 1970s and 1990s, in the case of Luiz de Freitas, and in the second decade of the 21st century in the case of Fernanda and Italo. The lives of these people allow us to reflect on the difficulties and strategies that black creative agents developed to make space for themselves in a field that has traditionally been considered a trade of the “white elites”. My intention is not only to present the trajectories of these people but also to appreciate the synchronicities and contrasts, as well as the ruptures and continuities of their experiences with more general processes such as the development of the textile industry in the Atlantic World; the formation of a consumer market around the creative supply in fashion; the circulation of people; and the difficulties of exercising the creative profession in the face of the rise/fall of military dictatorships and the political disputes that have shaken the Brazilian democratic dynamic in recent years. With this objective in mind, I considered a variety of sources, ranging from press articles to interviews to personal photographic archives. This diversification allowed me to broaden the range of possibilities in relation to the research questions that could be asked of the life trajectories considered. I privileged the dialogue between Anthropology and History, to appropriate the concerns and pretensions of the New Social History: to rescue the centrality of the trajectories and concrete life experiences and, with it, the tense —and dialogic— relationship between the micro and macro-social dimensions. This was possible through an intensive search for the invisible clues provided by the printed sources and the explicit nature of the textual information. The same with the implicit and explicit clues located in the interviews. I was interested in information that would provide important elements for the analysis of the intersectionality between race, gender and class inequalities, and the strategies carried out by black creative agents to promote their own political agendas in convulsive contexts.

Keywords: Fashion; Outsiders; Black Creative Agents; Brazil.

INTRODUCCION

Vidas negras y trayectorias de *outsiders* en la moda brasileña

La narrativa del *outsider* ha sido frecuentemente utilizada para ilustrar la emergencia de agentes creativos desconocidos cuyas trayectorias de vida se desarrollaron al margen del *establishment* de un campo. También, para explicar el desarrollo de conductas consideradas atípicas o “desviadas” de acuerdo con determinados marcos normativos. Muchas de las narrativas que dotaron de sentido la figura del *outsider* consideraron poco el hecho de que sus condiciones de partida y de llegada nunca fueron las mismas, y que las tramas económicas, políticas y sociales donde actuaron los *outsiders* fueron diversas y asimétricas. En este trabajo propongo visibilizar aspectos relevantes de las trayectorias de vida de tres diseñadores de moda negros discutiendo, primero, el carácter “externo” de sus orígenes familiares en relación con el orbe creativo instituido en la zona sur de Rio de Janeiro, donde posteriormente desarrollaron sus carreras profesionales; y, luego, el carácter disruptivo de algunas de sus propuestas creativas.

En función de estos dos elementos, lo que sigue a continuación no es otra cosa que una revisión crítica y una historización particular de la figura del *outsider* a partir de tres casos concretos. El primero de ellos es Luiz de Freitas, un diseñador de moda negro, nieto de obreros precarizados que, según las opiniones de la época, fue considerado un pionero cultural por inaugurar en la década del ochenta “*a primeira loja de moda gay no Brasil*”¹—sin duda, una propaganda cargada de un poco de exageración—. La trayectoria de Luiz de Freitas estuvo atravesada por el proceso de industrialización brasileña en el ámbito del sector textil y su carrera se desarrolló en el marco de las tensiones políticas y coyunturas económicas que caracterizaron el contexto de la dictadura civil-militar y, posteriormente, el proceso de redemocratización en el intersticio entre las décadas ochenta y noventa. Le siguen las trayectorias de Fernanda Gonçalves (1965) e Italo William (1983) quienes crecieron en el momento en que Luiz de Freitas apenas posicionaba su nombre en la moda, y cuyas carreras se desarrollaron en un contexto diferente en el que las ideas sobre África y sobre el ser afrodescendiente ganaron espacio en las escuelas y universidades luego de la aprobación de la ley 10.639/03 (2001), pero, también, en medio de la conmoción social

¹ *Jornal do Brasil*, Luiz de Freitas apresenta seus novos modelos. Mais uma vez, a masculinidade na pra-teleira por Maria Luiz Rangel, 19 de dezembro de 1980, caderno B.

alrededor del proceso de *impeachment* a la presidenta Dilma Rousseff (2016) y el ascenso al poder del Estado por parte de sectores políticos conservadores, contrarios a la ideología progresista que había ganado fuerza durante las primeras décadas del siglo XXI. Las mencionadas trayectorias aportan datos relevantes para problematizar dos tipos de generalizaciones que definieron —sociológica y, pocas veces, históricamente— la figura del *outsider* tanto en la moda como en, casi, cualquier otro campo cultural.

La primera generalización resulta de la asociación del *outsider* con una noción, mucho más amplia y problemática, como la de marginalidad. El *outsider* se considera entonces como un agente histórico periférico que toma posición respecto a un centro, casi siempre en condición de resistencia y subalternidad. Esta premisa fue resumida por el reconocido sociólogo Robert K. Merton (1972) cuando afirmó que la doctrina del *insider* parte de la afirmación de que los “forasteros” tienen una incapacidad estructural para acceder a relaciones y formas de conocimiento de un determinado campo; mientras que la doctrina del *outsider* parte del presupuesto de que los “forasteros” pueden ser capaces de complementar las relaciones y conocimientos de un determinado campo, asunto que es posible siempre que ocurra un “desapego social con sus orígenes”.

De acuerdo con este argumento, la divergencia cultural —y las acciones creativas que se alejan de los cánones y las expectativas establecidas en un campo cultural— casi nunca se distribuyen aleatoriamente. Pierre Bourdieu (1993), considerando la centralidad de las estructuras económicas y sociales, aseveró que siempre es más probable que los agentes “centrales” defiendan la ortodoxia y la reproducción de valores en el seno de un determinado campo cultural, mientras que los agentes “periféricos” tienden a combatirlos pues su diferenciación radical incrementa sus posibilidades de éxito. Con base en este argumento, los agentes culturales fueron clasificados en categorías duales como: hegemónicos/subalternos; internos/externos; ortodoxos/heresjes; centrales/periféricos, etc. (CAT-TANI; FERRIANI y ALLISON, 2014).

Este binarismo será discutido más adelante considerando que el esquema de interpretación centro/periferia —como unidades separadas y bien definidas por una estructura— no siempre explica cabalmente las formas de legitimidad que surgen de la relación entre el *outsider* y el campo cultural donde se inserta. Las licencias y resistencias dentro de la industria de la moda, junto con la recepción de la labor creativa por un público suficientemente heterogéneo, tornan difícil los consensos en torno a lo que es central y periférico en determinados momentos. Estas nociones son bastante dinámicas como explica Howard

Becker (2008) en su reflexión sobre la desviación. Las experiencias de vida de Luiz de Freitas, Italo William y Fernanda Gonçalves dejan ver las tensiones que se tejen entre el agente creativo *outsider*, sus pares de oficio y el público al que dirigen sus obras. Cuando se examinan sus trayectorias con detenimiento, —por ejemplo, a través de las fricciones entre las tendencias orientadas a la espectacularización de la homosexualidad en la “*Pop Culture*” (BUCHBINDER, 2014) y la reacción conservadora de una fracción importante del público carioca rechazó en los 80 la oferta creativa de Luiz de Freitas—, entonces, nos damos cuenta de que es difícil atribuir la ortodoxia y la vanguardia a posiciones estáticas dentro de un campo cultural. Las nociones de centro y periferia se redefinen en el tiempo y en el espacio consecuencia de los roces, diálogos y colisiones del *outsider* con su campo, el cual, lejos de regirse únicamente por el “consenso de las élites”, también se moviliza en función de la escisión, la disidencia y la introducción de nuevos elementos sociales y culturales.

La segunda generalización que deseo discutir aquí tiende a ser resultado de la narrativa “heroica” que se proyectó indistintamente en las trayectorias de los *outsiders* —véase la revisión historiográfica elaborada por Kristine Somerville (2018) titulada: *Rags to Riches: Four Biographies from the World of High Fashion* en la que se exaltan varios ejemplos del tránsito milagroso de algunos diseñadores de la pobreza y la invisibilidad estructural, a la riqueza y la fama—. Muchas de las historias que tienen por protagonista un *outsider* se ciñen a una misma narrativa: describen el tránsito de un agente periférico que parte de un contexto marginal, y que luego logra destacar en uno central. Las nociones de “punto de partida” y “punto de llegada” como condiciones definitivas son fundamentales en muchas de estas estructuras discursivas. En este sentido, rescatamos la crítica que Howard Becker (2008) logró posicionar en la teoría social cuando denunció que era poco provechoso reflexionar sobre la supuesta ontología disruptiva de los *outsiders*, mientras que le parecía productivo preguntarse por las condiciones sociales que le permitían a alguien ajeno a un determinado campo cultural operar dentro de él, también por el conjunto de relaciones que historizan lo que es disruptivo en un determinado momento, mientras que al mismo tiempo se normalizan otros tipos de prácticas.

Ni las villas de obreros de Magé, ni los bulevares comerciales norteamericanos y europeos serán considerados aquí puntos de partida y llegada “definitivos” en la trayectoria de Luiz de Freitas. Del mismo modo, las trayectorias de Italo y de Fernanda cuestionaran

este modelo. En vez de contar historias lineales que inician en lugares periféricos y culminan en un centro, entreveremos las circulaciones, estrategias y conexiones complejas que le permitieron a Luiz, Italo y Fernanda negociar espacios y sofisticar sus oficios. Las experiencias narradas a continuación invitan a cuestionar puntos álgidos como: la oposición irreconciliable entre trabajo manual y trabajo creativo; el esquema que describe las trayectorias de los *outsiders* como una línea recta y progresiva; y el relego a un segundo plano de los conocimientos y sociabilidades consideradas periféricas, ignorando su persistencia e importancia en productos culturales que luego se consideran centrales.

Finalmente, creemos que una aproximación histórica y antropológica a las trayectorias de estos tres *outsiders* aporta elementos interesantes para repensar los criterios cronológicos y los marcos que han contado una historia del tiempo presente, dando a la experiencia negra un lugar privilegiado que permitió ver cómo “desde abajo” fueron reapropiadas y resignificadas políticas oficiales y discursos sobre la democracia, dejando en evidencia la existencia de procesos y subjetividades que no se encuadran en las narrativas nacionales, sean por su carácter translocal, o por el hecho de que han quedado invisibles en una agenda pública e intelectual que ha posado la mirada en otros problemas o experiencias.

Trayectorias enredadas / interseccionalidad / estrategia multi-técnica / fuentes mixtas

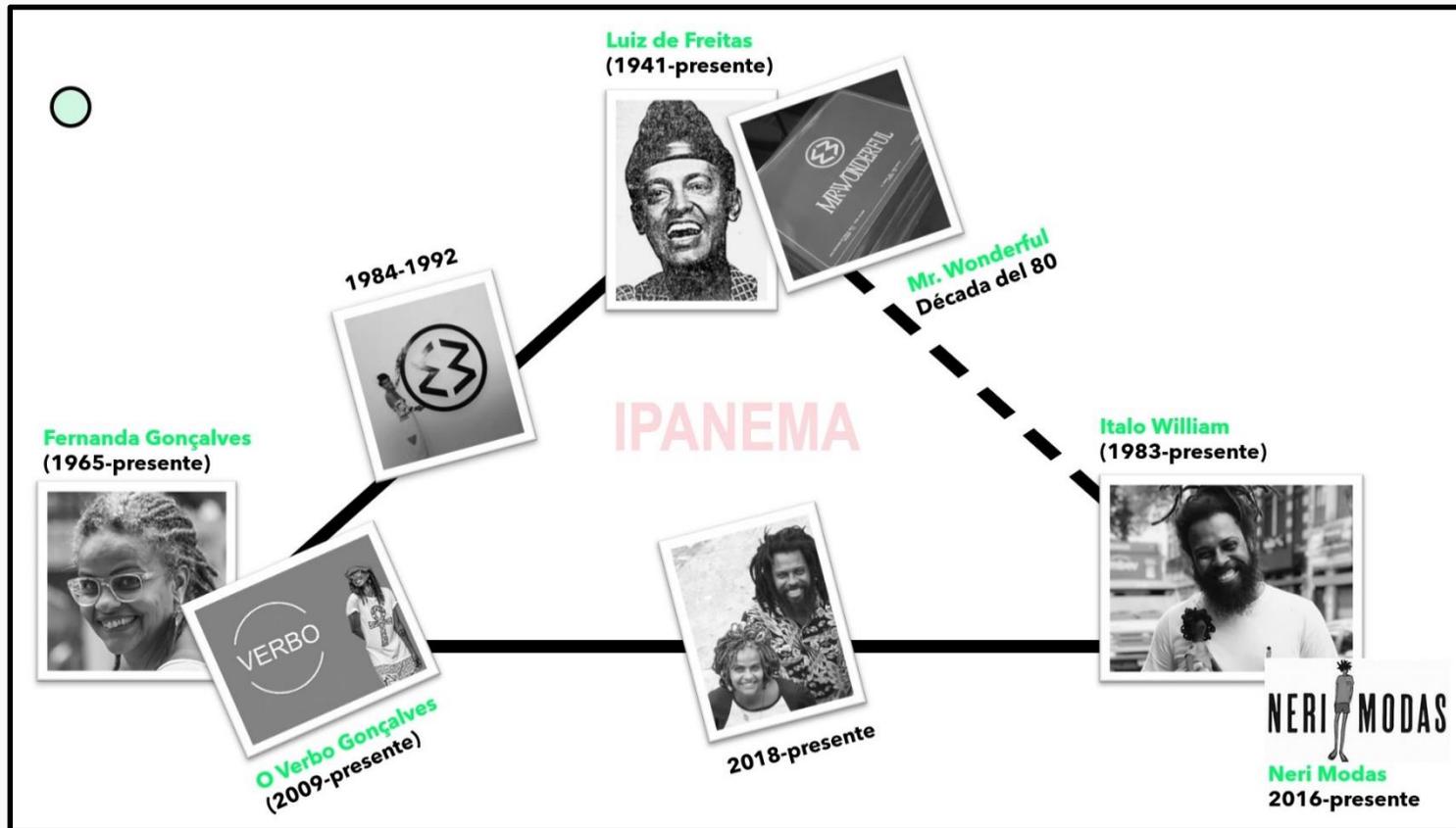
Este trabajo, más que una historia de la moda centrada en tendencias, marcas y procesos de producción-circulación-consumo de bienes materiales, ofrece una mirada a las trayectorias de vidas negras que contribuyeron a dar cuerpo, sentido y dirección las agencias creativas en Brasil, y más allá de sus fronteras. Las trayectorias consideradas aquí no están desconectadas, por el contrario, comparten sincronías y vinculaciones concretas que permiten compararlas y abordarlas en términos de una continuidad. Luiz de Freitas cimentó su carrera apalancándose en los bulevares de Ipanema como el centro de operaciones que le permitió extenderse y circular por varias ciudades del mundo Atlántico. Fernanda se insertó en el orbe social de la moda carioca cuando trabajó como vendedora de *Mr. Wonderful* —marca pionera de Luiz de Freitas en la década del ochenta— por aproximadamente ocho años. Fernanda conoció a Luiz de Freitas en 1984, cuando cumplió 19 años. Estuvo a su lado hasta 1992 cuando fenómenos económicos como la ejecución del *Plano Collor* y el auge de las importaciones textiles indo-asiáticas, sumados a fenómenos culturales como los prejuicios dirigidos a la comunidad gay consecuencia de las campañas

de desprestigio basadas en su asociación con la epidemia global del VIH, arrasaron los cimientos del imperio comercial que Luiz de Freitas construyó en países como Brasil, Portugal, EE. UU y Holanda. Veintiséis años más tarde, Fernanda junto con Italo se posicionaron como fundadores del *Primeiro Coletivo de Afrocriadores de Moda* instalado en Ipanema en 2018, a pocas calles de la antigua boutique inaugurada por Luiz de Freitas en 1979, hazaña que lo llevó a considerarle el primer diseñador de moda negro con proyección en Brasil, y más allá de sus fronteras. Actualmente, Fernanda se reivindica como una heredera del movimiento de diseñadores de moda negros que se propusieron conquistar espacios comerciales de élite en Rio de Janeiro como es el caso de Ipanema (véase la **imagen 1**).

La interseccionalidad fue un criterio para la selección de las biografías aquí presentadas. Nos parecía importante considerar las experiencias de vidas negras partiendo de sus encrucijadas con otras “capas” de opresión, interrelacionando las vivencias que derivaron de la racialización, con las experiencias intrínsecas a sus identidades de género y marcadores de clase (CRENSHAW, 1991; COLLINS, 2000). Sin embargo, consideramos importante privilegiar un enfoque heterogéneo en el que la interseccionalidad no fuese únicamente entendida desde el lente de la opresión y el encuadre de las trayectorias estudiadas solo en estructuras de violencia, también nos interesamos por las agencias, articulaciones y performances que buscaron contrarrestar las mencionadas camadas de opresión, conquistando nuevos espacios en la ciudad, la oferta creativa y la esfera pública (PRINS, 2006). Los perfiles de Luiz de Freitas (un hombre negro, homosexual, descendiente de obreros textiles precarizados de la antigua *Compañía América Fabril*); Fernanda Gonçalves (una mujer negra, heterosexual, hija de profesionales de la educación y formada en los espacios del sistema de educación superior); e Italo William (un hombre negro, heterosexual, hijo de una mujer lesbiana que sufrió discriminaciones por cuenta de su orientación sexual y criado en un entorno familiar compuesto por sastres y costureras independientes), revelan diversas formas de vivir la masculinidad, la feminidad, la negritud y el oficio creativo en “distintos” momentos de la historia brasileña. Sin embargo, como se verá a continuación, muchas de las opresiones que experimentaron en el transcurso de sus vidas ponen en tela de juicio la tesis historiográfica de que se trata de momentos diferentes con fronteras temporales bien demarcadas.

IMAGEN 1

Conexiones: Luiz de Freitas, Fernanda Gonçalves e Italo William



Fuente:

Elaboración propia.

El encuadre temporal de este estudio exige un diálogo fluido entre antropología e historia para hacer frente a la variedad de fuentes y los desafíos que emergen de la intención de reconstruir las trayectorias de vida de agentes creativos negros partiendo de las fuentes tradicionalmente producidas “desde arriba”. El alcance de este trabajo es moderado del mismo modo que lo es el objetivo compartido por la historia social y antropología cultural (THOMPSON, 1998), consiste —apenas— en pensar críticamente la aparición de la experiencia negra en la moda brasileña a partir de casos concretos. El propósito de visibilizar estas tres trayectorias escapa a los intereses de la generalización. No se pretende cuestionar los estereotipos que han dado sentido a la categoría del diseñador de moda negro u *outsider* para reemplazarlos por estereotipos alternativos igual de excluyentes. Las trayectorias de Luiz de Freitas, Italo William y Fernanda Gonçalves no son representativas de ningún tipo ideal de género, clase o persona. No obstante, permiten mostrar el enredo de decisiones personales —motivadas por el deseo personal y familiar de asegurar mejores condiciones de vida en el presente y futuro— y las determinaciones estructurales que reprodujeron las desigualdades sociales, pero que, a su vez, abrieron brechas que posibilitaron determinados modos de agencia. La tensión entre ambos aspectos dio cabida a una diversidad de historias que difícilmente pueden ser enmarcadas en una sola narrativa o categoría sin dejar de lado, claro, cuestiones relevantes.

La complementariedad entre distintos tipos de fuentes permitió explorar la información implícita relacionada con la dimensión “*etic*” (externa/representada) que ofrecen los artículos de prensa, pero, también la dimensión “*emic*” (interna/vivenciada) relativa a las narrativas de los propios protagonistas de estas trayectorias. Los contenidos detallados en las siguientes páginas son apenas fragmentos de sus trayectorias de vida, todavía incompletas, y mucho más complejas. Atendiendo a estas necesidades, el presente trabajo privilegió un enfoque multi-técnica apoyado en fuentes históricas, trabajo de campo, de tipo etnográfico, y entrevistas.

La principal fuente de datos históricos provino de la prensa brasileña y la revisión de unidades editoriales dentro del *Jornal de Brasil* (de 1891 a 2010, RJ) (véase el **anexo 1** para examinar la lista de artículos que dieron información sobre la trayectoria de Luiz de Freitas entre 1979 y 1998). Antes de la década del noventa, Rio de Janeiro era uno de los de los principales focos de producción editorial de contenidos en materia de moda, principalmente, a través de proyectos como *Ela*, sección especializada del *Jornal O Globo* publicada desde 1964, y *Passarela*, publicada en las páginas del *Jornal do Brasil* que, por

esos años, innovó al publicar reportajes exclusivos (TEIXEIRA RAINHO, 2014). El *Caderno B* del *Jornal do Brasil* (1960-1985) brindó materiales relevantes para analizar la trayectoria de Luiz de Freitas a partir del trabajo de una generación de periodistas con un amplio impacto mediático:

“[...] o *Caderno B* conseguiu repercussão nacional em sua época. Ao mesmo tempo, mostrou estar afinado com o comportamento e cultura cariocas, especialmente da Zona Sul, em matérias assinadas por uma equipe majoritariamente composta por mulheres, as primeiras jornalistas formadas em Comunicação, que ali construíram significativas carreiras” (SOUZA LIMA, 2015: 59).

En este espacio las columnas editadas por Gilda Chataignier (1940) y, posteriormente, por Iesa Rodrigues fueron fundamentales para el desarrollo de la trayectoria profesional de Luiz de Freitas, porque él consiguió en ellas importantes aliadas que apoyaron su carrera. Gilda Chataignier influyó activamente en distintos espacios editoriales vinculados con la moda, y también en el propio campo de Historia de la Moda al ser autora de *Todos os Caminhos da Moda* (1996), *História da Moda no Brasil* (2010) y otros títulos. También se revisaron publicaciones periódicas como *Domingo Magazine JB* (en circulación desde 1975, RJ), *Manchete* (desde 1952 al 2000, RJ), *Correio da Manhã* (desde 1901 a 1974, RJ), *Jornal do Comercio* (desde 1934, RS), *Correio Brasiliense* (desde 1960, DF) y otros.

También se consideraron entrevistas publicadas sobre la trayectoria de Luiz de Freitas porque en la prensa había muy poca información sobre su vida personal antes de la década del ochenta (véase la **tabla 1**). Las entrevistas a Luiz de Freitas fueron realizadas algunas décadas después de haber alcanzado su más importante éxito profesional. Esto condicionó la promoción de una narrativa coherente y la selección intencionada de recuerdos y experiencias de vida conectadas a través del hilo conductor de su éxito en la década del 80. La industria de la moda estableció una relación simbiótica con las memorias personales de los diseñadores, una simbiosis que en muchos sentidos fue “[...] multifuncional” (VACCARI, 2015: 7). Las narrativas grandiosas sobre la vida de los diseñadores de moda facilitaron prestigios recíprocos mantenidos sobre la base de relatos épicos de hombres/mujeres excepcionales, a la vez que consintió la transferencia de capital simbólico a las marcas y a sus públicos, algo que, a su vez, movilizó la economía.

TABLA 1

Ficha técnica de las entrevistas publicadas sobre Luiz de Freitas

Entrevistado	Autores	Fecha	Otros detalles
Luiz de Freitas	Giovanni Bianco y Paulo Borges	2003	<p>Título: Moda Rio</p> <p>Publicada originalmente en: BIANCO, Giovanni; BORGES, Paulo. <i>O Brasil na moda</i>. São Paulo: Caras, 2003, p. 279-283.</p>
	Ruth Joffily y Laura Oldenburg	2014	<p>Proyecto: <i>Nasci Gay</i> [libro-site]</p> <p>Publicada originalmente en: http://www.nascigay.com.br.</p> <p>Estuvo en línea del 5 de octubre de 2012 al 20 de junio de 2013 y posteriormente fue recuperada y reproducida en: http://nascigay.blogspot.com/2014/11/luiz-de-freitas.html</p>
	Shirley Costa e Silva	2011	<p>Título: <i>Luiz de Freitas, o Senhor Maravilhoso</i>.</p> <p>Publicada originalmente en: http://baixadafacil.com.br/moda-e-beleza/moda-luiz-de-freitas-o-senhor-maravilhoso-1067.html</p>
	Bety Orsini	2012	<p>Título: <i>Estilista que revolucionou a moda masculina no país quer doar acervo</i>.</p> <p>Publicada originalmente en: https://oglobo.globo.com/rio/estilista-que-revolucionou-moda-masculina-no-pais-quer-doar-acervo-6175335</p>

En el presente trabajo se intentó examinar estas memorias consientes de la doble función que desempeñan en tanto “relatos épicos” y, de cierto modo, narrativas ficcionales (BOUDIEU, 2006); pero, también consientes de que deben ser tratadas como una fuente histórica válida que nos presenta datos imposibles de encontrar en fuentes más jerárquicas, sean mediáticas u oficiales.

Los datos procedentes del trabajo de campo con el *Primeiro Coletivo de Afrocriadores de Moda* instalado en Ipanema, así como también las entrevistas personales realizadas a Italo y Fernanda, fueron recopiladas durante el primer semestre del 2020 (la transcripción resumida de las entrevistas está disponible en el **anexo 2**). A diferencia de las entrevistas realizadas a Luiz de Freitas, las entrevistas a Italo y Fernanda fueron recopiladas en una etapa mucho más temprana de sus carreras profesionales por lo que, todavía, no era tan clara la formulación de un relato coherente, organizado cronológicamente y articulado a través del hilo conductor de sus éxitos en el orbe creativo de la moda. En cambio, destacan recuerdos familiares aleatorios, experiencias profesionales en otros campos y reflexiones varias sobre problemas estructurales como la discriminación racial y otras formas de prejuicio que experimentaron a lo largo de sus vidas.

Las entrevistas y conversaciones informales sirvieron como un espacio de discusión dialógica sobre el quehacer creativo de Italo y Fernanda en Ipanema, y los vínculos —algunas veces poco visibles— entre sus producciones materiales y sus experiencias de vida, estimadas por ellos mismos como “relevantes”. Considerando el cambio de época y, con ello, la progresiva sustitución de medios impresos por medios digitales, sumada a la emergencia de las redes sociales como ventanas de expresión más autónomas y descentralizadas, se tomaron en cuenta artículos de prensa en medios digitales, *editales* oficiales del *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas* (SEBRAE), así como también *posts* de Italo, Fernanda, sus marcas, y del colectivo a través de sus redes sociales. Todas estas fuentes se complementaron, compararon y contrastaron con los acervos fotográficos personales a los que tuvimos acceso.

Perspectivas teórico-metodológicas y estructura del trabajo

La idea específica de los juegos de escala constituye un tipo de operación metodológica que favorece el dialogo entre antropología e historia, permite el estudio de individuos y grupos cuyas vidas atravesaron fronteras geográficas, lingüísticas y culturales. El principio propuesto por los juegos de escala define lo “micro” a partir de la selección metodológica de personas o grupos que interactuaron en tiempos y espacios, cronológica y geográficamente localizados. Simultáneamente, define lo “macro” como un conjunto de experiencias conectadas, aunque, no por ello acopladas del todo entre sí, que produjeron sincronías y rupturas que afectaron de múltiples formas la vida de las personas y sus contextos en ge-

neral (REVEL, 1996). Las complejas interacciones entre lo micro y lo marco serán ordenadas aquí a través del hilo conductor de las experiencias de estos tres personajes. Las conexiones con los grandes procesos estuvieron definidas, en principio, por la relevancia —fuesen ellos conscientes o inconscientes de ello— en sus trayectorias vitales.

En correspondencia con lo planteado por Christian de Vito y Anne Gerritsen (2017), consentimos la idea del combate a la centralidad metodológica de la gran escala por considerarla una causa probable de distorsiones que exaltan la dimensión económica, política e institucional, en menoscabo de la dimensión sociocultural, haciendo que las diferencias en torno a las experiencias dentro de las “cajas” de la raza, el género y la clase social se tornasen prácticamente invisibles. Este fenómeno ha sido particularmente notable en las teorías que posicionaron la “experiencia negra” como una categoría autoexplicada, resultado de una síntesis completa —o casi acabada— de estudios de casos que ya dijeron todo lo que había que decir (LARA, 1995).

Por el contrario, consideramos urgente hacernos conscientes de que más que una “categoría” o un “punto de llegada teórico”, la experiencia negra debe ser entendida como un problema abierto cuyas preguntas deben guiar —no determinar— teórica y metodológicamente el abordaje empírico que llevan a delante los sociólogos, antropólogos e historiadores, cuyo trabajo es el de revelar su singularidad histórica en distintos marcos espaciotemporales. En atención a esto, el presente trabajo se organizó de la siguiente manera:

El primer capítulo titulado: “Fragmentos de experiencia ¿cómo la trayectoria de una diseñadora afrobrasileña cuestiona tres cánones historiográficos?” devela puntos álgidos en torno a la propuesta creativa y la biografía de Fernanda para cuestionar tres tesis historiográficas. La primera de ellas plantea que la moda tiene un rostro blanco. La segunda plantea que los procesos creativos en este campo son casi exclusivos de los diseñadores del Atlántico Norte. La tercera plantea que la denominada moda afrobrasileña se limita a representar y reflexionar el pasado, siendo difícil situársela como un espacio fértil para la producción de vanguardias culturales y (re)discutir asuntos de la política y la democracia. A partir de estos puntos, identifico los problemas y posibilidades que devienen de pensar las trayectorias de vida negras en el campo de la moda, insertándolas en los debates de la historia social.

El segundo capítulo titulado “Del trabajo invisible a la visibilidad de la esfera pública: Luiz de Freitas y su tránsito hacia el oficio de la creación de moda” reconstruye la trayec-

toria de vida de Luiz de Freitas partiendo de sus experiencias como nieto de obreros precarizados que trabajaron en las antiguas industrias textiles de Magé (en el interior Rio de Janeiro), detallando su lucha por la visibilidad en la esfera pública carioca entre las décadas del setenta y noventa, hasta llegar al fracaso de su empresa y el retorno al lugar donde había nacido y crecido. El tercer capítulo llamado “Italo William y Fernanda Gonçalves: dos trayectorias diferentes, aunque singularmente conectadas” abordará las trayectorias conectadas de Italo y Fernanda, valorando sus experiencias como integrantes del *Primeiro Coletivo de Afrocriadores de Moda*. Este último capítulo se pasea por trayectorias familiares abocadas al oficio de la costura; rescata las experiencias de racismo que tornaron consciente la cuestión del cuerpo negro en sus personajes y la importancia de la apariencia como una maniobra de movilidad social en el tiempo presente, también discute el papel de los circuitos de solidaridad negros anclados a orbes culturales como la samba, en su carácter de música popular, y el carnaval, también discute la puesta al servicio de estos círculos a los intereses de los diseñadores del colectivo; explora los vínculos entre el afro-futurismo y las disputas físicas-simbólicas por el derecho al goce de la ciudad en determinados espacios de Rio de Janeiro. La relación del segundo y el tercer capítulo muestra las semejanzas y diferencias entre tres casos concretos, también muestra los múltiples obstáculos y la diversidad de estrategias que Luiz de Freitas, Fernanda Gonçalves e Italo William impulsaron para impulsar sus agendas y materializar sus objetivos políticos.

1. Fragmentos de experiencias ¿cómo la trayectoria de una diseñadora afrobrasileña cuestiona tres cánones historiográficos?

Escribir historias sobre las trayectorias vitales de diseñadores de moda negros brasileños supone poner en juicio variados estereotipos históricos e historiográficos. Históricos, en la medida que las acciones creativas que se consideran “moda” se han posicionado en lo más alto de las jerarquías sociales que organizan las formas de capital cultural en las sociedades capitalistas, excluyendo grupos considerados subalternos —como proletarios, indígenas y negros—. E historiográficos, porque la tarea de contar sus historias exige cuestionar las tesis fundacionales de tres campos historiográficos que, aunque diferentes, se complementan entre sí (i) la Historia de la Moda, (ii) la Historia de las agencias creativas, y (iii) la propia Historia de África, conectada con la cuestión de la experiencia negra tanto en África como en las poblaciones afrodiáspóricas. La revisión de las tesis centrales en el interior de cada uno de estos campos permitió descubrir cómo muchos de sus argumentos interactúan, colisionan y se retroalimentan entre sí, reproduciendo exclusiones que dificultan el conocimiento de trayectorias como las que se abordan en este trabajo.

La intención de este capítulo será, en primera instancia, presentar una breve revisión de cada uno de los campos entendiendo que no podemos abarcarlo todo, pero, que a través del examen de algunas “obras selectas” podemos descifrar las ideas recurrentes que han sostenido por largo tiempo ciertos estereotipos historiográficos. Para cuestionar estos estereotipos utilizaremos los insumos que nos proporciona la historia, es decir, las experiencias de personas concretas como Fernanda Gonçalves. Primero, cuestionando el mito de que la moda es una actividad reservada para los sectores blancos. Segundo, debatiendo las tesis que posicionan el Noratlántico (EE. UU y Europa) como la “cuna” de las grandes invenciones y agencias creativas en la historia, relegando al Suratlántico a la posición de lugares/actores pasivos que solo consumen mercancías, tecnologías e ideas que se introducen a partir de los flujos y circulaciones transnacionales. Tercero, criticando el carácter absolutista de las lecturas historiográficas afropesimistas que han presentado la experiencia negra —tanto de África, como de su diáspora en las Américas— exclusivamente desde el lente de la devastación y violencia. Con esto no queremos negar el impacto y la severidad de los daños dejados por las desigualdades estructurales que devinieron de la trata transatlántica de esclavizados, el racismo, el colonialismo y neocolonialismo en la esfera cultural-intelectual, pero sí deseamos apuntar el hecho de que estos procesos coexistieron con prácticas que dan cuenta de la resiliencia de los africanos y su diáspora, así como también

de un empeño obstinado para expresar sus voces e imponer sus agendas. Las experiencias de Fernanda, y sus intentos para abrirse camino en el campo de la moda brasileña en la zona sur de Rio de Janeiro servirán aquí para ilustrar empíricamente estos problemas, así como para proporcionar insumos y estrategias para escribir la historia de este campo todavía poco explorado.

1.1 La historiografía de la moda blanca vs. una camisa que profesa: *África berço da Humanidade*

Entre 2006-2007 la diseñadora de moda afrobrasileña, también fundadora de la marca autoral *O Verbo etc. e tal*, Fernanda Gonçalves², oriunda de Vila Isabel (Rio de Janeiro), elaboró un conjunto de estampas con frases conocidas dentro de las llamadas “gramáticas evangélicas” (PEREIRA DE SOUZA, 2020). Recuerda especialmente dos de ellas, aunque, no por las razones que podríamos imaginar. Sus primeros diseños fueron sencillos y consistieron en camisetas blancas, estampadas con las frases *Deus pode contar comigo* y *O diabo mente*. Curiosamente, el motivo por el que Fernanda recuerda estas dos estampas no fue porque tuvieron el éxito que esperaba. De hecho, no consiguió vender muchas de ellas, y otras las vendió con una dificultad que no imaginaba. Estas estampas materializaron sus primeros fracasos en este campo, le hicieron ver que las demandas del público mediaban íntimamente los procesos creativos. Como expresó en una entrevista, su primer fracaso le recordó en adelante que necesitaba “[...] *fazer algo que possa se vender*”³.

En la década que se extendió de 1999 a 2009, Fernanda asistió frecuentemente a los cultos religiosos de las iglesias evangélicas, alineadas con el neo pentecostalismo, instaladas en la zona norte de Rio de Janeiro donde residía. Aunque la feligresía de estas iglesias es bastante diversa, conteniendo en su interior sectores heterogéneos de la población (políticos, empresarios, pequeños y mediados emprendedores, trabajadores, etc.), no debe perderse de vista que el neo pentecostalismo que emergió con fuerza en los años setenta se concentró en la zona norte de Rio de Janeiro, muy especialmente “[...] *entre os estratos mais pobres e menos escolarizados da população*” (MARIANO, 2004: 125). Este no era precisamente el perfil de Fernanda quien, como se verá mas adelante, había crecido entre un entorno familiar de profesionales técnicos y educadores del nivel superior.

² Fernanda Ferreira da Costa Gonçalves, diseñadora de moda brasileña de 54 años, egresada del SENAI CETIQT, y fundadora de la marca O Verbo etc., e tal.

³ Entrevista a Fernanda. Rio de Janeiro, Ipanema, 21 de enero de 2020.

Motivada por esta doctrina que, como apuntó Ricardo Mariano (2004: 124), se definió por “[...] *enfatar a guerra espiritual contra o Diabo e seus representantes na terra, por pregar a Teologia da Prosperidade, difusora da crença de que o cristão deve ser próspero, saudável, feliz e vitorioso em seus empreendimentos terrenos*”, Fernanda resolvió integrar su vocación creativa y devoción religiosa en un solo proyecto. En 2009 fundó la marca *O Verbo etc., e tal*, cuyo nombre, según sus palabras, provino una frase bíblica que representaba su “[...] *missão na terra, do verbo, do fazer, da ideia de que o verbo se faz carne*⁴”.

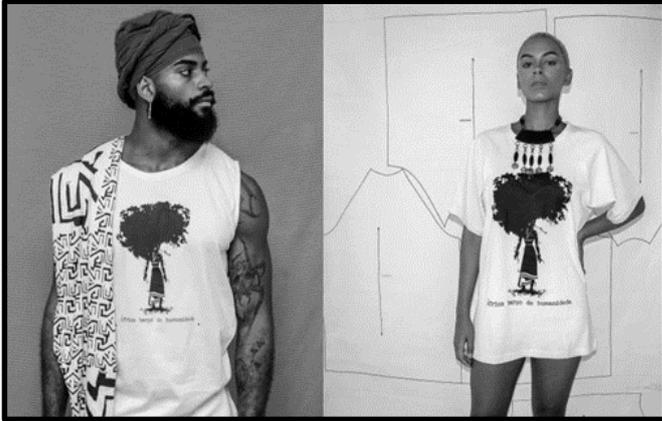
El proyecto editorial de Fernanda comenzó a tomar cuerpo cuando cursó estudios de “*Estilismo*”, luego, fue contorneándose cuando trabajó como consultora de diseño estratégico en el *Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil* (SENAI-CETIQT) entre los años 2004 y 2015, un período en el que también vivió transformaciones radicales en su vida personal y profesional. Varios eventos llevaron a Fernanda a desencantarse más adelante de la religión evangélica. Este desencanto transcurrió entre los años 2009 y 2015 cuando decidió romper lazos con la iglesia evangélica. Esa ruptura no solo vino sucedida de un cambio en su orientación espiritual, sino que también vino acompañada de un propósito político e identitario diferente, reconocerse abiertamente como una diseñadora de moda afrobrasileña.

En el pasado había recibido algunas señales que apuntaban en esta misma dirección. Cuando elaboró sus primeras estampas con frases cristianas, creó también una única estampa que no se encuadraba en este patrón: una camisa branca, igual al resto, pero con la imagen de una mujer “con forma de árbol” que reposaba sobre la frase: *África berço da Humanidade* (véase la **imagen 2**). Para Fernanda, esta estampa era diferente porque se inspiró en las experiencias de racismo que vivió cuando era pequeña, experiencias que la llevaron a concebir su proyecto como un emblema político de la identidad afrobrasileña en los códigos de vestimenta disponibles en el mercado carioca. Ese cambio fue percibido por su entorno como un giro teológico radical pues, es bien sabido que los fundamentos del neo pentecostalismo se estructuran, en muchos sentidos, en un antagonismo con otros tipos de prácticas religiosas e identidades sociales. Esto aplica a los cultos afrobrasileños como el *Umbanda*, y otros.

⁴ *Ibidem.*

IMAGEN 2

África berço da Humanidade



Fuente:

O Verbo etc. e tal [@overboetcetal], Instagram, 3 de abril de 2019 | 18 de diciembre de 2018.

Disponible en: <https://www.instagram.com/overboetcetal/>

A diferencia de las estampas cristianas, las camisetas referidas a “África” se vendieron más rápido que el resto, situación que llevó a Fernanda a preguntarse si el mercado afro-brasileño podría significar un nicho de crecimiento para su marca. Al poco tiempo de la creación de la marca, su desarrollo profesional se vio interrumpido por problemas políticos y la crisis económica que experimentó Brasil a mediados de la década de 2010, especialmente, a partir de 2015 cuando la destitución de la presidenta Dilma Rousseff (1947) la perturbó emocionalmente, pues se considera a sí misma una militante de la izquierda progresista, y cuando la denominada “crisis del empleo” en el país hizo que la despidieran del SENAI-CETIQT donde habían transcurrido diez años de su vida profesional.

Fernanda fue una de las numerosas personas que se vieron afectadas por el incremento del desempleo en el país que pasó de 6,5 a 13,7% en el corto plazo de dos años (NAHAS, 2018). Las referidas circunstancias la obligaron a reinventarse. La reinención a la que Fernanda se refiere fue posible gracias al aprovechamiento de una convocatoria de financiamiento, publicada a comienzos de 2017 por el *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas* (SEBRAE). En ella se convocaba a afro-emprendedores y dueños de negocios negros a presentar proyectos en el sector de la moda, artesanal e industrial, cuyos contenidos debían promocionar la valorización de la denominada “cultura afrobrasileña”.

Los términos de esta valorización carecieron de precisión. De hecho, la extensa variedad de proyectos que fueron seleccionados evidenció que la categoría “cultura afrobrasileña” utilizada por instituciones del Estado y el sector privado implicó discursos heterodoxos que fueron desde campañas contra el racismo, pasando por ropas que rememoraron la herencia cultural de los esclavizados, hasta llegar a vestimentas ligadas a la samba, al paisaje cultural de las *favelas* cariocas y alegorías varias al carnaval.

La marca de Fernanda fue uno de los más de cuarenta proyectos seleccionados para recibir financiamiento del SEBRAE. Varios articularon esfuerzos para acrecentar sus posibilidades de éxito a mediano y largo plazo. Motivados por la intención de ser reconocidos como creadores de marcas de moda autoral, y no simples “artesanos”, los diseñadores apostaron su capital a un único proyecto, consiguieron inaugurar una tienda de gestión colectiva en el corazón de la zona sur de Rio de Janeiro, concretamente, en la calle Gomes Carneiro en Ipanema. Se trata de un centro comercial llamado *Ipanema Harbor*, construido a base de contenedores reutilizados y adaptados para formar un nicho de mercado dedicado a la economía creativa, sustentable y la oferta de servicios en el sector turístico y gastronómico (véase la **imagen 3**). Aunque, el resto de la oferta comercial en los bulevares de Ipanema presenta pocos —o casi ningún— espacio dedicado íntegramente a la valorización de la “cultura afrobrasileña”, la emergencia de esta tienda cuestiona la tesis sociológica de que la denominada “moda-blanca-europea” satisfizo las necesidades y demandas de una parte importante de la población, carioca y brasileña en general, que, como señaló Fernanda basada en su propia experiencia, sentía un vacío por la falta de representación en las propagandas, mostradores y pasarelas.

Tradicionalmente, la historiografía de la moda ha promovido narrativas que van desde arriba hacia abajo, prestando poca atención a los públicos que consumen de acuerdo con otros intereses, subjetividades y grados de conciencia política, ignorando, muchas veces, a sectores demandantes que, insatisfechos con las ofertas imperantes, emprendieron proyectos creativos como el de Fernanda y el resto de los miembros del colectivo. Episodios aparentemente aislados como la venta de estampas concernientes a “África” —una experiencia personal de Fernanda— y la convocatoria del SEBRAE —correspondiente con un programa de transferencia económica impulsado desde el sector privado— se encuentran relacionados íntimamente. La correspondencia de ambos subyace en el reconocimiento de la población afrobrasileña como un sector demandante, en un escenario de progresivas conquistas en materia de presencia, visibilidad y representación en diversos espacios.

IMAGEN 3

Ipanema Harbor (2019)



Fuente:

Ipanema Harbor [@ipanemaharbor], Instagram, 30 de julio de 2019.
Disponible en: [https://www.instagram.com/ ipanemaharbor/](https://www.instagram.com/ipanemaharbor/)

Seis meses después de la citada convocatoria, un boletín del SEBRAE (2017) explicó las razones por las que pensaba que la apuesta económica a la “moda afrobrasileña” valía la pena. En el documento se mencionaron los siguientes aspectos (i) 54% de la población brasileña es negra, (ii) 30% de la población brasileña está conformada por mujeres negras, (iii) un total de 104 millones de personas negras viven en Brasil, (iv) la cifra de empresarios negros brasileños aumentó 6% en la década que va de 2003 a 2013, (v) los consumidores negros mueven un aproximado de 800 mil millones de reales por año, (vi) alrededor de 60% de la población negra asegura que las propagandas no acostumbran a retratarlos como debería. Aunque no se menciona en el documento, acrescentamos también las conquistas concretas de los movimientos sociales negros y afrodescendientes, a partir de hitos como: la institucionalización de cotas raciales en el sistema de educación superior, e instrumentos legislativos como la Ley 10.639/03 que estableció la obligatoriedad de la enseñanza de historia de África y de las culturas africanas / afro-brasileira en el currículo de educación básica en Brasil. Pese a que los avances en la materia no han alcanzado el nivel de las expectativas originales del proyecto, Marcia Guerra (2011) señala que estos instrumentos llegaron para revitalizar las inquietudes y el conocimiento sobre lo africano en la esfera pública nacional a partir del discurso sobre la historia.

Ahora bien, la pregunta que conduce a la primera cuestión historiográfica a tratar en este capítulo es la siguiente ¿son nuevas estas condiciones? o, tienen una larga data, pero han sido ignoradas en las “narrativas oficiales” que poco exaltan de la importancia de los africanos y afrodescendientes en diversos campos culturales, entre ellos, muy especialmente el de la moda.

La aparición de la población negra en la denominada esfera pública se ha tornado más visible en los últimos años, en principio, porque en muchos contextos se ha intentado blindar o asegurar su participación a través de instrumentos como los mencionados. Por otra parte, sus aportes como fuerza de trabajo y como catalizadores de posibilidades creativas también tienen un extenso devenir en el tiempo. No se trata de un asunto de inexistencia. Lo que ha tendido a ignorarse es la posibilidad de representar a los agentes creativos negros como piezas claves de los espacios tradicionalmente asociados con la moda, y, por supuesto, incluirles dentro de los relatos que narran la historia de esos espacios.

No podemos ni pretendemos abarcar aquí toda la producción historiográfica en el área, pero, si podemos hablar de obras influyentes que enunciaron respuestas problemáticas a esta pregunta. La historiadora Damayanthie Eluwawalage (2013) explica que autores importantes en los campos de la Historia del Arte, la Historia Económica, la Historia Cultural, el Psicoanálisis, la Antropología Cultural y la Teoría Social —donde destacan intelectuales como Thorstein Veblen (1857-1929), Carl Flugel (1884-1955), Auguste Racinet (1825-1893), Max Von Boehn (1850-1921), James Laver (1899-1975), y otros— tuvieron un gran impacto en la construcción de un campo hoy, bien diferenciado, conocido como “*Fashion Theory*” o, simplemente, “Teoría de la Moda”. En su condición de fundadores, la mayoría de esos autores son ampliamente referenciados, quizá, por el hecho de que sus obras fueron traducidas a diferentes lenguas y reeditadas en varias ocasiones.

Max von Boehn ([1928-1947], 1951), por ejemplo, en su *Historia del Traje en Europa*, propuso que el “espíritu de la imitación” conllevó a la desaparición de las diferencias en el vestir entre los diversos pueblos, homogenizándolos de acuerdo con el proyecto cultural de occidente, expandido por el mundo gracias a los intercambios comerciales que involucraron a los antiguos imperios europeos. Autores precedentes como Auguste Racinet ([1876-1988], 2018) y, posteriores, como James Laver ([1968], 2017) propusieron narrativas que reforzaron el carácter teleológico de la relación entre moda y el devenir histórico de la “civilización”, un concepto definido por marcadores geográficos, raciales y de clase

asociados con las elites blancas noratlánticas. Cuando se habla de moda desde los citados autores suele hablarse de un producto cultural de la civilización moderna, blanca y europea.

Esas lecturas surgieron en el contexto específico que se extiende de finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX. Posteriormente, algunas de estas lecturas fueron refinadas y presentadas en la obra de Gilles Lipovetsky (1944) quien volvió a definir la moda como un proceso excepcional e inseparable ligado al nacimiento y el desarrollo del mundo moderno occidental (LIPOVETSKY, [1989] 2004). La figura de Lipovetsky se unió a los referidos autores en la configuración de una teoría social que puso su empeño en la cuestión simbólica y la centralidad de Europa, específicamente, de Francia e Inglaterra, como polos creativos desde los cuales se irradiaron modos, ideas y tendencias que consintieron el surgimiento de una moda “global” en esencia “occidental”.

En Brasil, una obra específica vino a adaptar esta lectura. *O Espírito das Roupas*, de Gilda de Mello e Souza (1919-2005), publicada en 1987, fue “*visionária para a época de sua produção [...] uma obra canônica no campo da moda no Brasil*” (BONADIO, 2017: 5-7) ya que propuso, tempranamente, una innovación teórico-metodológica al abordar la iconografía de la moda como un tipo de expresión artística y un lenguaje estético específico. El libro fue resultado de su tesis doctoral orientada por el sociólogo francés Roger Bastide (1898-1974) el año de 1950, por ello, no es extraño su interés por el fenómeno de la moda en el siglo XIX, así como tampoco un tipo de abordaje apoyado en la utilización de crónicas de periódicos y testimonios de novelistas europeos como fuentes de historia. Su fecha de publicación coincidió con la expansión de programas de estudios especializados en moda en Brasil (PRADO y BRAGA, 2011), situación que facilitó su incorporación como referencia obligatoria en los sucesivos programas de formación.

La búsqueda de los orígenes de la moda en Europa fue reiterada en estudios posteriores. Este fenómeno fue bien resumido por Luz Neira García (2008) cuando sentenció que la mayoría de los estudios sobre la moda surgen de teorías que han privilegiado los contextos europeos y norteamericanos como sitios “centrales”, originando que el mismo principio se reprodujese acríticamente en regiones consideradas “periféricas”. Este el caso de Brasil, indica la autora. Así, la moda brasileña tiende a relacionarse con valores como el exotismo, dependencia, imitación y subordinación, casi siempre, con respecto a un centro externo que suele posar la mirada en Francia. Maria do Carmo Teixeira Rainho (2002), habla del desarrollo de la moda en Brasil durante el siglo XIX y no duda en hacer hincapié en la influencia francesa como el hilo transversal de su historia. Esta tesis se repite en las obras

de los historiadores del arte que estudian el desarrollo del fenómeno de la moda en Brasil, partiendo de categorías estéticas como: *a Belle Époque brasileira*, *Era Art Déco*, *Império das Boutiques*, etc.

La historiografía de la moda en Brasil ha sido producida principalmente por periodistas e ideólogos envueltos en el oficio de la moda, también por historiadores del arte. Esto ha diversificado las narrativas que componen este campo todavía en construcción. A grandes rasgos, es posible identificar tres tipos de producciones. (i) Las primeras se plantearon hacer una caracterización general de las tendencias de moda específicas que impactaron en Brasil y de las empresas y marcas que intervinieron en la consolidación del campo, así como también sus principales diseñadores y nichos de consumidores, casi siempre, pensados desde una perspectiva nacional y de larga duración. El libro *História da Moda no Brasil* escrito por la conocida periodista de moda Gilda Chataignier (2010), de quien se hablará más adelante, se encuadra en esta tipología. Su historia cuenta como, poco a poco, este conjunto de actores fue forjando el carácter propio de una “moda brasileña”, distinta, aunque, íntimamente conectada con el aquello que se situaba fuera de las fronteras nacionales. Otras periodistas influyentes del orbe periodístico carioca, como Iesa Rodrigues y Ruth Joffily, también publicaron libros que, con el tiempo, han pasado a formar parte de estas referencias. *30 Estilistas: à Moda do Rio* de Iesa Rodrigues en coautoría con Paula Acioli (2001) y *Jornalismo e Produção de Moda* de Ruth Joffily (1991), son ejemplos de esto.

Enmarcada en el grupo de autores que participan activamente en la industria de moda, Paula Acioli (2019) publicó recientemente un libro sobre Historia de la Moda titulado: *A culpa é do Rio! a cidade que inventou a moda do Brasil*. En él, analiza la moda brasileña desde una perspectiva nacional enfocada específicamente en las dinámicas de Rio de Janeiro. Las temáticas y el ordenamiento temporal que organizan las partes del libro robustecen el mito de Democracia Racial al estereotipar los aportes culturales de la población africana y afrodiaspórica, presentándolos como estancos en el tiempo y considerándolos, únicamente, a través de las vestimentas tradicionales de los africanos y africanas esclavizados durante el pasado colonial, tornando casi imperceptibles sus aportes o su presencia activa durante el período imperial, republicano y contemporáneo. Lo africano y afrodiaspórico es presentado como una “latencia”.

Otra obra que comparte estas características es la publicada por Luis André do Prado y João Braga (2011) la cual propone una periodización de la moda brasileña en siete mo-

mentos que van desde la *Belle Époque brasileira* (1889-1918); pasando por los *Anos Loucos* (1919-1930); la *Era do Rádio* y la Segunda Guerra Mundial (1931-1945); los *Anos Dourados* y el glamur en la posguerra (1946-1960); el movimiento *Topicalia* y la emergencia de los grandes espectáculos de moda (1961-1975); la formación de los *Grupos de Estilistas* regionales con impacto nacional (1976-1990); hasta llegar al auge de las *Semanas da Moda* y su proyección internacional (1991-2010). Aunque, la obra intenta establecer un diálogo con las temporalidades propuestas para pensar la Historia de Brasil, es clara la ausencia de una preocupación por el papel de la racialización y las fricciones entre las clases. Sin embargo, hay que rescatar que la cuestión de género que está más presente en la obra. De nuevo, la principal preocupación gira alrededor de los grandes centros de producción en Europa y Norteamérica, así como de la necesidad de justificar ¿cómo? ¿cuándo? ¿dónde? y ¿por qué? la moda brasileña adquirió atributos propios.

(ii) El segundo tipo de producción adquiere nuevas características. Siguiendo el estilo de las enciclopedias y los diccionarios especializados —en apogeo durante los inicios del siglo XXI—, las obras *O Brasil na Moda* (2003) publicada por Giovanni Bianco y Paulo Borges, idealizador de la *São Paulo Fashion Week* (SPFW); y el *Dicionário da Moda* de Marco Sabino (2007) ofrecen un compendio del sistema de agentes creativos, movimientos culturales, sectores económicos y tendencias de estilo que consideraron “importantes” para delinear un perfil de la moda brasileña. Aunque, las características de estos diccionarios no admiten una organización cronológica clara —pues, la mayoría de las veces los elementos en juego son organizados por criterios alfabéticos o conceptuales—, su selección intencionada da cuenta de una narrativa histórica. Para los fines de este trabajo, llama la atención la ausencia o, mejor dicho, la poca visibilización de agentes creativos negros en el sistema de la moda brasileña. Esto se torna claro también en las producciones internacionales. La *Encyclopedia of Clothing and Fashion* de Valerie Steele (2004) demuestra que los diseñadores, productos y tendencias que, según su criterio, resumen bien la experiencia de la moda en el mundo poseen dos características: proceden de contextos nortatlánticos y, generalmente, tienen un rostro blanco.

Como anotan Dulcilei da Conceição Lima y Maria Cláudia Bonadio en una introducción al dossier de la revista *D'Obra[s]* publicado en 2020, dedicado al estudio de la Moda Afrobrasileña, hay un encubrimiento de la población negra en los manuales de Historia de la Moda presentes en los planes de estudios de muchos de los cursos de formación en materia de Moda en Brasil —sean técnicos o de pregrado—. Las autoras señalan que, en

nueve manuales de Historia de la Moda ilustrados, publicados en el exterior, pero, traducidos a la lengua portuguesa, el número de imágenes que involucran a personas negras es de 8,5% respecto al total. Analizaron específicamente la obra de James Laver, citado anteriormente, donde no se halló ni una imagen de personas negras. Con relación a la producción historiográfica brasileña, la situación no es muy diferente “[...] *o que mais traz imagens de pessoas negras ilustrando a obra é 'A moda no século XX', e tais fotografias totalizam no máximo 2,7% das figuras da publicação*” (LIMA y BONADIO, 2020: 10).

Las disputas con relación a este punto se tornan claras en las pocas reseñas que pueden encontrarse sobre la figura de Luiz de Freitas. En el *Dicionário da Moda* de Marco Sabino la trayectoria de Luiz de Freitas es presentada sin mencionar que se trata de un diseñador de moda negro. Entretanto, *O Brasil na Moda* de Giovanni Bianco y Paulo Borges, presenta a Luiz de Freitas solo como un integrante del *Grupo Moda Rio*, del que se hablará más adelante. La entrevista y la información presentada orbita alrededor de la batalla que emprendió Luiz de Freitas en favor de normalizar las libertades sexuales de los hombres. La cuestión racial y las representaciones de lo africano en la obra de Luiz de Freitas son aspectos totalmente ignorados. Sin embargo, una obra externa al campo de los estudios de la moda e inmersa en los estudios sobre historia y cultura afrobrasileña, resalta la figura de Luiz de Freitas como un diseñador y empresario de moda afrobrasileño. Esta referencia puede hallarse en la *Enciclopédia Brasileira da Diáspora Africana* de Nei Lopes (2011). Estos contrastes develan que, aunque no son tan visibles, existen disputas por la memoria alrededor de figuras como Luiz de Freitas quien, como explica Fernanda, se convirtió en un referente para los diseñadores negros del presente.

(iii) Por último, el tercer tipo de producción, como indica Damayanthie Eluwawalage (2013), comenzó a prosperar hacia finales del siglo XX y se ha desarrollado más ampliamente en el siglo XXI. A diferencia de las anteriores, se caracteriza por interpretaciones centradas en categorías sociales “marginadas” como las mujeres, los homosexuales, los inmigrantes, grupos étnicos y racializados. La preocupación por el papel desempeñado por estos segmentos de la población en el sistema de la moda global considera los enredos en múltiples redes de poder, significado y valor, a la vez que investiga su papel represivo y habilitante de nuevas formas de agencia. De modo diferente a las dos primeras tipologías, las producciones aquí insertas privilegian los estudios de caso por encima de las macro narrativas y grandes historias nacionales. Esto no implica la ausencia de una perspectiva global/transnacional. Los dossieres en revistas, libros colaborativos, simposios y mesas de

congresos enlazados alrededor de estas temáticas, también los cursos formativos dirigidos a un público general son algunos de los espacios donde se pueden encontrar este tipo de producciones.

1.2 Las tesis historiográficas sobre la inventiva y creación vs. la experiencia de una diseñadora afrobrasileña en Senegal

A inicios de 2020, Fernanda visitó por primera vez suelo africano. Junto con algunos amigos que conoció en su paso por la facultad de *estilismo*, Fernanda organizó un viaje a Senegal, específicamente a la ciudad de *Kébémér*, sitio de *Mosquée de Lompoul*, situada en la región de *Louga*. Tuvo la oportunidad de escuchar por fuentes orales “de primera mano” las historias que yacían detrás de los *Baobab* (*Adansonia*), árboles milenarios que se convirtieron en iconos del África Subsahariana y que, años atrás, fueron su fuente de inspiración para crear los contornos gráficos de su estampa *África berço da Humanidade*.

El relato sobre los *Baobabs* quedó resonando por días en su mente, llevándola a cuestionarse sobre la veracidad/falsedad de las imágenes y discursos que, desde distintos lugares del mundo, se produjeron sobre África. Para su alivio, el relato que escuchó de los *Baobabs* y su asociación con los *Griot*⁵ —[de la traducción al francés] guardianes espirituales de las aldeas que habitan en el corazón de estos árboles— no contradecía aquello que había querido expresar en su diseño. Aquella visita a Senegal la estremeció, casi todo le impresionaba, desde la manera de saludar hasta la conducta al comer. Fernanda, confiesa haber sentido sensaciones de extrañamiento y familiaridad, fue para ella un viaje de auto-descubrimiento.

En las calles notó inmediatamente la variedad de colores en las indumentarias de los senegaleses. La idea de que los tejidos africanos desbordaban en formas y colores parecía ser más o menos cierta (véase la **imagen 4**). Indagando más sobre el asunto descubrió que los tejidos artesanales africanos competían en condiciones desiguales con las imitaciones que procedían de China, India y, en contextos de más exclusivos, con tejidos producidos por compañías europeas como *Vlisco* de origen holandés. Le parecía una paradoja que los africanos utilizaran vestidos “típicamente africanos” hechos con telas que se importaban

⁵ Un *Griot* un narrador de historias en varias regiones del África Occidental. El es un depósito de tradición oral. La tradición oral mantenida por los *Griots* abarca variados aspectos de la vida social de los pueblos, desde el conocimiento del entorno, pasando por las formas de artes, la medicina, hasta llegar a acontecimientos que deben ser recordados. Son fuentes de historia viva que valorizan otras formas de preservar la memoria.

desde otros lugares. Un fenómeno que ya había identificado en Brasil a través de las ideas de exotismo y luso-tropicalismo.

IMAGEN 4

Fernanda en Senegal (2020)



Fuente:

Archivo personal.

Aunque, de cierto modo, la dicotomía entre verdad/falsedad, originalidad/imitación, reproduce miradas esencializadas sobre las culturas africanas, este episodio de la vida de Fernanda nos conduce a la segunda cuestión a tratar ¿Qué ha dicho la historiografía sobre la relación entre creatividad y los marcadores de raza, género y clase social?

Esta pregunta es formulada con un tono de provocación al lector, pues es bien sabido que son numerosas narrativas confieren más valor la creatividad de los diseñadores, marcas y empresas europeas, que, por ejemplo, a la creatividad de diseñadores negros procedentes del Suratlántico. Ocurre lo mismo con otras “alteridades”. Parece existir un consenso en el que las agencias creativas de los norteamericanos y europeos sobrepasaron en escala y valor las acciones de agentes en otros contextos. No obstante, el origen de estas desigualdades es más historiográfico que histórico, es decir, tiene mayor relación con las interpretaciones *a posteriori* que con las realidades estudiadas. Los prejuicios que hacen difícil

pensar atributos como el ingenio, inventiva y creatividad en sectores sociales que difieren del estereotipo del “hombre-blanco-europeo” proceden de un colonialismo epistémico que necesita ser problematizado para emprender una agenda intelectual que contrarreste sus efectos.

Es fácil hallar las narrativas de historiadores de la moda europeos que representen el Noratlántico como la cuna histórica de la diada «capitalismo-modernidad», en la misma clave historia grafica cuestionada por las teorías decoloniales (QUINTERO, FIGUEIRA, ELIZALDE, 2019). El colonialismo específico de esta interpretación se esconde detrás la idea de que las tecnologías que crearon y conectaron el mundo resultaron del ingenio de grandes hombres e instituciones noratlánticas, cuyo protagonismo hizo posible el desarrollo de las grandes embarcaciones, ferrocarriles, automóviles, aviones y vías de comunicación (OSTERHAMMEL, 2015).

El énfasis en las grandes tecnologías consolidó una interpretación del mundo y la modernidad “euro” centrada en lo geográfico, blanqueada en términos raciales, y masculinizada en lo relativo a los roles de género. Si pensamos en una mercancía “clave” para la industria de la moda, como lo es el algodón, entonces, sería necesario mencionar la obra de Sven Beckert (2016) *Empire of Cotton: A Global History* que plantea que el imperio del algodón —y, por consiguiente, el sector textil y la industria de la moda en el mundo— se fundó sobre el aparato de muerte y sufrimiento de millones de trabajadores precarizados, fuesen libres o esclavizados. Al mismo tiempo, intenta convencernos de que las hazañas del capitalismo moderno resultaron de la perspicacia de los comerciantes británicos de Liverpool, Manchester y otras ciudades inglesas quienes “[...] compraban por todo el mundo el algodón en rama y lo transportaban a las factorías británicas en las que operaban incansablemente las dos terceras partes de los husos de algodón del planeta” (BECKERT, 2016: 9). El carácter primitivo, escasamente reflexivo y si se quiere “mecánico” de extraer las materias primas de la naturaleza quedó reservado en la historiografía para los trabajadores pobres, libres y esclavizados; mientras la acción creativa de transformar la naturaleza en manufacturas cargadas de valor económico y significación cultural quedó reservada, en la mayoría de los casos, al estereotipo de hombre-blanco-europeo, comúnmente, entendido como un agente creativo a “mayor escala”.

Alrededor de los actos de creación se han desarrollado dos tipos de lecturas. Una primera que concibe la creación como una respuesta “extraordinaria” a la imposibilidad de solucionar un problema de manera tradicional; y una segunda que la define como un tipo

de adaptación a las prácticas habituales (DALTON, 2004). Estas dos interpretaciones han tenido expresión en los relatos historiográficos. La primera ha apuntado a una dimensión macrosocial de las acciones creativas planteándolas como disrupciones de las actividades habituales. De acuerdo con esto, la acción creativa termina materializándose en las magnas obras que “revolucionaron la historia”, desempeñando un papel “fuera de serie” en el desarrollo artístico, científico y tecnológico. La segunda, presta atención a la dimensión micro social de la creación, y cuestiona los criterios de autoridad intelectual que enmarcaron la acción creativa únicamente en el seno de las principales revoluciones culturales e industriales.

Abundantes ejemplos historiográficos podemos relacionar con la primera perspectiva. La moda ha tendido a relacionarse con la difusión del liberalismo, en tanto proyecto político, y, por supuesto, del capitalismo en tanto la plataforma económica que hizo posible el proyecto de modernidad occidental. Sin embargo, el grado de aceptación de la segunda lectura es desigual respecto a la primera pues, quienes hablan de conocimientos y de tecnologías a “pequeña escala” enfrentan serias dificultades, todavía más si dichos conocimientos proceden de agentes relacionados con el mundo africano, indígena u otras alteridades.

Historiadores recientes revisitaron el papel del Noratlántico en la historia global de la moda, matizando las formas de absolutismo historiográfico inherentes a la lectura de que la moda es exclusivamente una invención de occidente. Carlo Marco Belfanti (2008) intentó revisitar el desarrollo de la moda en el mundo trayendo a discusión narrativas como las de Kirti Chaudhuri y Sam Adshead que, posando la mirada en Asia, India y China del pasado, respectivamente, criticaron la tesis de que las antiguas sociedades orientales fueron sociedades sin moda. No obstante, las reflexiones sobre África, especialmente, sobre el África subsahariana y su diáspora, siguen enfrentando serias dificultades.

Las preocupaciones por la vestimenta y, en general, por la cultura material de las sociedades africanas y su diáspora han estado envueltas en perspectivas naturalistas que la despojaron de la posibilidad de considerarles modernas. Por esto, no extraño la existencia de vacíos y desconexiones entre (i) visiones donde las indumentarias de la población negra son tratadas como vestigios de ancestralidad en un mundo moderno; (ii) perspectivas que prestan atención a las desigualdades raciales concibiendo el vestido como una acción política y un marcador de identidad para la articulación colectiva. Es el caso de los trabajos de María do Carmo Paulino Dos Santos (2019) quien reflexiona sobre los regímenes de

visibilidad vinculados con la negritud en el Brasil contemporáneo; y, por último, (iii) visiones históricas que ponen atención a las experiencias de esclavitud y su posterior expresión estética. Es el caso de Silvia Hunold Lara (2002) que explora las indumentarias y performances de la población negra en Brasil durante el siglo XVIII. A través de pinturas, analiza como las ropas funcionaron como “marcadores de diferencia” social entre negros libres, libertos y esclavizados, representando sus posiciones en el mundo del trabajo de la época. Por otro lado, investigaciones como la de Kelly Mohs Gage (2016) exploran las conexiones visuales y personales de la moda bahiana contemporánea y las indumentarias antiguas de las antiguas esclavizadas. Todo ello, nos hace formular una tercera preocupación ante la escasez de relatos historiográficos que relacionen todas estas temporalidades, acaso ¿las tradiciones y sentidos del gusto de africanos, negros libres y exagentes esclavos desaparecieron súbitamente entre los siglos XIX-XX y “reaparecieron” en el presente bajo el epíteto de una “moda afrobrasileña” que —al menos, historiográficamente— adolece de un sustrato empírico que conecte el pasado con el presente?

1.3 El afropesimismo teórico-historiográfico vs. el afrofuturismo en la óptica de dos diseñadores negros en Rio de Janeiro

En 1985 Fernanda tenía 20 años. Ese año ocurrieron acontecimientos importantes en su trayectoria personal y en el escenario político del país. La presidencia de la República llegaba a manos de sectores políticos que habían pujado por una salida al régimen autoritario militar que había gobernado Brasil desde el golpe de estado de 1964. Por otro lado, empezaba a trabajar en los mostradores *Mr. Wonderful* (véase la **imagen 5**), la tienda de Luiz de Freitas situada en Ipanema. Fernanda recuerda a Freitas como su gran inspiración, una especie de mentor intelectual que la sedujo a la moda. Para Fernanda, Luiz de Freitas había sido el primer diseñador de moda negro brasileño en tener una proyección verdaderamente nacional e internacional. También lo considera uno de los pioneros del “afrofuturismo” en la moda brasileña, aunque el mismo no se haya declarado de esa manera. Cuando se le preguntó a Fernanda ¿Qué entendía ella por “afrofuturismo”? sus palabras, refiriéndose a Luiz de Freitas, fueron las siguientes:

“[...] a criatividade dele, o compromisso que ele tinha com o seu trabalho, com a entrega dos resultados daquelas peças, o rigor que ele tinha nos acabamentos, realmente

*algo muito bem-feito [...] do Luiz eu lembro disso, lembro-me da vanguarda e dessa criatividade projetada para frente*⁶.

IMAGEN 5

Fernanda y *Mr. Wonderful* (1985)



Fuente:

Archivo personal.

Detrás de esa explicación, en apariencia sencilla, se esconde una idea potente, la idea de que la moda producida por agentes creativos negros afrobrasileños no solo es capaz de recordarnos su propio pasado, sino que también puede o incluso debe, proyectarnos hacia otros futuros. considerándose una continuadora de algunas de las ideas de Luiz de Freitas, Fernanda se ve a ella misma en el ejercicio continuo de imaginar “mundos mejores” transfigurándolos en sus ropas.

Como apunta Kelly Mohs Gage (2016), para pensar la moda afrobrasileña en Salvador de Bahía, muchos de los diseñadores bahianos mantienen en el presente una conexión con la herencia de los africanos y su diáspora, representados en las órdenes de captura de los esclavizados fugitivos, diarios de viaje de extranjeros e iconografías de paisajes que circularon durante el siglo XIX. Otro estudio reciente de la investigadora y diseñadora Julia Vidal (2015) propuso una deconstrucción simbólica de las “*figurinas*” que hoy se representan la moda afrobrasileña hoy, exaltando su estrecha relación con algunas religiones de matriz africana, como la del pueblo *iorubá*. Ambos trabajos son representativos de una

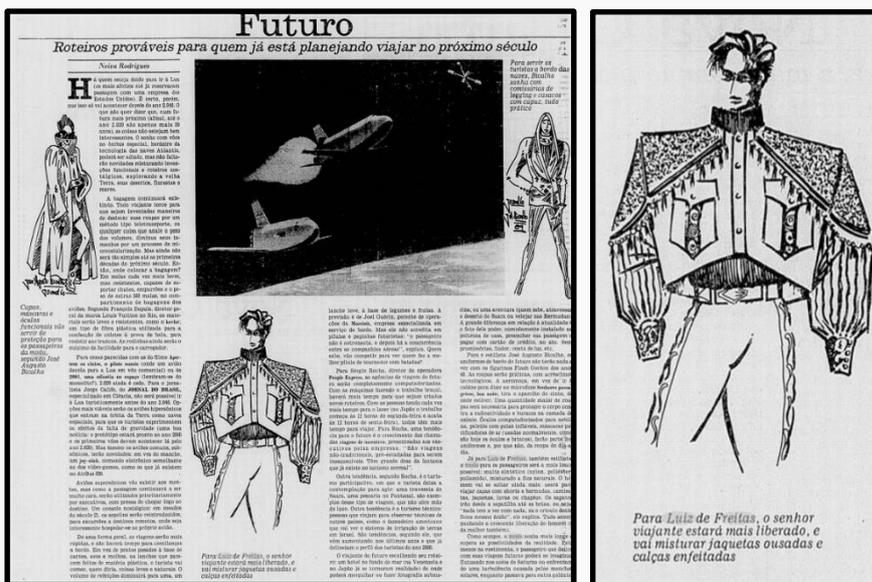
⁶ Entrevista a Fernanda. *Ibidem*.

tradición que tiene la tendencia —cierta, aunque, de cierto modo, peligrosa— de promover reflexiones de lo africano como herencias vivas del pasado, dejando a un lado la imaginación de las poblaciones africanas y afrodiaspóricas respecto al porvenir.

Luiz de Freitas se consideraba a sí mismo un futurista (véase la **imagen 6**), pero, nunca mencionó la palabra de “afrofuturismo” como un sello identitario. Quizá, haya tenido que ver con el propio curso de su carrera que, como se verá más adelante, no activó una idea de africanidad sino hasta cuando ya se encontraba establecido, incluso, podría decirse, en el ocaso de su trayectoria a principios de los años noventa y, muy especialmente, durante el relanzamiento de su marca *Mr. Wonderful* en 2007. El vínculo de Freitas y el afrofuturismo lo hace Fernanda desde su presente, como una diseñadora en el contexto de la *Geração Tombamento*⁷ y sus enlaces claros con el afrofuturismo (TEXEIRA DOS SANTOS y RIBEIRO DOS SANTOS, 2018).

IMAGEN 6

Futuro (1989)



“[...] o senhor viajante [do tempo, para o futuro] estará mais liberado”

Fuente:

Jornal do Brasil, Futuro, 10 de maio de 1989, primer caderno, p. 11.

⁷ El término proviene de la jerga “*tomb*” que significa “causar una buena impresión de una manera diferente”, del mismo modo que “*tumbar*” o “*derribar*”. Esta se popularizó en 2015 por cuenta de las acciones de la rapera Karol Conka. Desde entonces, el término ganó espacio en los medios de comunicación resonando en diversos públicos (ARCOVERDE MOREIRA, 2018).

El afrofuturismo, como se dirá más adelante al analizar las propuestas de Fernanda e Italo, fue entendido como la posibilidad de la población negra de proyectar y hacer realidad “otros destinos posibles”, más inclusivos, y caracterizados por un tipo de democracia incapaz de tolerar asimetrías raciales que dialogan abiertamente con otras formas de opresión, sea a partir del género —en su posición de mujer negra en el caso de Fernanda—, o de la clase social —en la posición de un hombre negro descendiente de costureras por encargo en el caso de Italo—. Para Fernanda, treinta años antes, Luiz de Freitas había abierto una brecha que el colectivo del que forma parte hoy aprovechaba. Tanto Freitas, como los miembros del *Primeiro Coletivo de Afrocriadores de Moda* —en su doble condición de *outsiders* en Ipanema—, orientaron sus esfuerzos a abrirse camino en un escenario donde las vanguardias y, con ellas, los proyectos estéticos de “futuro”, estaban tradicionalmente relacionadas con las propuestas creativas de los sectores blancos e ilustrados de la zona sur de Rio.

Los motivos que condujeron a Fernanda a pensar en Luiz de Freitas como un precursor del afrofuturismo en la moda brasileña se sitúan en dos interfaces. Por un lado, una interfaz “técnica” que se expresó en los acabados bien hechos de sus ropas los cuales, alejaron sus piezas del estereotipo de una producción primitiva y pobremente tecnificada; y, por otro lado, una interfaz “creativa”, de fronteras porosas con las artes pues, retomando las palabras de Fernanda, la labor creativa de Freitas consiguió con éxito transmitir la sensación de proyectarse hacia adelante y crear posibilidades que desafiasen los estereotipos de género de su tiempo. La prensa de los ochenta compartió opiniones similares.

En una edición del 19 de septiembre de 1980, el *Jornal do Brasil* publicó una nota en la que Luiz de Freitas habló sobre las dificultades que enfrentó al intentar vender ropa masculina que se apartaba de los estereotipos de hombre tradicional en Brasil. También contó la desilusión que experimentó al descubrir la resistencia de los hombres cariocas. Fernanda, conectando con las quejas de Luiz de Freitas, también hizo patente su frustración hacia lo que las personas esperaban hoy de la moda afrobrasileña pues, le parecía que el “afrofuturismo” no es del todo compatible con la representación tradicional de la población negra que una proporción del mercado carioca demandaba. En reiteradas ocasiones Fernanda reformó piezas que no había logrado vender. Una de ellas fueron sus creaciones más queridas, camisetas blancas con la estampa de una *Ank*, un símbolo egipcio que evoca el concepto “vida”.

“[...] *As pessoas olham para um símbolo egípcio e acham que não tem nada a ver com eles, que é algo muito antigo, distante [...] quando estou realmente falando de grandes momentos da nossa história, daquela África imponente ¿conhece? não estou apenas falando do que aconteceu, também o que poderia ser*”⁸.

El reclamo de Fernanda, conectado con el que hizo Luiz de Freitas unas décadas antes, muestra cierta continuidad en cuanto a las disputas, tensiones y negociaciones que afrontaron los agentes creativos negros en la dinámica democrática brasileña en distintos momentos. En la década del ochenta, Luiz de Freitas se movió en un marco de serias tensiones caracterizado por el “reacomodo” de fuerzas políticas ante la instalación de un emergente proyecto democrático, todavía frágil. En el presente, Fernanda declara moverse en lo que ella misma denomina “[...] *um país em crise*”⁹, un país en el que la gente, como ella, está reinventándose constantemente como una respuesta a las tensiones políticas e inestabilidad económica que caracteriza al Brasil de la era “post Lula”.

Esta anécdota nos conduce a plantear la última cuestión ¿las violencias introyectadas en la experiencia negra anulan la emergencia de manifestaciones culturales propositivas, de vanguardia (no necesariamente destructivas)?

El revolucionario y filósofo martiniqués Frantz Fanon (1925-1961) trazó una hipótesis que continúa teniendo vigencia: la experiencia negra está ligada a la violencia porque la colonización se fundó sobre la misma violencia (FANON, 1961). Lecturas similares fueron compartidas por intelectuales africanos como Achille Mbembe (1957) que apuntó que el verdadero reto de la experiencia negra es la soberanía, es decir, incidir en el poder que decide quién vive y quien muere (MBEMBE, 2001). Si pensamos, en la idea del Atlántico Negro de Paul Gilroy (1956) la violencia tiene un lugar importante (GILROY, 2001). La institucionalización y expansión del Capitalismo de Guerra recurrió frecuentemente a maniobras de poder a través de la violencia, teniendo como ficha clave a la población negra, esclavizada y, posteriormente, precarizada.

La preocupación por la emergencia de expresiones culturales ante condiciones adversas confrontó formas de afropesimismo y de posibilismo cultural en las narrativas históricas recientes. La historiografía brasileña ha sido testigo de esas tensiones. El trabajo de Robert Slenes (1999) fue una respuesta intencionada a las palabras de Charles Ribeyrolles (1812-1880) que, en las memorias de su trayecto por Brasil en tiempos de la esclavitud, atestiguó

⁸ *Ibidem.*

⁹ *Ibidem.*

que en las *senzalas* nunca había visto nacer una flor, refiriéndose a las esperanzas y recuerdos familiares de los agentes esclavizados. El relato de Ribeyrolles coloca en evidencia doctrinas que sobrepasaron la propia experiencia de los viajeros extranjeros de los siglos XVIII-XIX. La esclavitud, según esto, había sido tan feroz que invalidó la emergencia de “complejos culturales” entre los esclavizados y sus descendientes. Brasil, igual que el resto de los países latinoamericanos, experimentó una fuerte influencia del marxismo entre las décadas del sesenta y setenta, un hecho que se expresó en las interpretaciones dadas a estos problemas. En este lapso se publicaron los trabajos de Florestan Fernandes (1920-1995) quien aseveró que, en la era post esclavitud, los libertos fueron forzados a tornarse responsables de sí mismos, aunque no siempre contasen con los medios materiales, intelectuales y morales para hacerlo “*as facetas da situação humana do antigo agente do trabalho escravo imprimiram a abolição o carácter de uma espoliação extrema [...] se converteu numa ironia atroz*” (FERNANDES, 2008: s. p).

Esta interpretación fue compartida por un grupo de intelectuales pertenecientes y aliñados a la Escuela Paulista de Sociología de la Universidad de São Paulo quienes siguieron prestando atención a la violencia, pero, esta vez, representada en la coerción hacia la mano de obra. Un punto clave en la lectura de este momento fue la profundización de las desigualdades entre “propietarios” y “no-propietarios” de los medios de producción, lo que se tradujo en un mayor énfasis en la marginación y pauperización de las condiciones de vida de los negros libres y esclavizados. La influencia del marxismo de corte estructuralista tuvo dos consecuencias a largo plazo. Primeramente, categorizaciones de tipo binario que enfrentaron posiciones como señores y esclavizados. Seguidamente, la idea de que estas posiciones entrañaban formas de consciencia invariables. Esta visión aprisionó las agencias de la aprobación negra y afrodiaspórica, puesto que la mayoría de sus acciones fueron pensadas a partir de su correspondencia —o no— con la posición que ocupaban en los procesos de producción y de acumulación de riquezas.

Después de los años ochenta se desarrollaron alternativas a los mismos problemas. Se enfatizaron aspectos relativos a las agencias de la población negra promoviendo una valorización de su rol activo en la historia y su aporte cultural en la sociedad del presente. Autores como Silvia Hunold Lara, Stuart Schwartz, Sidney Chalhoub, y otros, se convirtieron en figuras claves de este movimiento. Las últimas décadas fueron escenario de una renovación historiográfica en la que los africanos y sus descendientes comenzaron a ser tratados como algo más que una cifra cuantificable subordinada a las explicaciones de las

grandes asimetrías y desiguales. Esta situación que derivó en un giro historiográfico más centrado en los sujetos que en los grandes grupos poblacionales, apostando a metodologías de corte más cualitativo (ZEMON DAVIS, 1991), este trabajo se inserta en esta dirección.

2. Del trabajo invisible a la visibilidad de la esfera pública: Luiz de Freitas y su tránsito hacia el oficio de la creación de moda

Entre 1979 y 1994 más de una centena de artículos y de reseñas de prensa del *Caderno B* del *Jornal do Brasil* —dedicada a las novedades de la moda y del espectáculo— tenían un único protagonista: Luiz de Freitas. Este personaje que antes de la década del ochenta resultaba un absoluto desconocido, tomó por asalto la esfera pública carioca para revolucionar el concepto de la moda masculina en Brasil¹⁰. La prensa, los noticiarios de TV, los eventos de etiqueta y los bulevares comerciales de la zona sur de Rio de Janeiro sirvieron como galerías expositivas de su trabajo creativo. Sus ropas atrevidas, coloridas y ocurrentes radicalizaban la reacción del público, podían llegar a encantar o espantar, pero, nunca a pasar desapercibidas¹¹.

En 1979 Luiz de Freitas inauguró una boutique en Ipanema conocida como la Clínica da Moda, un espacio en el que prometió curar los prejuicios sociales en torno a la masculinidad viril en boga por aquellos años. Este acontecimiento marcó el hito de su despegue. Al poco tiempo, su proyecto comenzó a revelar avances notables en vías a la internacionalización. En el transcurso de la década del ochenta logró inaugurar tiendas y *showrooms* de su marca pionera *Mr. Wonderful* en ciudades importantes de Brasil, EE. UU, Portugal y Holanda. También presentó sus colecciones en ciudades francesas y alemanas.

Los titulares de prensa que celebraban la internacionalización de Luiz de Freitas y su expansión “*de Ipanema para o mundo*”¹² —creando un “segundo origen”— excluyeron sistemáticamente dos cuestiones cruciales. Primero, Freitas no provenía de Ipanema, ni de ninguno de los barrios nobles de la zona sur de Rio de Janeiro. Segundo, la figura de Luiz de Freitas era la de un diseñador de moda negro, nieto de obreros precarizados que desde muy joven migró a la zona sur de Rio de Janeiro para ejercer el oficio de la costura lejos de los prejuicios de su familia que veía en ella una tarea doméstica y femenina, incompatible con el rol de los hombres que crecían en el orbe obrero.

Cuarenta años antes de sus debuts en los bulevares de la zona sur, Luiz de Freitas se ubicaba en la “acera del frente” de la cadena de producción, en la invisibilidad del trabajo

¹⁰ Bety Orsini, Estilista que revolucionou a moda masculina no país quer doar acervo, *Globo*, 23 de setembro de 2012. Disponible en línea en: <https://oglobo.globo.com/rio/estilista-que-revolucionou-moda-masculina-no-pais-quer-doar-acervo-6175335> [consultado el 20 de noviembre de 2020].

¹¹ *Jornal do Brasil*, Fantasia e o trivial chegam ao acordo perfeito, 11 de março de 1979, caderno B. p. 9

¹² *Jornal do Brasil*, Luiz de Freitas de Ipanema para o mundo por Iesa Rodrigues, 26 de abril de 1980, caderno B. p. 2

obrero dentro de las fábricas textiles. Sus primeros recuerdos entre textiles no procedieron de una tradición familiar que cultivase su pasión por el oficio creativo en la moda. Por el contrario, estuvieron ligados a los procesos manuales de fabricación textil en la *Compañía América Fábril* donde su abuelo Belmiro trabajó durante infancia y adolescencia. Estas omisiones no fueron casuales. La información disponible en la prensa proveyó pocas pistas que permitiesen a los lectores de la época apreciar la singularidad de figuras históricas como Luiz de Freitas. Esta cuestión estuvo relacionada con los silencios que alimentaron el mito de la Democracia Racial en Brasil y en el resto de los países de América Latina (FISCHER, GRINBERG y MATTOS, 2018).

La esfera pública, en el marco de sus contradicciones internas, replicó contenidos afines con los proyectos e intereses tanto del sector privado como del Estado —por medio de la coerción, la negociación, o ambas—. Sin embargo, esto no embargó la expresión de otros sectores de la población (ARATO y COHEN, 1999). Luiz de Freitas promovió una agenda creativa centrada en la fluidez de las identidades de género y, mucho más tímida y tardíamente, sobre las conexiones entre África y Brasil luego de que se abrieran algunas brechas en la prensa carioca a finales de los ochenta. Sus campañas se caracterizaron por una compleja relación entre controversia y cautela, que muestran las innumerables contradicciones que tuvo que enfrentar al intentar conciliar sus ambiciones personales con las expectativas del mercado y las dificultades políticas de su contexto. Su estrecha relación con el público de las clases media y alta de la zona sur de Rio de Janeiro, sumada a su creciente fama producto de la internacionalización de su marca *Mr. Wonderful*, le consintieron a Luiz de Freitas expresar muchas de sus ideas en un escenario de enormes tensiones políticas e ideológicas.

A continuación, me propongo relatar determinados eventos de la trayectoria personal y profesional de Luiz de Freitas con el objetivo de examinar las estrategias que emprendieron los agentes creativos negros para proyectar sus ideas en el marco del complejo tránsito hacia la democracia en Brasil entre las décadas del ochenta y noventa. Deseo demostrar a partir de las experiencias de Luiz de Freitas que algunos agentes creativos negros tuvieron la capacidad de utilizar a su favor ciertas coyunturas económicas y turbulencias políticas para posicionar banderas colectivas y cumplir objetivos personales.

2.1 De una villa obrera en Magé a los bulevares comerciales de la zona sur de Río de Janeiro (1941-1980)

Ejercer un “oficio noble¹³” como el de diseño de modas y exhibirlo en un “barrio noble” como Leblón o Ipanema (ARAÚJO, 1993) constituye un tipo de hazaña que puede resultar más difícil para unos que para otros. Los puntos de partida y de llegada de los modistas y diseñadores de moda nunca son los mismos porque sus trayectorias involucran decisiones individuales, tradiciones familiares, condicionantes estructurales y contingencias que, si bien, inscriben sus experiencias en una compleja red de relaciones atravesada por desigualdades y opresiones ancladas a la raza, género y clase social, también modelan trayectorias únicas e irrepetibles. Algunas de ellas cuentan historias que involucran varias generaciones, mientras otras parecen haber ocurrido de un solo salto. La historia de Luiz de Freitas parece contener elementos tanto de las primeras como de las segundas.

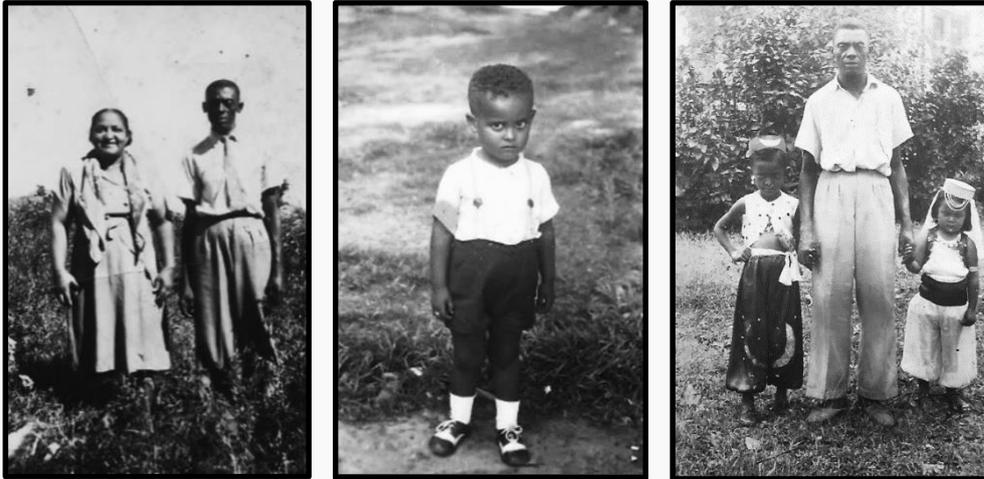
Este modista y diseñador de moda creció cercano a los procesos de fabricación textil por cuenta de la experiencia de trabajo de su abuelo Belmiro quien desde que tenía diez años se desempeñó como obrero de la *Compañía América Fabril* asentada en Pau Grande, en el municipio Magé, Estado de Río de Janeiro. Así lo oyó en algunos de los relatos más revisitados durante su infancia. Belmiro fue uno de los ochenta menores de edad que en 1895 conformaban cerca del 15% de la mano de obra de esta fábrica (VON DER WEID y RODRIGUES BASTOS, 1986). Sus abuelos maternos, Maria y Belmiro, tuvieron una marcada presencia durante la infancia de Freitas porque, poco después de su nacimiento en 1941, su padre se encaminó a prestar servicios militares al Ejército Nacional brasileño y lejos de casa contrajo una neumonía que se agravó y le causó la muerte. Al perder a su esposo, Magnolia, madre de Freitas, decidió volver junto con sus padres al pueblo de Pau Grande donde pasaron los años de su infancia¹⁴ (véanse las **imágenes 7, 8 y 9**).

¹³ El sociólogo francés Pierre Bourdieu (1969) unifica el trabajo intelectual y artístico dentro de una misma categoría: el trabajo creativo, preocupándose por sus relaciones y adscripciones con la clase social que lo produce. Bourdieu señala que la relación existente entre un artista creativo y su obra, y por tanto su obra en sí, se ve afectada por el sistema de relaciones sociales dentro del cual tiene lugar la creación como acto de comunicación, o para ser más exactos, por la posición del artista creativo en la estructura del campo económico y cultural. Como se apuntó en el capítulo anterior ha dominado un consenso intelectual que atribuye las acciones creativas a una clase social específica situada geográficamente; entiéndase propietarios de empresas (reconocidos por patentar tecnología y procesos de producción) y una cierta nobleza cultural (reconocida por sus institucionalizar cánones en el campo de las artes), siendo el Atlántico Norte el locus de enunciación por excelencia. Esta lectura margina las producciones intelectuales y artísticas de otros sectores sociales y los sitúa fuera de los límites de trabajo creativo, entendido como un tipo de “oficio noble”, asignándole un estatus de folklore que minimiza su importancia y su posición de vanguardia.

¹⁴ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, Nasci Gay, 2014. Disponible en línea en: <http://nasci-gay.blogspot.com/2014/11/luiz-de-freitas.html> [consultado el 14 de octubre de 2020].

IMÁGENES 7, 8 y 9

Abuelos de Luiz, Maria y Belmiro | Luiz de Freitas a los 5 años | Luiz, Belmiro y su hermana Lurdes



Fuente:

Entrevista a Luiz de Freitas por Ruth Joffily y Laura Oldenburg. Nasci Gay [libro-site], 2014.

Desde el antiguo régimen colonial, pasando por el Brasil Imperial y Republicano, fue común que los hombres negros se incorporasen a las viejas órdenes militares y a los ejércitos nacionales como una estrategia de movilidad social tanto individual como familiar. Lo mismo pasó con la incorporación de mujeres y niños a las iglesias (REID ANDREWS, 2018). Este fue el caso de la trayectoria familiar de Luiz de Freitas. Su abuela Maria solía llevarlos a él y a los otros miembros de su familia a la iglesia *Sant'Ana* que servía entonces como el centro de operaciones de la feligresía católica que vivía alrededor de las villas de obreros del municipio Magé¹⁵.

Marco Sabino (2007) señala que el primer encuentro de Luiz de Freitas con la costura estuvo relacionado con las actividades religiosas de la iglesia católica local a la que asistía de niño junto con su familia. Cuando tenía nueve años elaboró un vestido blanco para que su hermana Lurdes asistiera a una sesión de catecismo un domingo. Recuerda haber hecho un sencillo vestido de tres faldas decorado con *sianinha* que pegó y despegó varias veces. Aquel vestido fue realizado con una pieza de tejido *opala* que su abuela Maria le había otorgado luego de algunas disputas. Ese episodio marcó una inflexión entre el nacimiento de su temprana pasión por la costura y los estereotipos de género asociados al trabajo obrero y campesino en un sitio como Pau Grade. Sus primeros intentos de confección de

¹⁵ *Ibidem.*

ropas estuvieron frustrados por la negativa de su abuela a proporcionarle las telas e insumos necesarios para la confección de ropas. Doña Maria había declarado su desacuerdo con la idea de que la costura —entonces, considerada una tarea doméstica y femenina— fuese desempeñada por las manos de un hombre, menos por las de su joven nieto de quien esperaba estudiase y llegase a ser médico¹⁶.

Durante la infancia de Freitas el poblado de Pau Grande transitaba entre dos semblantes, uno de ruralidad y otro de urbanidad, producto del rápido desarrollo industrial impulsado por las fábricas textiles instaladas en Magé a finales del siglo XIX. Durante los años de la Primera República (1889-1930) fenómenos como la expansión del mercado de consumo impulsado por la difusión de la mano de obra asalariada, la disponibilidad de energía hidráulica, las mejoras en el sistema de transporte y la importación de telares ingleses dinamizaron el crecimiento del sector textil en Brasil, especialmente, en el Estado de Río de Janeiro (STEIN, 1979). En ese periodo comenzaron a congregarse las fábricas textiles atraídas por el potencial hídrico de la región de Magé la cual estaba atravesada por ríos que descendían de la llamada *Serra dos Órgãos* (RIBEIRO, 2015). Pau Grande fue entonces uno de los cinco grandes circuitos textiles instalados en la región, junto con *Santo Aleixo*, *Mageense*, *Andorinhas* y *Meio da Serra*. La zona serrana del Estado Río de Janeiro se había constituido como uno de los enclaves del Mundo Atlántico donde el capital brasileño se juntó con capital extranjero, en especial el británico¹⁷, para hacer del algodón un motor de industrialización —para seguir más detalladamente esta tesis revisar a BECKERT, 2016—. La infancia de Freitas transcurrió en este contexto, un período de cambios que el historiador Wilson Suzigan (2000) denominó la “Primera Fase de la Industrialización Brasileña” —ocurrida entre 1901 y 1927— donde, por primera vez, la producción industrial superó en crecimiento a la producción agrícola con tasas medias de crecimiento anual de 4,3 y 3,7, respectivamente.

En los años previos al nacimiento de Luiz de Freitas, el desarrollo industrial del sector textil se acompañó de la formación de movimientos obreros que organizaron a los trabajadores locales para demandar mejoras en las condiciones de trabajo dentro de las fábricas

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ La *Compañía América Fabril* fue fundada entre 1878 y 1879 en los antiguos territorios de la hacienda de Pau Grande. Perteneció a los brasileños Antônio Felício Dos Santos, José Rodrigues Peixoto y al empresario de origen británico John Sherrington. En sus inicios, la fábrica comenzó dedicada solo a la fabricación de tejidos de algodón pues, como señalan Elisabeth Von der Weid y Ana Marta Rodrigues Basto (1986) las tasas de aduana para los textiles importados eran tan altas que ofrecían un marco de protección que fomentó la producción de textiles nacionales durante aquellos años.

textiles instaladas en el municipio Magé. Pau Grande empezó darse a conocer como *Moscuzinho*, un fenómeno común considerando que la articulación obrera en el periodo entre y postguerra reivindicaba inspirarse en la experiencia soviética¹⁸. Las fotografías y listas del personal de la *Compañía América Fabril* durante los primeros decenios del siglo XX demuestran que abundaban los trabajadores adolescentes entre catorce y diecisiete años, aunque no eran pocos los casos de niños obreros que, como Belmiro, ingresaban a trabajar en la fábrica aproximadamente a los cinco años.

Alrededor de la fábrica se constituyó un sistema que forzó la transferencia del trabajo obrero al espacio doméstico. Las casas de las familias obreras en Magé fueron construidas como parte de una estrategia para mantener a los trabajadores siempre disponibles y bajo control. La iglesia y la escuela también fueron partes constitutivas del orbe industrial que mantuvo a las mujeres, adultos retirados y niños, próximos a la esfera de producción. Este sistema promovía que los niños nacieran y se criaran en la fábrica (VON DER WEID y RODRIGUES BASTOS, 1986).

Luiz de Freitas creció en el seno de aquel sistema lo que tornó complejo sus comienzos en el oficio de la costura. Los referentes familiares con relación al trabajo obrero —visto por su abuelo y sus tíos maternos como un tipo de ocupación “natural”— y las esperanzas de su abuela Maria en torno a la educación —pensada por ella como un factor de movilidad social— hicieron que su familia tratase su gusto por la costura como un enemigo que debía erradicarse¹⁹.

Por aquellos años la *Compañía América Fabril* promovió la construcción de escuelas que se encontraran alineadas con las dinámicas de la fábrica. Gradualmente, los ascensos de los obreros empezaron a estar condicionados por la variable “alfabetización” e, incluso, en algunos casos, la dimisión de trabajadores estuvo ceñida al mal rendimiento dentro de la escuela. Como señalan Elisabeth Von der Weid y Ana Marta Rodrigues Bastos (1986), la escuela primaria de la fábrica de Pau Grande vino a insertarse en un contexto específico donde la mayoría de los vecinos eran analfabetas (véase la **imagen 10**). De ese modo, los obreros de la compañía eran considerados “de élite” por tener una educación que los distinguía del resto de los obreros y vecinos de la región. La creciente importancia dada a la

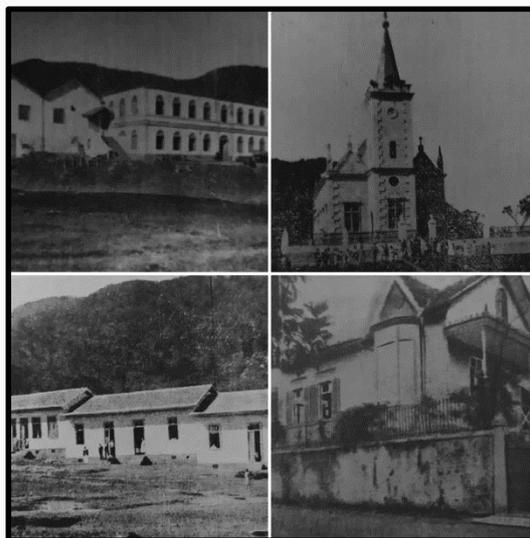
¹⁸ El mismo fenómeno aconteció en varios lugares del mundo a lo largo del siglo XX. Felipe Augusto dos Santos Ribeiro (2015) destaca otros lugares en Brasil que también fueron conocidos bajo el mismo epíteto, entre ellos: Jaboatão dos Guararapes (Pernambuco); Santos (São Paulo); Realengo (Rio de Janeiro), entre otros.

¹⁹ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

alfabetización y el hecho de que Luiz de Freitas fuese el primero de su familia en completar con éxito la educación primaria durante su infancia, hicieron que su abuela Maria se empeñara en garantizar su educación después del ciclo primario.

IMAGEN 10

Fábrica Textil | Iglesia *Sant'Ana* | Villa Obrera | Escuela Primaria de Pau Grande (1921)



Fuente:

Elisabeth Von der Weid y Ana Marta Rodrigues Bastos, 1986.

Una tarde lluviosa de 1950, Doña Maria le impidió a Luiz de Freitas salir a jugar a las calles de Pau Grade para evitar que se resfriase. Entonces, decidió jugar cartas en la casa de una vecina que se desempeñaba en el pueblo como costurera por encargo. Las visitas habituales a la casa de esta vecina habían despertado en Freitas un interés por el oficio de la costura. Aquella tarde dejó de lado las cartas, tomó una revista, una cinta métrica y una escala, y comenzó a rasgar las ropas de la forma que su vecina lo hacía. De tanto mirarla aprendió a hacer moldes para el modelaje de las ropas, solo necesitaba de telas para cortar y ensamblar las piezas. El pequeño Luiz era consciente de que, procediendo de una familia obrera y predominantemente masculina, sería difícil que le proveyeran de los enseres necesarios para dar sus primeros pasos en la costura. Cómo se verá más tarde, sus inicios en ese campo fueron decididos, aunque reprochados y accidentados²⁰.

Entre 1951 y 1954, la abuela Maria envió a Luiz de Freitas a estudiar a Petrópolis, una ciudad cercana también ubicada en la región serrana. Luiz era su primer nieto y pese a que

²⁰ *Ibidem.*

ella no sabía ni leer ni escribir, se había convencido de que su esposo Belmiro y sus hijos varones debían pagar por la educación del niño. Después de culminar sus estudios en la escuela primaria fue enviado al Colegio Werneck donde cursó el *ginasial*, o primer período de la escuela secundaria, inserto en un régimen semi-interno que tendría una duración de cuatro años²¹. El Colegio Werneck era entonces una pequeña institución privada que había sido fundada en 1936, y que en la década del cincuenta contaba con un número modesto de trescientos estudiantes (FERRANTE, 2019).

La familia de Freitas contaba con un capital económico limitado. Sin embargo, decidió costear su educación en una pequeña institución privada de un poco más de una década de antigüedad. A mediados del siglo XX los proyectos alrededor del acceso gratuito y universal a la educación en Brasil estaban bastante lejos de estar resueltos. En la educación primaria se habían logrado avances en cuanto a su obligatoriedad y gratuidad desde la Constitución de 1934. De hecho, en la escuela de la fábrica de Pau Grande la educación de los obreros y sus familiares cercanos era obligatoria a partir de los cinco años como lo fijaba aquel proyecto. Sin embargo, el carácter selectivo y elitista de la educación secundaria —en los niveles *ginasial* y *colegial*— y de la educación superior permaneció vigente durante esos años, favoreciendo a los hijos de la elite que contaban con el capital económico y social necesario para asegurar su inclusión en instituciones educativas públicas y privadas con mayor trayectoria (BITTAR y BITTAR, 2012; DALLABRIDA, 2014). Pese al carácter privado del Colegio Werneck, su reducido tamaño y su corta trayectoria permitió la inserción de niños y niñas de la clase trabajadora de algunas de villas de obreros circundantes.

De sus años en aquella institución, Luiz de Freitas recuerda nítidamente una cosa: la toma de conciencia de su negritud. La imagen que entonces se proyectaba sobre Petrópolis enaltecía la idea de una “Ciudad Imperial²²” que fue receptáculo de la migración europea que llegó a Brasil a mediados del siglo XIX. Pese a que el “contingente” de mano de obra europea traída en 1845 había estado compuesto solo por doscientas familias alemanas que

²¹ *Ibidem*.

²² La imagen de Petrópolis como la “Ciudad Imperial” fue especialmente promovida por los investigadores del Instituto Histórico de Petrópolis (IHP) quienes representaron la ciudad como el resultado de los planes del emperador Don Pedro I y su afán por construir un palacio de veraneo en una región de clima ameno para recibir a los visitantes europeos que llegaran a Rio de Janeiro. Posteriormente, esta imagen se reforzó en el periodo republicano cuando algunos presidentes se retiraban para vacacionar en la sede del Palacio Rio Negro.

habían sido enviadas por la casa *Charles Delrue & Companhia* (AQUINO y CUNHA JUNIOR, 2014), Luiz de Freitas se percibía en aquellos días como el único negro en Petrópolis. Se recuerda a sí mismo como la atracción de la avenida *15 de novembro* porque los vecinos de Petrópolis “[...] *esbarravam em [ele] meio assustadas [pois...] ao final ali só tinha alemão porque era uma cidade de colonização alemã*”²³.

El poder narrativo que imaginaba a Petrópolis como una “ciudad blanca” había tenido un fuerte efecto sobre Luiz de Freitas quien, en aquel momento, fue incapaz de percibir que tanto él como su familia eran parte del orbe negro que había sido llevado como mano de obra esclava a las antiguas haciendas de Magé y que entonces persistían como obreros en las emergentes fábricas textiles. Cerca del 60% de los obreros de la *Companhia América Fabril* eran originarios de la vieja hacienda Pau Grande y proximidades de Magé, siendo el 54% de ellos personas consideradas “no blancas” (VON DER WEID y RODRIGUES BASTOS, 1986).

Las etiquetas de “Ciudad Imperial” y “Ciudad de Colonización Alemana” pretendieron borrar las memorias referidas al trabajo esclavo y a la herencia cultural africana en la región serrana cercana a Petrópolis. Al mismo tiempo, reforzaron el imaginario de una ciudad levantada por mano de obra blanca, libre y europea. Este proceso condujo a que Petrópolis se viera como un enclave social diferente e, incluso, independiente al resto de las poblaciones alrededor de la *Serra dos Órgãos*, un tipo de local ideal para el veraneo de las familias adineradas que tornaba la ciudad un centro de agitación política en Brasil (AQUINO y CUNHA JUNIOR, 2014). Este argumento resume bien el motivo por el que la abuela de Freitas insistió tanto en enviarlo a estudiar para Petrópolis, ella deseaba potenciar las oportunidades de su nieto, asunto que encontraba difícil si este permanecía en el orbe obrero de Magé.

En la práctica las fronteras entre la dimensión objetiva y la percepción subjetiva de la realidad fueron extremadamente imprecisas y porosas. La percepción de Petrópolis como una “ciudad blanca” hizo que Freitas reflexionara sobre los estigmas raciales proyectados en las prácticas de trabajo y las estrategias adoptadas por la población negra para sortear tales dificultades. Estando más lejos de casa, aprovechó para desempeñarse de forma más o menos secreta en el oficio de la costura, utilizaba los fines de semana para realizar ropas

²³ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

para sus vecinos en Petrópolis y, a los trece años, ya había percibido que lo que hacía le iba a generar dinero²⁴.

El dinero que recibía por las actividades de costura había aumentado su confianza y su capital, recuerda con gracia que cuando la mesada de sus compañeros de colegio acababa tenía la posibilidad de prestarles dinero. Sin embargo, los roces dentro de su casa continuaron. Su abuela, enterada de sus actividades, seguía en desacuerdo con su desempeño en la costura y sus tíos varones trataban de ocultar que a su sobrino le gustaba aquel oficio femenino. En 1954, poco antes de culminar el *ginasial* en el Colegio Werneck, su estabilidad emocional se vio estremecida por el fallecimiento de su abuela. Tenía catorce años cuando en 1955 se vio obligado a desistir de los planes que Doña Maria tenía para él. Ese mismo año comenzó a trabajar en uno de los almacenes de la *Compañía América Fabril* en Pau Grande suministrando repuestos para las máquinas. Su familia tenía varias décadas trabajando en la compañía por lo que, después de la muerte de su abuela Maria, su abuelo y sus tíos varones empujaron para que tomara un empleo dentro de la compañía. El ambiente obrero no parecía coincidir con el trabajo que Luiz de Freitas entreveía para su futuro y, pese a la ola de críticas, decidió declinar a su trabajo en la *Compañía América Fabril*. Entonces, ni sus familiares, ni sus amigos, ni sus vecinos comprendieron su decisión pues, casi todo el mundo, deseaba asegurar un trabajo que les garantizara educación y Luiz de Freitas se encontraba pidiendo dimisión. Fue un escándalo en la pequeña localidad de Pau Grande cuando el joven Freitas solicitó la dimisión²⁵.

2.1.1 El trabajo anónimo y las desventuras de un costurero desconocido en la zona sur

La dimisión de Freitas de la *Compañía América Fabril* tornó inviable su permanencia en Pau Grande por lo que, en los tiempos venideros, resolvió mudarse a la ciudad de Río de Janeiro donde incursionaría más sistemáticamente en el oficio de costura y, posteriormente, en el orbe social de la moda. Los familiares de Freitas pensaron que se aventuraba a “buscar la vida” en una ciudad que lo sobrepasaba tanto en tamaño como en libertades. Su irreverencia no solo aplicó al hecho de renunciar a un puesto de trabajo en la compañía en la que había trabajado toda su familia, sino también a la decisión de abandonar Pau Grande para insertarse en un espacio con mayor visibilidad en la esfera pública nacional e

²⁴ *Ibidem.*

²⁵ *Ibidem.*

internacional²⁶. Pocos creyeron posible que un hombre joven, negro, criado en el seno de una familia obrera, precarizada, del interior de Río de Janeiro, lograra abrirse camino en un orbe que proyectaba un rostro blanco, un perfil elitista y un aire cosmopolita (véanse las obras de BOURDIEU, 1983, 2010; MELO y PASSOS, 2019; ALMILA, 2017 y otros).

Hasta la década del cincuenta el oficio de costura desempeñado por Freitas no sobrepasó sus redes familiares, vecinales y amistades²⁷, pero, después de su llegada a la ciudad de Río de Janeiro la situación comenzó gradualmente a tornarse diferente. Al principio le fue difícil conseguir un empleo en los ateliers de alta costura ubicados en la zona sur. Antes de poner un pie en un atelier debió trabajar en una empresa del sector automotriz especializada en la fabricación de piezas de automóviles. Su nombre era *Borghoff S. A*²⁸. Esta empresa era una de las compañías más importantes de este ramo económico. Su director y presidente Guilherme Borghoff se desempeñó por aquellos años como uno de los principales representantes de la Confederación Nacional de Comercio de Brasil²⁹.

Los años cincuenta se caracterizaron por una explosión de urbanización y un crecimiento retraído del empleo urbano, esto quiere decir un apresurado crecimiento de la población urbana y la tímida expansión de los puestos de trabajos en las ciudades (AGUIAR DE MEDEIROS, 2011). La historia personal de Freitas y su tránsito hacia Río de Janeiro permite entrever la dimensión particular que, a la par de las transformaciones económicas estructurales, favorecieron la migración rural hacia las principales ciudades. En 1950 el 36% de la población brasileña vivía en áreas urbanas mientras que para 1960 ese número se transformó en un 45%. La trayectoria de Freitas formó parte de toda una constelación de historias particulares escondidas detrás de ese crecimiento demográfico inusitado pues, a partir de la década del treinta “[...] *los fluxos migratórios internos aceleraram-se e tomaram volumes e direções crescentemente a favor da região Sudeste, como resultado da industrialização combinada ao incremento da urbanização no eixo Rio/São Paulo*” (MATOS, 2012: 13).

El desarrollo industrial entre las décadas del sesenta y setenta se concentró en el ramo de la transformación de materias primas, producción de material de transporte y desarrollo

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ Paula Acioli (2019: 347) señala que a mediados del siglo XX, las personas em Rio de Janeiro tenían el “[...] *hábito de fazer roupas em costureiras ou em casa*”.

²⁸ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

²⁹ *Correio da Manhã*, Resultado da Missão Brasileira á Venezuela logo se fara sentir, 2 de abril de 1960, primer caderno, p. 10.

mecánico, situación que tornó posible que estas industrias fuesen las que lideraran la absorción del empleo urbano en el sector secundario. El auge de la industria textil en el que se había desarrollado la vida familiar de Freitas se vio diezmado por esta nueva realidad. La industria textil que en el año de 1959 contenía cerca del 21,4% de los trabajadores industriales directamente ligados con la producción, en 1970 contenía solo el 14,5% de los trabajadores³⁰ (AGUIAR DE MEDEIROS, 2011). Si bien fue breve, el paso de Freitas por la *Compañía América Fabril* y su posterior trabajo en *Borghoff*³¹ fue un claro síntoma de esta transformación.

Entonces estaba bajo la orden de una migrante portuguesa llamada Maria el área de la cocina. Freitas había sido bien valorado por su gusto en la decoración y sus jefes consideraban que aprendía mucho más rápido que el resto. No obstante, como si se repitiera la historia, un día tomó valor y presentó su renuncia en *Borghoff*, pues había concluido que, si él no estaba dispuesto a hacer lo necesario en nombre de su ideal, no podría decir que había intentado todo para hacer aquello que le apasionaba: diseñar ropas y tornarlas realidad³².

Al poco tiempo de renunciar, Freitas tocó fondo. Apenas iniciaba la década del sesenta cuando sus ahorros se agotaron. Durante esos años llegó al extremo de tener que vivir en la calle y dormir en los bancos de la plaza Serzedelo Corrêa ubicada en Copacabana donde se localizaban algunos de los ateliers de alta costura en los que pretendía pedir empleo³³. No deseaba volver a incursionar en el trabajo industrial. En aquellos años los clasificados de la prensa carioca como el *Jornal do Brasil*, *Fluminense* y *Última Hora*, estaban llenos de anuncios que demandaban y ofrecían servicios de sastrería y costura. Esta dinamicidad en la oferta y demanda le permitió a Freitas encontrar un espacio y comenzar a trabajar en un atelier de alta costura en Copacabana donde se confeccionaban ropas para figuras del mundo del espectáculo en los sesenta como la actriz de teatro Dercy Gonçalves (1907-2008), la comedianta y actriz de televisión Nair Bello (1931-2007), y las cantantes Elizeth

³⁰ El reemplazo de las fibras sintéticas por el algodón, la lenta modernización de las maquinarias utilizadas para la fabricación textil en Brasil y el cambio en los patrones de consumo hacia modelos más masivos, son algunos de los factores que explican la disminución porcentual de la proporción de trabajadores contenidos en el sector textil. *Jornal do Brasil, A questão de fibra*, 1 de julho de 1970, caderno B, p. 1.

³¹ Siguiendo la tendencia creciente de los precios de las acciones de la empresa *Borghoff S. A* en periódicos como el *Correio da Manhã* puede apreciarse que las décadas del cincuenta y sesenta fueron periodos claves de su crecimiento económico, fenómeno que también estuvo relacionado con la vinculación de algunos de sus altos ejecutivos con la esfera del gobierno.

³² Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

³³ El término de Alta Costura o "*Haute Couture*" se usa para un tipo específico de producción de piezas de ropa hechas a medida. Suelen ser modelos único y exclusivo para cada cliente, se realizan a mano utilizando los mejores materiales, como telas finas y piedras, con técnicas especializadas de costura y bordado.

Cardoso (1920-1990) y Elza Soares (1930). También para altos funcionarios del Banco Central y demás instituciones públicas del país³⁴.

Allí conoció a una de sus mejores amigas, Mary Galvão, quien se desempeñaba como bordadora en aquel atelier. Por cuenta de sus dotes creativas, Luiz de Freitas diseñaba las ropas y Mary realizaba los bordados³⁵. La división del trabajo dentro del atelier le permitió posicionarse ágilmente pues, la labor de diseño se distinguía de otras labores más técnicas como la ejercida por costureras y sastres —luego, especializados en *pantaloneiros*, *tuniqueiros*, *camiseiros*, etc., según el tipo de prendas que elaborasen—, aprendices de costura, bordadoras manuales, patronistas, etc. La experiencia de Freitas en aquel atelier le brindó la oportunidad de conocer “desde adentro” los procesos de confección de ropas. Entre 1965 y 1967 creó una marca de ropa femenina llamada *Belui*³⁶ cuyo nombre resultó de la combinación de “*Be*” —iniciales del nombre de su abuelo Belmiro— y “*Lui*” —las iniciales de su nombre Luiz—. Por esos años, también vendió sus diseños a figuras notables de la alta costura brasileña como Hugo Rocha. Este último fue pionero de la institucionalización de la moda producida en Brasil y uno de los promotores de la creación de la Cámara Nacional de Alta Costura Brasileña en 1970. Influenciada por la experiencia francesa de la *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, la Cámara Nacional de Alta Costura Brasileña anhelaba entonces conocer, reunir y organizar a los trabajadores de la alta costura, siguiendo el ejemplo de los principales centros de la moda en Europa y EE. UU³⁷.

La incursión de Freitas en los circuitos de la moda carioca coincidió con la aparición y expansión de los ateliers de alta costura dedicados a la producción de ropas a la medida (ACIOLI, 2019). Hasta entonces el consumo de ropa que se extendió en los principales centros urbanos de Brasil estuvo influenciado por la alta costura francesa. Sin embargo, rescatando para la discusión la interpretación de Paula Acioli, una resolución oficial, separada del orbe de la moda, contribuyó poco a poco a “diluir” la tendencia imitadora de la moda europea: la transferencia de la Capital Federal de Río de Janeiro a Brasilia el año de 1960. Por otro lado, los historiadores Luís André do Prado y João Braga (2011) presentan

³⁴ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ La fecha de creación de *Belui* se calculó a partir de una operación simple. En un artículo de prensa de 1983 se indicaba que la marca tenía alrededor de dieciocho años de existencia. *Jornal do Brasil*, Na falta de dinheiro, a imaginação faz moda, 10 de julho de 1983, caderno B, p. 9.

³⁷ La iniciativa de la *Câmara Nacional de Alta Costura Brasileira* nació de la movilización de costureras cariocas como Hugo Rocha, Ney Barrocas y Guilherme Guimarães; de São Paulo como Dener Pamplona de Abreu, Clodovil Hernandes y José Junes; de Recife como Marcilio Campos; de Santa Catarina Galdino Lenzi; y de Porto Alegre Mary Stgledler. *Correio da Manhã*, Alta costura em ação, 1 de abril de 1970, anexo, p. 2.

una hipótesis contraria, considerando que en los años sesenta las licencias de las marcas de costureros europeos estaban en boga en Brasil. Lo cierto es que ambos procesos coexistieron.

En un libro reciente, Acioli (2019) hace eco de lecturas que consideran que el traspaso de la Capital Federal a Brasilia³⁸ alivió a los agentes creativos cariocas de tener que respetar cierto aire de oficialidad burocrática trayendo como resultado un entorno más “condescendiente” para quienes ejercían los oficios creativos (véase la **imagen 10**).

IMAGEN 10

A Moda Burocrática



"[...] o atual regime grego tentou lutar em vão contra a minissaia e, pelo visto, teve de ceder algumas polegadas de tolerância"

Fuente:

Jornal do Brasil, Moda Burocrática, 3 de setembro de 1970, primer caderno, p. 6

La lectura de Acioli deja de lado la centralidad de las repercusiones económicas de la transferencia. A comienzos de la década del sesenta se incrementaron las preocupaciones por el futuro de las compañías e instituciones instaladas en Río una vez se tornase efectiva la reubicación de la Capital Federal en Brasilia. Se tenía miedo de que la importancia de la

³⁸ Por esos años, Brasilia prometía convertirse en el símbolo de una nueva época o, como apunta James Holston (1993: 3) un "[...] exemplo de um processo moderno de construção nacional e do próprio modernismo" brasileño a través de una esfera urbana renovada en sus elementos estéticos. La arquitectura y el comportamiento urbano fueron factores determinantes de las promesas de modernidad que orbitaron alrededor de la construcción y fundación de Brasilia en 1960. Entonces se creía que la propuesta de cambio de capital formaba parte de un proyecto modernizador de la sociedad brasileña que tuvo en la arquitectura su cara más visible de modernidad. Así mismo que el reordenamiento espacial del territorio, con énfasis en la estrategia denominada marcha hacia Occidente, fortalecería el poder hegemónico del gobierno sobre el vasto territorio.

ciudad no fuese la misma, el capital económico de las empresas se disipase y el ingreso promedio de la población se viese trastornado por la transferencia del aparato burocrático —especialmente, del sector dependiente del Estado que, como dice Calos Aguiar de Me-deiros (2011), era considerable en la década del sesenta—. Muchas de esas discusiones se expresaron en el ámbito de la prensa donde se sistematizaron las inquietudes en relación con el futuro político y económico de Río de Janeiro por ocasión de la transferencia (MOTTA, 1997).

En los años cercanos a la transferencia Luiz de Freitas comenzaba a familiarizarse con el trabajo en el sector de la alta costura, y de repente sintió “*um tremendo esvaziamento do Rio de Janeiro*”³⁹. De pronto percibió que el dinero se iba poco a poco de la “Ciudad Maravillosa”. Muchas clientes regulares de los ateliers ya no tenían el dinero suficiente para pagar varias pruebas de vestido, ni para realizar ropas con pedrerías y dos, tres o más capas de tejidos costosos. Aquella situación afectó especialmente a los consumidores del sector burocrático cuyos ingresos dependían del Estado. Ante este cambio Freitas alcanzó a comprender que la popularidad de las ropas hechas a la medida estaba en peligro por lo que resolvió entonces incursionar en el mundo del *prêt-a-porter*⁴⁰.

El cambio de formato que pasó de la producción de alta costura —adaptada a las exigencias del cliente— al *prêt-a-porter* —centrado en la producción de “ropas en serie”— marcó el inicio de una nueva era con base en patrones de consumo más masivos, baratos y efímeros (SEGRE, 2005). No en vano los inicios de la marca *Belui* se situaron a mediados de los sesenta. Entre la década del sesenta y el setenta las pretensiones de Freitas de incursionar en el negocio del *prêt-a-porter* fueron más un deseo que una realidad pues las series que producía eran bastante pequeñas por cuenta de que no contaba con centros de producción y distribución autónomos. Este fenómeno no fue raro pues, incluso, figuras consagradas de la alta costura brasileña:

[...] *tentaram, de algum modo, lançar criações ou fazer licenciamentos de prêt-à-porter e outros produtos, mas nenhum conseguiu se consolidar como marca de apelo comercial forte. Mesmo os que granjearam grande fama —como Dener, Clodovil ou Guilherme Guimarães— não efetivaram a transição da moda luxo sob medida para os produtos em série* (PRADO y BRAGA, 2011: 311).

³⁹ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

⁴⁰ Expresión francesa que significa “listo para vestir”. Se hizo famosa a partir de la década del sesenta cuando los costureros de alta costura se decidieron por invertir en ropas disponibles para la compra em boutiques.

La descapitalización económica y social de un sector importante del mercado de consumo de los ateliers de alta costura situados en barrios de la zona sur de Río de Janeiro; la metamorfosis de los formatos de producción, circulación y consumo de ropa a escala global; los cambios generacionales dentro del mercado consumidor y las relaciones complejas de las tendencias de moda y la emergencia o visibilidad de nuevas/otras identidades sociales, hicieron que las primeras producciones de Luiz de Freitas a través de su marca *Belui* coincidieran con las innovaciones de estilo de la época. Aquellas ropas, recuerda, eran vestidos femeninos confeccionados con retazos de tela poco uniformes. Sus recuerdos de aquellos años giran alrededor del miedo difundido entre las mujeres adultas de la clase media y la clase alta residentes de la zona sur que temían que sus hijas más jóvenes, rebeldes, no encontrarán un buen prospecto para el matrimonio pues los “nuevos estilos” no dejaban lucir a las mujeres como si estuviesen dispuestas a formar una familia⁴¹.

Durante esos años un acontecimiento cambiaría la percepción de Luiz de Freitas sobre el trabajo creativo en la moda y lo complicado de las desigualdades de clase en ese campo. En una visita a *Lá na Modinha*, una boutique ubicada en la calle *Santa Clara* en Copacabana, descubrió que funcionarios de la tienda copiaban sus diseños desmontando las ropas en partes y calcándolas en papel cebolla para develar su patrón. Pagaban un par de piezas y luego, copiaban aproximadamente veinte de ellas. Entonces, Luiz de Freitas producía un pequeño número de piezas que cedía a las boutiques de la zona sur para la venta. En ese instante comprendió que el reconocimiento de la autoría creativa en la moda corría un peligro severo cuando el trabajo de los modistas y diseñadores permanecía al margen de la esfera pública⁴². Muy a pesar de sus deseos, no disponía entonces del capital económico y social para impulsar un proyecto “visible” y, como apuntan Luís André do Prado y João Braga (2011), en ese momento las pequeñas marcas corrían riesgo porque el reconocimiento al trabajo creativo:

“[...] dependia de projeção na imprensa [...seus principais clientes e canais de distribuição] eram donas de boutiques que tinham o costume de arrancar das roupas as etiquetas das confecções para afixar as suas, ou para dizer que eram importadas [...] em cada capital, havia duas ou três boutiques que competiam entre si e tiravam as etiquetas para não revelar onde tinham comprados as roupas. Naquela época o comerciante de moda era muito cru e não existia uma ética profissional” (PRADO y BRAGA, 2011: 432).

⁴¹ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

⁴² *Ibidem*.

La venta de su producción a boutiques de la zona sur como *Lá na Modinha* alcanzaba apenas para cubrir sus gastos domésticos. Lo ajustado de sus ingresos lo obligó a trabajar en diferentes espacios. A finales de la década del sesenta trabajó para una boutique cuyo nombre, recuerda, era *Luanda*. Durante el trabajo en *Luanda*, Luiz de Freitas conoció a Helena Arroxellas esposa de Eltes Arroxellas. Freitas le mostró una de sus mejores piezas e, inmediatamente, ella le encargó una docena de prendas de ropa hechas por él mismo⁴³. El volumen de producción de Luiz de Freitas por aquellos años era bastante pequeño pues dependía exclusivamente de su trabajo. Una docena de prendas encargadas de un día para otro resultaban un verdadero desafío. No tenía el dinero suficiente para la realización del encargo. Entonces, recordó que conocía un mayorista portugués de apellido “Rodrigues” que se hacía cargo de un almacén de tejidos ubicado en el centro de la ciudad. Una tarde, se dirigió hacia a su dirección y, después de una conversación, el dueño de aquel almacén le concedió a crédito los tejidos que necesitaba para la confección de las ropas encargadas por Helena, convirtiéndose en los años venideros en uno de los proveedores de *Belui*⁴⁴.

En los años cuarenta pueden hallarse registros que presentan a Eltes Arroxellas, el esposo de Helena, como representante de las asociaciones industriales del sector agropecuario.⁴⁵ En los años cincuenta aparece reseñado como un alto funcionario del Palacio de Catete —durante la presidencia de Juscelino Kubitschek (1956-1961)—, y también como un miembro del consejo fiscal del órgano de *Levantamentos Prospecções e Aerofotogrametria* (PROSPEC S.A.) donde se vio involucrado en escándalos relacionados con la posibilidad de exploración y explotación de energía atómica durante el período.⁴⁶ Entre las décadas del sesenta y setenta no se reseñan funciones de Arroxellas dentro de la estructura del Estado. No obstante, hasta finales de los años ochenta es evidente su influencia entre los sectores privilegiados de la zona sur de Rio de Janeiro, y de Brasil en general. Eltes Arroxellas era propietario de varios *haras* —haciendas dedicadas a la cría/entrenamiento de caballos de corrida—, así como también de reconocidos ejemplares que debutaban con frecuencia en los circuitos hípicas de elite cercanos al barrio Gávea.⁴⁷ Formó parte de la junta directiva del *Bridge Clube de Rio*. Incluso, es posible encontrar reseñadas en la prensa

⁴³ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

⁴⁴ *Ibidem*.

⁴⁵ *Jornal do Brasil*, Produtos Agro-pecuarios S. A, 22 de abril de 1947, p. 6.

⁴⁶ *Correio da Manhã*, Releito o Sr. Arrochelas (do Catete) para o Conselho fiscal da PROSPEC, 11 de setembro de 1956, p. 1

⁴⁷ *Jornal do Brasil*, Leilões de potros, 26 de novembro de 1976, 1 ° Caderno, p. 27.

reuniones con representantes de significativas instituciones económicas regionales, como es el caso de altos funcionarios del *Banco Iberoamericano de Desarrollo* (BID) en 1980.⁴⁸

El deleite de Helena por sus piezas fue visto por Luiz de Freitas como una oportunidad pues, había estado mediado por una relación personal que, después de varios años, reconocería tuvo un papel importante en el inicio de su trayectoria en la moda⁴⁹. Luiz de Freitas aprovechó el capital social alrededor de la familia Arroxellas ya que tenía bastante claro que representaban un sector con sólidos cimientos económicos y relaciones clave con actores notables dentro del mercado financiero y del gobierno.

Por aquellos años se promovió una ideología que despolitizaba los lazos entre el sector público y privado (FONTES, 2010). Tanto los ateliers de alta costura que sobrevivieron la década del sesenta, como las boutiques que se instalaron en la zona sur a lo largo de la década de los setenta, atendieron las necesidades de clientes vinculados con el sector empresarial y la estructura del Estado, desde altos funcionarios —y exfuncionarios de gobierno—, hasta amistades y familiares que, como Helena Arroxellas —quien había inaugurado su propia boutique en la calle Varão de Jaguaribe de Ipanema en 1962⁵⁰—, se declaraban seguidores asiduos de las novedades en diversos campos culturales.

La relación entre la esfera cultural carioca y las dinámicas de la política nacional fue compleja (ROEDEL, 2004). La zona sur funcionaba como una especie de “*caleidoscópio de valores culturais, [...] problemas e dilemas, ideologias e utopias*” (BARROS QUEIROZ, 2020: 617). En el interior de las clases media y alta coexistían enclaves conservadores y una emergente élite bohemia con ideales más libertarios. En los años venideros, Luiz de Freitas vistió notables figuras de esta esfera intelectual, algunos de ellos participes de la lucha armada contra la dictadura. Este fue el caso del periodista Fernando Gabeira (1941) de quien se hablará más adelante⁵¹.

Esta situación pone en alerta sobre la dificultad de clasificar rígidamente las relaciones que establecieron los diseñadores de moda en aquel contexto pues, ha habido una tendencia

⁴⁸ *Jornal do Brasil*, Roda-Viva, 7 de fevereiro de 1980, Caderno B, p. 3.

⁴⁹ *Ibidem*.

⁵⁰ *Correio da Manhã*, Teen-Age, 6 de dezembro de 1962, 2º Caderno, p. 2.

⁵¹ Fernando Gabeira es un escritor, periodista y político conocido por su participación en la lucha armada contra de la dictadura civil-militar brasileña y por haber sido un militante del *Movimento Revolucionário Oito de Outubro* que, entonces, tenía como objetivo instalar en Brasil un sistema inspirado en las ideas del socialismo. Gabeira trabajaba en los sesenta como reportero para el *Jornal do Brasil*. Fue acusado como uno de los responsables del secuestro del embajador norteamericano Charles Elbrick a finales de la década del sesenta, posteriormente fue apresado y exiliado de Brasil. Vivió en el exilio durante la década del setenta y posteriormente regresó a Brasil donde hasta el presente continuó en actividades políticas.

a polarizar sus identidades políticas en función de la polarización de la Guerra Fría en su esquema “izquierda” vs. “derecha”, ignorando el rol central que ocupa la clase en las dinámicas de producción-circulación-consumo, y el peso de esta en sus jóvenes carreras. El público del que se sirvió la moda carioca en los barrios de la zona sur estaba compuesto por compradores de las clases media y alta, pero este sector no era políticamente homogéneo. Algunas personas correspondieron con ideales más conservadores, mientras que otras correspondieron con ideales más libertarios. Muchas veces, estos se cruzaban en los mismos espacios y, en no pocos casos, compraban en los mismos lugares.

En un contexto en el que el trabajo creativo en la moda estaba atravesado por marcadores de raza y clase que lo desfavorecían, Luiz de Freitas actuó en favor de una agenda orientada al reconocimiento público de su trabajo. El orbe cultural instalado en la zona sur de Río de Janeiro⁵² le permitió transitar entre un sector social propietario e ilustrado que, aunque muchas veces denotaba diferencias ideológicas en su interior, otras veces se cohesionaba de manera tácita a través del aprecio común hacia las expresiones del arte, moda y otras manifestaciones del gusto y el lujo (BOURDIEU, 2008).

2.1.2 Luiz de Freitas y la campaña por el reconocimiento público de su trabajo creativo

Al darse cuenta de que sus piezas gustaban, Freitas decidió transitar entre Pau Grande y la zona sur de Río de Janeiro con el propósito de expandir su marca a comienzos de la década del setenta. En aquellos años vivía junto con una amiga en un edificio ubicado en la calle Rodolfo Dantas en Copacabana y, frecuentemente, iba a Pau Grande para seguir de cerca la producción de sus ropas. En un principio planeó pedirle a una costurera local que trabajara a tiempo completo para él. Sin embargo, para su decepción, aquella costurera respondió que solo hacía ropas para su esposo e hijas⁵³. Luego de conversaciones con Eurelina Coelho da Silva, Luiz de Freitas logró convencerla de confeccionar ropas para *Belui*. Doña Eurelina era conocida en Pau Grande como una costurera extremadamente cuidadosa en los acabados, aceptar aquel trabajo la llevó a disponer del espacio de su casa para convertirlo en un pequeño atelier al servicio de Luiz.

⁵² Andréa Cristina de Barros Queiroz (2008) ha estudiado la definición del orbe cultural carioca en la zona sur a partir del imaginario que orbitó alrededor de la denominada “Republica de Ipanema”. Esta última se concibe como el resultado de una fusión histórica entre la tradición bohemia de Copacabana durante los años cuarenta y cincuenta y una nueva generación de cronistas y artistas que institucionalizaron una territorialidad y una forma de vida alrededor de los bares, teatros, cines, plazas y librerías del barrio de Ipanema.

⁵³ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

La alianza entre Luiz de Freitas y Eurelina durante los primeros momentos de *Belui* se concretó en la constitución de una empresa registrada bajo el nombre de “*L de Freitas Confeçoes de Roupas Ltda*”⁵⁴ donde Freitas era dueño del 87% de las acciones, y Doña Eurelina del 13% restante. Finalmente, conseguiría aproximarse más al negocio del *prêt-à-pôrt* con series mayores que las que produjo en la década anterior. Tuvo que contratar costureras locales que, durante el día y la noche, confeccionaban prendas de ropa femenina en serie. El trabajo en el pequeño atelier de Pau Grande era constante. Las hijas de Doña Eurelina “*nem conseguiam dormir porque as costureiras ficavam até tarde trabalhando na cama delas*”⁵⁵. Las ropas producidas eran llevadas a las boutiques de la ciudad para ser vendidas a través de sus cadenas de distribución.

El auge de las boutiques fue un fenómeno bien expandido entre las décadas del sesenta y setenta en ciudades como Río de Janeiro y São Paulo. Un artículo de prensa publicado en 1974 apunta que en el eje “Río de Janeiro - São Paulo” un promedio de cien boutiques abrieron cada año, pese a que más de setenta y cinco cerraron sus puertas antes de cumplir el año. Esta situación generó una saturación en la oferta que motivó el fracaso de muchas iniciativas⁵⁶. El esquema comercial de las boutiques no siempre involucró la creación de marcas propias. De hecho, su auge incrementó la demanda en la producción de ropas por parte de marcas pequeñas y medianas, nacionales e internacionales. Ese fue el marco propicio para que un diseñador emergente como Luiz de Freitas penetrara en el mercado de la zona sur de la ciudad a través de las boutiques de terceros, y la apertura de un pequeño estudio ubicado en la calle Almirante Pereira Guimarães en el barrio Leblón que inauguró a comienzos de 1977 (véase la **imagen 11**).

El proceso comercial de las boutiques en las principales ciudades de Brasil seguía un ciclo de “compra-ganancia-lucro” que impulsaba una constante lucha por la sobrevivencia a través de la renovación constante del *stock* de mercancías, la originalidad de las ropas y la competencia de precios. La renovación del *stock* fue un factor decisivo en el funcionamiento de las boutiques pues las dueñas de tiendas estaban convencidas de que el interés y atención de los clientes se conquistaba con la presentación diaria —o, casi diaria— de novedades y productos. En consecuencia, la producción de *Belui* aumentó considerablemente por aquellos años, en el escenario del denominado “Milagro Económico Brasileño”

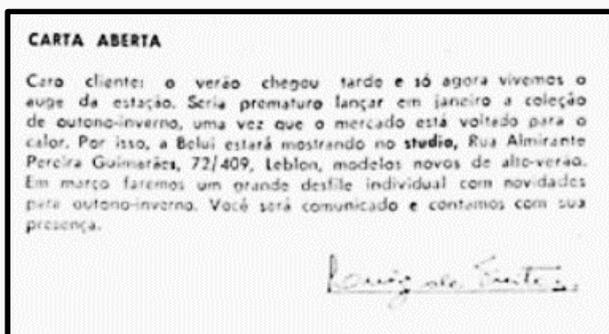
⁵⁴ *Jornal do Comercio*, Junta Comercial do Estado de Rio de Janeiro, 29 de julho de 1988, p. 9.

⁵⁵ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

⁵⁶ *Jornal do Brasil*, A Guerra das Boutiques, por Suzete Aché, 14 de junho de 1974, caderno B, p. 10.

IMAGEN 11

Carta abierta de Luiz de Freitas a su clientela (1977)



Luiz de Freitas invita al público carioca a visitar su estudio para conocer la colección alto-verano de su marca *Belui*, anunciando también que en marzo de ese mismo año lanzaría la colección otoño-invierno de la señalada marca.

Fuente:

Jornal do Brasil, Gilda Chataignier, 9 de janeiro de 1977, caderno B, p. 5.

(1969-1973). Luiz de Freitas luego detalló que, durante los primeros años de su sociedad con Doña Eurelina, los ingresos económicos fueron suficientes para retribuirle el porcentaje de ganancia correspondiente a sus acciones en la empresa y regalarle un carro nuevo en señal de agradecimiento de tanto que ella produjo para su marca⁵⁷.

Aunque, *a priori*, el caso de Doña Eurelina parece confirmar la tesis oficial que atribuyó al “Milagro Económico Brasileño” la posibilidad de lograr un patrón de movilidad social ascendente en amplios sectores de la población, es extremadamente difícil generalizar este tipo de experiencias de crecimiento. En simultáneo, la abuela y madre de Italo que, al igual que Doña Eurelina compartían el oficio de costureras, experimentaban otro tipo de realidad más alineada con la precariedad. De eso se hablará más adelante. El Milagro Económico Brasileño dejó en evidencia que:

“[...] somente o crescimento econômico não basta para dirimir as enormes e variadas formas de manifestação das desigualdades existentes no Brasil. Pelo contrário, dependendo da forma de atuação estatal e do desenho das políticas públicas, períodos de crescimento econômico acelerado, em uma sociedade como a brasileira, podem até mesmo aprofundar as desigualdades já existentes [...]” (STAZZACAPPA BARONE, ZAHLUTH BASTOS y MANSOR DE MATTOS (2015: 18).

El aumento en la demanda de producción permitió que Luiz de Freitas inaugurara una segunda línea de ropa denominada *Vinte Anos* en 1977, pensada para el mercado de mujeres más jóvenes⁵⁸. *Belui* y *Vinte Anos* le permitieron aproximarse a los mostradores de las

⁵⁷ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

⁵⁸ *Jornal do Brasil*, Gilda Chataignier, 29 de maio de 1977, caderno B, p. 5.

tiendas cariocas. Los años setenta fueron demandantes. Comenzaron en un pequeño atelier improvisado con pocas costureras a su cargo y terminaron con un enorme taller en Pau Grande que disponía de alrededor de doscientos empleados⁵⁹. En una entrevista publicada en *O Globo* en 2012, Freitas ofreció detalles de su fábrica en Pau Grande:

Era um prédio cinco estrelas [...] eu achava que o fato de ser designer não combinava com ser dono de galpão. Eu queria que os operários fossem felizes. Se tem uma coisa da qual me orgulho é da minha família, porque operário tem caráter, eles são comedidos e disciplinados⁶⁰.

A finales de los setenta su estrategia de expansión hacia el resto de Brasil estaría dada también por su participación en eventos nacionales como la *Janeiro Fashion Show* (JFS), la *Feira Moda - Rio* y la *Feira Nacional da Industria Têxtil* (Fenit), fundada en 1958 con la intención de conectar la producción industrial de textiles en Brasil con el sector empresarial y consumidor (VASQUES, 2012). La primera referencia en la prensa que relata la participación de Luiz de Freitas en una Fenit data de 1977⁶¹. En este año ya se hablaba de una figura emergente que conocía bien lo que su clientela quería y que figuraba entre los costureros más prósperos de la ciudad⁶². Esto, en un contexto de incertidumbre tanto para la moda como para el resto de los sectores de consumo pues, a partir de 1974, Brasil inició un proceso de desaceleración económica que culminó con la recesión de los años 1981-1983 (BRESSER-PEREIRA, 1983).

En agosto de 1978, Luiz de Freitas lanzó la colección primavera-verano de *Belui* en las instalaciones del Hotel Copacabana Palace que llegó a ser “[...] *o mais famoso hotel no Brasil [...] signo de status cosmopolitismo e lazer*” (O'DONNELL, 2013: 122). Desde su inauguración en 1922, el Copacabana Palace fue el epicentro de importantes convenciones internacionales, un espacio que desde diferentes campos conectaba a Brasil con el mundo. Aquel evento fue patrocinado por la compañía *Camillo Nader*⁶³. A finales de los setenta,

⁵⁹ *Jornal do Brasil*, Moda para Ipanema, com preço de magazine estilo de exportação, por Iesa Rodrigues, 10 de dezembro de 1979, caderno B, p. 9.

⁶⁰ Bety Orsini, Estilista que revolucionou a moda masculina no país... *Ibidem*.

⁶¹ *Jornal do Brasil*, Moda para Ipanema, com preço de magazine estilo de exportação, por Iesa Rodrigues, 10 de dezembro de 1979, caderno B, p. 9.

⁶² *Jornal do Brasil*, Janeiro Fashion Show, por Iesa Rodrigues, 25 de janeiro de 1978, caderno B, p. 1.

⁶³ *Jornal do Brasil*, Grupo/Moda Rio de Janeiro – Coleções primavera-verão 79-80, 30 de julho de 1979, caderno B, p. 3.

Luiz de Freitas ya había consolidado relaciones con varios de patrocinantes habituales de la Fenit⁶⁴. Un artículo de prensa relata cómo fue su experiencia en la edición de 1977.

Su primera participación fue:

[...] *o bastante para atrair uma multidão de boutiqueiras (donas de boutiques) que invadiram o stand, loucas para comprar tudo. Invadiram mesmo, ao ponto de vários compradores de grandes magazines não conseguirem entrar nem para ver os cabides*⁶⁵.

La Fenit se concebía entonces como un evento “[...] *não apenas de tecidos, mas sobre tudo de moda*” (PRADO y BRAGA, 2011: 325). Esta situación había venido configurándose desde principios de los setenta cuando la feria conquistó un espacio en el Palacio de Exposiciones de Anhembi, situado en São Paulo⁶⁶. Antes de eso, la Fenit reunía un promedio modesto de noventa participantes. No obstante, después de 1970 participaban cerca de cuatrocientos cincuenta expositores (PRADO y BRAGA, 2011). Esta apertura resultó favorable para Freitas quien consolidó pasos firmes al presentarse como un agente creativo en las ediciones anuales de la Fenit (véase la **imagen 12**).

La instalación de una fábrica más grande con mayor número de empleados aumentó la presión sobre los hombros de Luiz de Freitas quien, en 1979, explicó a la prensa que tanto la Fenit como las boutiques resultaban insuficientes para alcanzar el volumen de ventas que demandaba para mantener a flote su nueva infraestructura de producción. El problema con las Fenit radicaba en que sus intentos de “ventas masivas” se veían frustrados por cuenta de que las principales clientes —dueñas de boutiques— no acostumbraban a renovar los pedidos porque querían ofrecer mercancías nuevas cada semana⁶⁷. Esta situación llevó a Luiz de Freitas a dirigir sus esfuerzos hacia el proceso de comercialización. Decidió por aquellos años que debía trabajar en sus propios canales de distribución. La estrategia adoptada por Freitas a finales de los setenta avanzó en dos direcciones. La primera: luchar

⁶⁴ Además de la empresa de textiles Camilo Nader, fue importante durante aquellos años el patrocinio de la Compañía Nacional de Tejidos Nova América.

⁶⁵ *Jornal do Brasil*, Moda para Ipanema, *ibidem*.

⁶⁶ La nueva sede contaba con un espacio de 72 mil m². diez auditorios, galerías comerciales, restaurantes y un estacionamiento para un aproximado de tres mil quinientos carros. Ese año también fue decisivo porque trajo consigo una diversificación de los patrocinantes involucrados en la FENIT, un espacio que había sido un monopolio de la empresa textil Rhodia que, como indica Maria Claudia Bonadio (2005: 134), destacaba por presentaciones “[...] *mais aprimorada pois foi a Rhodia que mais se utilizou de recursos técnicos e dramáticos para apresentar as novidades da indústria produtora de fios e fibras sintéticas*”.

⁶⁷ *Jornal do Brasil*, Moda para Ipanema, *ibidem*.

IMAGEN 12

Moda FENIT – Vinte Anos (1978)



Fuente:

Jornal do Brasil, Moda Fenit. A leveza da Vinte Anos, 31 de maio de 1978, caderno B, p. 8.

por conquistar mayor visibilidad en los medios de comunicación impresos. La segunda: construir su red de tiendas para garantizar continuidad e independencia en la venta de sus mercancías.

La atención de la prensa no llegó sola. Luiz de Freitas tuvo que salir a buscarla. Entre 1977 y 1979 el *Jornal do Brasil* publicó una columna en la que se reseñaban las novedades de la moda carioca. Todos los modistas, diseñadores de ropas y dueños de boutiques en Rio de Janeiro anhelaban aparecer reseñados en esas páginas. Era una verdadera referencia. La columna estaba a cargo de la periodista de moda Gilda Chataignier quien, por esos años, recibió de imprevisto una visita en su local de trabajo. Al abrir la puerta de su oficina conoció a Freitas quien había ido por su cuenta dispuesto a darse a conocer. Freitas recuerda que en aquel encuentro llegó a ofrecer sus servicios como diseñador, un ofrecimiento que fue rechazado por cuenta de que la columna dirigida por Chataignier ya tenía una diseñadora⁶⁸. Sin embargo, sirvió para que algunas de sus colecciones y desfiles aparecieran reseñadas en ese espacio.

⁶⁸ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

La recesión económica que experimentó Brasil a comienzos de la década del ochenta hizo que Gilda Chataignier tuviera que reinventar su trabajo como publicista y periodista por cuenta de que muchos clientes se vieron obligados a prescindir del pago por publicidad para sus empresas. Como señalan Francisco Ferreira y Julie Litchfield (2000), el impacto de la recesión económica entre 1981 y 1983 afectó ampliamente el comportamiento de la renta media en Brasil. Muchos sectores de la sociedad percibieron una caída en sus ingresos durante este período, pero, la población de clase media —muchos de ellos, prestadores de servicios especializados y propietarios de pequeños negocios— experimentó la caída más alta. Mientras que el 10% más rico de la población perdió alrededor del 13% de sus ingresos, los sectores medios perdieron más de 16%. La columna de Gilda Chataignier en el *Jornal do Brasil* estaba íntimamente conectada con su agencia de publicidad *Bureau de Style*⁶⁹. Por esa razón, la continuidad de aquella columna se vio comprometida por la crisis. Seguidamente, las reseñas en el *Jornal do Brasil* comenzaron a ser cubiertas por Iesa Rodrigues quien, a través del *Caderno B*, propició la proyección de Freitas en la prensa carioca durante los años que siguieron.

Tanto Gilda Chataignier como Iesa Rodrigues formaron parte de un selecto grupo de periodistas, principalmente mujeres, conocidas entonces como las “*Meninas do Caderno B*”. El *Caderno B*, publicado de 1960 a 1985, era una sección específica, aunque heterogénea, del *Jornal do Brasil* donde las noticias y novedades relacionadas con la moda y el espectáculo fueron ganando una importante visibilidad. Las integrantes de este grupo se vieron envueltas en los principales eventos de la ciudad, su conexión con otros proyectos editoriales, con la televisión y con la esfera comercial alrededor de la zona sur de Rio de Janeiro las convirtieron en actores clave para abrirse campo en el medio.

Luiz de Freitas sabía que el *Caderno B* era um tipo de espacio revolucionario que daba “[...] voz ao estilista assumindo claramente a postura representativa para si e declarativa para seu entrevistado, quem vira também sujeito da enunciação” (SOUZA LIMA, 2015: 73). Aquello era lo que necesitaba en ese momento específico de su trayectoria. El entramado de relaciones que necesitaba para abrirse paso en este campo, coincidió con lo apuntado por Alexandre Bergamo (2007) cuando afirmó que la edificación del campo de la moda requirió de una suma de actores que involucraron, además del agente creativo, con-

⁶⁹ Domingo [Revista do Jornal do Brasil], O toque feminino por Rose Esquenazi, 6 de outubro de 1985, ano 10, n. 492, p. 46.

sultores, columnistas —el caso de Gilda Chataignier es curioso porque desempeñaba, simultáneamente, esta doble función—, empresarios textiles, modelos, artistas, figuras del mundo del *Show Business* y espectadores “externos” que propagaran la información, más allá de los tradicionales medios de comunicación.

“[...] *diante de uma série de mecanismos sociais que são acionados para regular, aprovar ou reprovar suas ações. que fazem com que as experiências individuais em jogo sejam indissociáveis das experiências sociais possíveis que cada uma delas possa vivenciar. Criação, consumo, consultoria, produção de moda, jornalismo, fotografia, propaganda são algumas dessas formas possíveis de envolvimento com a moda, assim como são experiências sociais específicas que vêm acompanhadas de seus próprios procedimentos de conduta e de avaliação. Trata-se de um jogo tenso, e o relevo que o campo da moda adquire é resultado exatamente dessa tensão*” (BERGAMO, 2007: 26).

Con la llegada de la década del ochenta, Luiz de Freitas dejó de verse en la prensa como una figura solitaria, y pasó a formar parte de una asociación denominada “*Grupo Moda Rio de Janeiro*” —o, simplemente, *Grupo Moda Rio*— compuesta también por los modistas y diseñadores Ana Gasparini (*Movie*⁷⁰), Marília Valls (*Blu-Blu*), José Augusto Bicalho (*Jo and Jo*), Sonia Mureb (*La Bagagerie*), Suely Sampaio (*Suka*), Beth Bricio (*Beth Bricio*), Teresa Gurehiam (*Calçados Gureg*) y Marco Rica (*Moda Rica*) (véase la **imagen 13**). Paradójicamente, la misma recesión económica que causó el cierre de puertas de numerosos comercios y la disminución de costos en otros tantos negocios que para sobrevivir tuvieron que funcionar a media máquina, permitió, al mismo tiempo, el surgimiento de este grupo que marcó una época de oro en la diversificación de los espectáculos y *shows* de moda en Rio. Luiz de Freitas aprovechó estos espectáculos para dar un sello personal a sus marcas. Era reconocido como un modista y diseñador de moda *bem-humorado* por el empeño que ponía en sus desfiles temáticos que, como dijo Iesa Rodrigues en diferentes de artículos, no eran nada baratos⁷¹.

Entre 1977 y 1979, Freitas había experimentado problemas logísticos con la organización de desfiles individuales, situación que repercutió negativamente en su administración⁷². Es probable que la creación del *Grupo Moda Rio* haya surgido como una respuesta

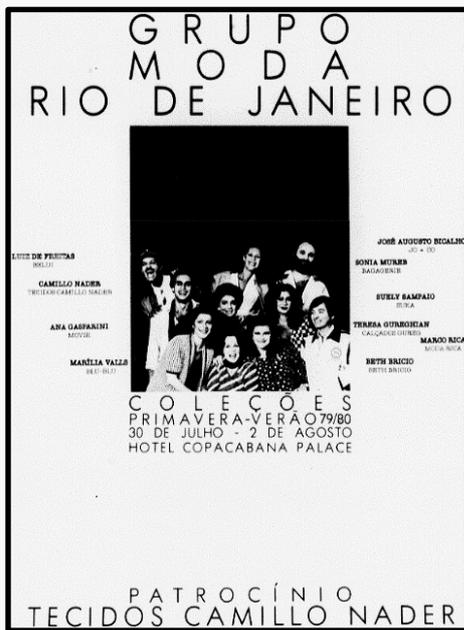
⁷⁰ La permanencia de Ana Gasparini en el Grupo Moda Rio fue muy corta. Solo duró hasta 1980 por cuenta de una disputa comercial con la marca *La Bagagerie* de Sonia Mureb quien también era miembro del grupo. *Jornal do Brasil*, “Cowboys” e odaliscas estão chegando para a temporada fria, por Iesa Rodrigues, 4 de março de 1980, caderno B, p. 9.

⁷¹ *Jornal do Brasil*, Moda Verão/80. Desfiles: o grande sucesso da semana, por Iesa Rodrigues, 30 de julho de 1979, caderno B, p. 9.

⁷² *Jornal do Brasil*, O sol continua a brilhar na Belui, por Gilda Chataignier, 14 de agosto de 1977, caderno B, p. 5.

IMAGEN 13

Grupo Moda Rio de Janeiro (1979)



Fuente:

Revista do Domingo [Jornal do Brasil], Grupo Moda Rio de Janeiro, ano 4, n. 171, p. 29.

a los efectos adversos de la recesión que se desarrolló a comienzos de los ochenta, sumándose también el interés de sus socios por lograr mayor reconocimiento en la esfera pública. La coalición permitió capitalizar patrocinantes e incrementar el número de eventos en el que las marcas podían estar presentes en el año. Además, por su puesto, de posicionar a Río de Janeiro como un foco de novedades pues las expectativas del público solían estar dirigidas hacia los tradicionales eventos que —cómo la Fenit— se celebraban en São Paulo (ACIOLI, 2019). No obstante, la coalición de las marcas no se expresó en un proyecto editorial homogéneo. Los desfiles contenían colecciones variadas “[...] *sem muita unidade aparente, mas com a preocupação de mostrar todas as interpretações possíveis da moda atual*”⁷³.

Entre los principales patrocinantes del Grupo Moda Rio destacó la compañía de textiles *Camillo Nader* que en 1980 invirtió dos millones de Cr\$ en un ostentoso desfile de moda celebrado en el Hotel Copacabana Palace para que las marcas del grupo presentaran sus

⁷³ *Jornal do Brasil*, “Cownboys”, *ibidem*.

colecciones de invierno a los compradores nacionales e internacionales⁷⁴. Los términos del patrocinio demandaban que al menos un 30% de la producción se hiciese con los tejidos de la compañía. De esta forma, las marcas garantizaban público y la compañía de textiles la venta de mercancía por cuenta del aumento en la producción de ropas. En un contexto de extrema incertidumbre, la trayectoria profesional de Luiz de Freitas parecía marchar hacia adelante.

2.2. Mr. Wonderful y la subversión de la masculinidad: un paseo por los años dorados de Luiz de Freitas

La década del ochenta no fue inaugurada solo con desfiles, también lo fue con la apertura de dos nuevas boutiques en Ipanema. La primera se inauguró el 27 de junio de 1979 en la calle Visconde de Pirajá, y marcó el inicio de una nueva marca de ropa masculina llamada *Mr. Wonderful*. La segunda tienda correspondió a su marca *Vinte Anos* y se instaló frente a la plaza *Nossa Senhora da Paz* en diciembre de ese mismo año. Desde hacía tiempo, Luiz de Freitas deseaba crear moda masculina, pero, como dijo en reiteradas entrevistas, la oferta de la moda en aquellos años estaba abocada a atender a las mujeres⁷⁵. Freitas le había dado mucha relevancia a los estereotipos que, como immortalizó Gilberto Freyre (2012) años atrás en la ecuación “Modos vs. Modas”, fueron un elemento constitutivo de las subjetivaciones heteronormativas en la sociedad brasilera, un complejo de actitudes y creencias que imputaban los “MODOS DE SER” —refiriéndose a la capacidad de actuar, razonar, decidir y construir— a los hombres; y las “MODAS” —refiriéndose a la capacidad de vestir, imaginar y lucir— a las mujeres. Se había dilatado el mito determinista de que si un diseñador de moda quería proyectarse debía entonces satisfacer las demandas de las mujeres.

Vinte Anos y *Belui* emergieron como respuesta a esta creencia. En la siguiente imagen se observa como Luiz de Freitas incorporó las extravagancias. Procuró administrarlas de manera inteligente. Sus colecciones prometían novedad, pero, al mismo tiempo, las novedades femeninas no eran lo suficientemente disruptivas como para ser rechazadas por las mujeres adultas de las clases media y alta de la zona sur. Los desfiles temáticos alrededor

⁷⁴ *Jornal do Brasil*, O inverno logo depois da praia por Iesa Rodrigues, 3 de março de 1980, caderno B, p. 9. Para tener una idea de lo costoso que fue el desfile de moda patrocinado por la compañía de textiles *Camillo Nader* en 1980, lo comparamos con el presupuesto declarado de otro evento importante que tuvo lugar en Rio de Janeiro un año antes: la edición de la *Feira Moda - Rio* de 1979 la cual costo aproximadamente doscientos mil Cr\$. Véase *Jornal do Brasil*, Moda Verão/80, *ibidem*.

⁷⁵ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

de figuras como Evita Perón (1919-1952) deslumbraron “*as plateias com vestidos de estrelas de cinema, luxos e requintes que fariam as mulheres figuras de palco*”⁷⁶ (véase la **imagen 14**). Este curioso dato revela una de las estrategias discursivas más utilizadas por Luiz de Freitas antes de ser reconocido por su irreverencia en el canon de la moda masculina, apropiarse de figuras ambivalentes —como es el caso de Eva Perón que, hasta hoy, aviva debates sobre si puede considerarse símbolo de un feminismo progresista o conservador en Argentina (DIAZ, 2019; ALLIOT, 2021)—, y que ,como bien señala María Elena González Deluca (2000), llegó a ser muy popular en el escenario internacional consecuencia de la amplia circulación de la obra musical *Evita*, proyectada con éxito en ciudades del circuito cultural anglosajón como Nueva York y Londres.

IMAGEN 14

"Evita" toma las pasarelas cariocas



“[...] Na linha Eva Perón, o cabelo alto, o rosto branco de Beth Lago, com o vestido de crepe, bordado com paillettes nos ombros altos. Ladeada pelos enfermeiros Michael e Eduardo, Isis fez uma cena de ópera: simulou um desmaio na boca de cena. É o toque dramático-teatral dos desfiles de Freitas”

Fuente:

Jornal do Brasil, Fantasia e o trivial chegam ao acordo perfeito, 11 de março de 1979, caderno B. p. 9.

En los setenta Luiz de Freitas había realizado un viaje a Nueva York donde aprovechó de registrar su marca *Mr. Wonderful*⁷⁷. Entonces, llovían las ideas en su mente respecto al perfil que debía tomar la marca. Del mismo modo que había hecho con sus marcas de moda femenina, deseaba potenciar un producto que impactara, un producto cuyas formas y materiales lograra sacar a los hombres de todas las edades de la formalidad que demandaba la oficina. Su preocupación vino de su experiencia en la zona sur donde la oferta de moda femenina estaba saturada por el exceso de boutiques que abrían y cerraban a sus anchas.

⁷⁶ *Jornal do Brasil*, Fantasia e o trivial, *ibidem*.

⁷⁷ *Jornal do Brasil*, Mr. Wonderful. O estilo da moda informal para adiar o infarte por Iesa Rodrigues, 2 de julho de 1979, caderno B, p. 5.

Luiz de Freitas opinaba que la apariencia de los hombres necesitaba alguien que la reinventara y revolucionara, y se había convencido de que debía emprender esta misión.

En aquel viaje a Nueva York, vio:

“[...] o Brasil de fora para dentro [...] tinha informações de que o homem estava acuado enfrentando um problema pelo fato da mulher ir para o mercado de trabalho, de não ter uma vida toda dedicada a ele e estar competindo com ele. Perceb[eu] também que tudo era feminino, que tudo era para elas, nada para eles. Quando volt[ou] dessa viagem pens[ou] em uma forma de atacar isso, aí pens[ou] que o homem era Wonderful, maravilhoso.

Como o homem brasileiro era cheio de complexos, pens[ou] em atacar o comportamento. Então [ele teve] que fazer um tratamento psicológico e abr[ui] uma loja em Ipanema chamada Clínica da Moda. Nessa Clínica cri[ou] um mini-hospital com todo um mobiliário de clínica, com moda muita arrojada para provocar. Uma ideia totalmente em cima do comportamento.

Coloc[ou] cores que o homem não aceitava porque [ele] o peg[ou o homem brasileiro] totalmente complexado e influenciado pela moda europeia. O brasileiro se vestia como se fosse italiano. Os garotos pareciam senhores, só podiam usar azul marinho, cinza. Era muito clássico, isso não combinava com o Brasil, já que é um país tropical, onde se pode andar mais descontraído. Eu parti[u] para fazer provocações com eles⁷⁸”.

Aquel viaje a la ciudad de Nueva York llevó a Luiz de Freitas a ser más arriesgado en el proyecto editorial de *Mr. Wonderful*, el cual se propuso ser como un instrumento para la liberación masculina. Una experiencia incrementó su determinación. En Nueva York conoció un compañero que consideró uno de los hombres más modernos y elegantes que había visto en su vida, “[...] *um gay de alma*⁷⁹” para quien el armario uno de los lugares mejor cuidados de casa. La buena impresión que causó en Freitas aquellas características le hicieron pensar que, quizá, muchos brasileños deseaban lo mismo para ellos, pero que penosamente no estaban dispuestos a aceptarlo.

Un artículo publicado en 1973 en la revista *Manchete*, reseñó la experiencia de Luiz de Freitas en Nueva York como una inspiración “[...] *Aquí [refiriéndose a Nueva York] todo mundo está ligado numa de futuro*⁸⁰”. Aquel reportaje reseñó el contraste que Luiz percibía al comparar su experiencia en Nueva York y en Rio de Janeiro. Declaró sentirse “[...]”

⁷⁸ Shirley Costa e Silva, *Luiz de Freitas, o Senhor Maravilhoso*, 19 de maio de 2011. Entrevista publicada en: <http://baixadafacil.com.br/moda-e-beleza/moda-luiz-de-freitas-o-senhor-maravilhoso-1067.html> [consultada el 20 de diciembre de 2020].

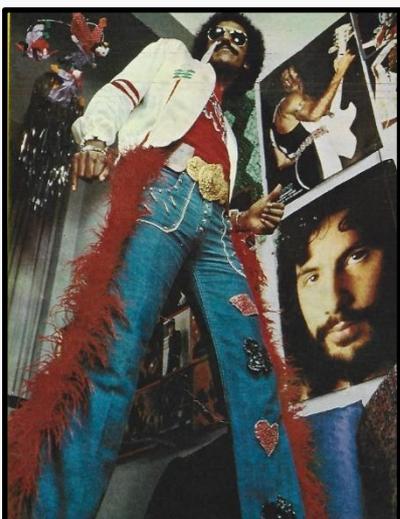
⁷⁹ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

⁸⁰ *Manchete*, os homens agora são assim, 27 de janeiro de 1973, n. 1084, ano 20, p. 40.

vidrado quando as pessoas me acham estranho [por su modo de ser y vestir (véase la imagen 15) llegando al punto en que las personas] o agrediram na rua, criticando suas roupas⁸¹”. Sin embargo, también declaró sentirse enormemente optimista ante la idea de contribuir con la transformación de esa realidad que, como lo demostraba su experiencia en otros lugares, era difícil pero no imposible de modificar.

IMAGEN 15

En una de futuro (1973)



“[...] Aquilo era uma loucura, a igreja, a classe média, todo mundo se manifestava contra”

Fuente:

Manchete, os homens agora são assim, 27 de janeiro de 1973, n. 1084, ano 20, p. 40 | BIANCO, Giovanni; BORGES, Paulo. O Brasil na moda. São Paulo: Caras, 2003, p. 279.

De un modo irónico y profundamente ingenioso dio a conocer su primera boutique de ropa masculina como “Clínica de la Moda” pues estaba decorada igual que un consultorio médico. En aquel consultorio se prometía “curar” las (des)elegancias crónicas⁸². Sin embargo, su intención iba más allá. Luiz de Freitas resignificó el concepto de “clínica” que, como señalan intelectuales como Sigmund Freud (1856-1939) patologizó los roles sociales e identidades de género incapaces de clasificarse en la división binaria del sexo «hombre-mujer» y los marcos heteronormativos (FREUD, 2016), promoviendo la idea de que aquella clínica ayudaría a superar los prejuicios que impedían a los hombres expresarse y a vestirse con libertad.

El primer desfile de *Mr. Wonderful* se llevó a cabo el 1 de julio de 1979 en la galería principal de la Clínica de la Moda en Ipanema, un establecimiento amplio donde un grupo de modelos masculinos se dieron cita para exhibir el sello creativo de Luiz de Freitas. En

⁸¹ *Ibidem.*

⁸² *Jornal do Brasil*, Serviços e compras, 26 de junho de 1979, caderno B, p. 10.

la colección destacaron pantalones tipo *zuava*, anchos arriba y atados en los tobillos, simulando una falda larga; pantalones rasgados de cintura alta; pantalones de felpa; chaquetas surcadas en la cintura; camisas con mangas tipo raglán confeccionadas en malla blanca, puños coloridos; zapatos amarillos, etc. (véase la **imagen 16**).

IMAGEN 16

A vez de o homem ser um pouco feminino



“[...] a conclusão e de que a Clínica será uma opção para todos que quiserem sair do estilo tradicional e formal e não gostam de fantasias retiro, tiradas dos baús. Homens e mulheres, vamos às cores e às novas formas soltas e modernas, a nova virada do gênero unissex, bem-humorado”

Fuente:

Jornal do Brasil, Mr. Wonderful. O estilo da moda informal para adiar o infarte por Iesa Rodrigues, 2 de julho de 1979, caderno B, p. 5.

El reconocimiento alcanzado por Luiz de Freitas le permitió tomarse algunas licencias. Las propuestas creativas de *Mr. Wonderful* se diferenciaron de las propuestas creativas de *Belui* o *Vinte Anos* por su tono abiertamente disruptivo. Freitas esperaba que los clientes más osados salieran vistiendo pantalones color naranja, camisas amarillas, *sweaters* morados forrados con felpa blanca y zapatos huecos que dejaran ver las medias rojas debajo⁸³. Aquel espacio estaba diseñado para experimentarse, descubrirse y liberarse. Se advertía que, si un cliente entraba a la boutique y compraba una corbata, una camisa o un par de zapatos sin entrar al probador para dejarse llevar por la novedad el costo de las prendas sería el indicado en la tabla de precios de la marca, pero si entraba al probador y salía

⁸³ *Jornal do Brasil*, Mr. Wonderful. O estilo da moda informal, *ibidem*.

modificado entonces los descuentos serían verdaderamente compensadores. Luiz de Freitas creía que, dependiendo de la “intensidad del prejuicio”, los clientes acudirían a la tienda a comprar alguna prenda que les resultara curiosa o las suficientes para experimentar un cambio radical de actitud ante su nueva masculinidad. Las opciones estaban disponibles para dosificarlas, como si se tratase de un tratamiento, algunas veces lento y otras veces rápido.

Las disputas en la esfera pública sobre las “*Novas Masculinidades*” pusieron en juicio la universalidad del ideal masculino representado en el estereotipo hegemónico del hombre blanco, occidental, proveedor, heterosexual y viril (KIMMEL, 1997). Como cuenta Karla Galvão Adrião (2005), entre los setenta y ochenta las discusiones sobre la condición femenina, avivada por los feminismos, trajeron a la agenda la reflexión sobre el papel de los hombres en la perpetuación del sistema de opresión patriarcal, pero, también en la revolución que habría de desarticular las estructuras de opresión que reproducían la subalternidad de las mujeres. De este modo, en un gran marco de disputas y debates sobre las relaciones de género, la crítica feminista se retroalimentó activamente de los debates sobre las nuevas masculinidades, y viceversa. Robert Connell (1995) habla de una articulación entre los Movimientos de Liberación de las Mujeres, de Liberación de la Comunidad Gay y Liberación de los Hombres, en general. En esta intersección numerosas personas coincidían con la idea de que la masculinidad tradicional estaba en crisis y que era necesario contemplar otros tipos de masculinidades. La propuesta de Luiz de Freitas de engalanar a hombres con faldas se insertó en esta dirección.

Un artículo de prensa publicado en el *Jornal do Brasil* dejó constancia de las reacciones del público ante el desfile inaugural de *Mr. Wonderful*, apuntando que aquella noche prevaleció la confusión y el asombro entre los presentes. Algunos reaccionaron con “[...] *gargalhadas e cochichos*”, mientras otros “*falavam, reviravam olhos, reboavam e rodavam mãos, ironicamente*⁸⁴”. Luiz de Freitas sabía a lo que se enfrentaba y había ideado una estrategia para sobrellevar las críticas y explicar al público que su propuesta de moda masculina tenía “*tudo para agradar a gregos, troianos e todos mais*⁸⁵”. El modelo masculino más promocionado durante el desfile fue Eduardo Conde (1946-2003), un conocido actor que en 1972 interpretó el papel de Jesús en la adaptación brasileña del musical de ópera

⁸⁴ *Ibidem.*

⁸⁵ *Ibidem.*

rock *Jesus Christ Superstar*, estrenado un año antes en Broadway⁸⁶. De acuerdo con el artículo, la figura de Eduardo Conde intentaba mostrar que un hombre “*compenetrado e pai de família*”⁸⁷ podía utilizar las genialidades creativas de *Mr. Wonderful*, asunto que demuestra que la carrera de Luiz Freitas estuvo cargada de estrategias para cuestionar la universalidad de un rol masculino único, hacer frente a las críticas y ganar adeptos en un juego de negociación política y simbólica.

La extravagancia de *Mr. Wonderful* generó reacciones ambivalentes en el público. No solo confusión, también admiración. Fernando Gabeira fue uno de los grandes promotores del trabajo creativo de Luiz de Freitas a finales de los setenta⁸⁸, en un contexto de coyuntura que, como apunta Adriano Nervo Codato (2005), se caracterizó por una fase de “apertura política” por parte del régimen militar. El popular periodista Fernando Gabeira —conocido por su participación en la lucha armada contra la dictadura civil-militar, y quien había estado preso y exiliado desde comienzos de la década del setenta— retornó a Brasil entre el 31 de agosto y el 1 de septiembre de 1979, luego de vivir exiliado por una década. Antes de volver a Brasil había estado en países como Suecia, Argelia, Cuba y Chile. Entonces, resonaban los rumores y noticias acerca de la apertura política en el país entre las redes transnacionales que se habían constituido como una respuesta a la persecución y el exilio (GABEIRA, 1980). Algunos de los rumores se hicieron realidad al finalizar el gobierno de Ernesto Geisel (entre 1978 y 1979), y en el transcurso de la presidencia de João Baptista Figueiredo (entre 1979 y 1985) con medidas como la regularización de la actividad parlamentaria y el calendario electoral, la derogación parcial de las medidas de excepción, la amnistía y la reforma partidaria⁸⁹ (RICHTER y SILVA FARIAS, 2019).

⁸⁶ Em 1972 se estrenó el primer montaje brasileño de la ópera rock Jesucristo Superestrella. La idea surgió del productor Altair Lima, quien también había tenido éxito dirigiendo la producción de la versión brasileña de *Hair* en 1969. La traducción del texto estuvo a cargo del poeta Vinicius de Moraes. El estreno se llevó a cabo en marzo de 1972, en el Teatro Aquarius, en el barrio *Bixiga* situado en São Paulo. En enero del año siguiente, el musical se transmitió en el Teatro João Caetano en Río de Janeiro.

⁸⁷ *Jornal do Brasil*, Mr. Wonderful. O estilo da moda informal, *ibidem*.

⁸⁸ *Jornal do Brasil*, Luiz de Freitas apresenta seus novos modelos. Mais uma vez, a masculinidade na prateleira por Maria Luiz Rangel, 19 de dezembro de 1980, caderno B, p. 1.

⁸⁹ Entre 1978 y 1985 se hizo más claro el proyecto de apertura política del régimen militar en Brasil a través de la derogación de varias de las medidas de excepción decretadas a comienzos de la dictadura civil-militar por el presidente Artur da Costa e Silva. Estas últimas se habían dado a conocer con el nombre de “AI-5” y conferían permisos excepcionales a la presidencia con el objetivo de que la clase militar al mando aumentará el control, la represión y el autoritarismo. Entre las medidas se planteaba que el presidente tenía permiso para ordenar el cierre del Congreso Nacional, las Asambleas Legislativas y Cámaras de Concejales; la intervención federal en estados y municipios; el retiro de mandatos políticos, la suspensión de derechos la incautación de bienes materiales, entre otras medidas.

La amnistía le permitió a Gabeira retornar a Brasil. En su regreso declaró que no sabía exactamente lo que iba a hacer, pero que tenía intenciones de incursionar en la actividad política a través del mundo de las letras, quizá, influido por el *modus operandi* de la intelectualidad europea (WAIZBORT, 2013). Antes de volver decidió renovar su guarda ropas y escuchó de una conocida en París que había un diseñador de moda que estaba revolucionando la forma en que los hombres vestían en Brasil. Esa referencia lo condujo a Luiz de Freitas⁹⁰. Cuando Fernando Gabeira llegó a Brasil se instaló en la casa su prima Leda Nagle (1951) —conocida periodista de la red *TV Globo*— quien entonces vivía en la ciudad de Río de Janeiro. Gabeira conservaba conexiones con los medios de comunicación impresos y audiovisuales, así como también con variados círculos intelectuales en el país. Llegando a Río, visitó la Clínica de la Moda en varias ocasiones, tornándose un entusiasta promotor de *Mr. Wonderful*. El sello creativo de Freitas correspondió en varios aspectos con las ideas que Fernando Gabeira había traído del exilio las cuales, como él mismo apuntó, comulgaban con:

“[...] a erradicação do machismo, tópico que, somado à luta pela emancipação da mulher, do negro, à defesa da ecologia, à arregimentação dos jovens, à mobilização dos homossexuais e à libertação de todas as classes, compõe [um] programa de gozo da felicidade aqui e agora, na terra, enquanto o socialismo não vem⁹¹”.

Gabeira publicó entonces una trilogía de libros que relataban su experiencia en la resistencia contra la dictadura civil-militar y vivencias durante su exilio, también reflexiones que ponían en tela de juicio la relación entre masculinidad y libertad. La trilogía: *O que é isso, companheiro?* (1979), *O crepúsculo do macho* (1980) y *Entradas e bandeiras* (1981) fue un gran éxito a comienzos de la década del ochenta. El primer libro agotó una edición de cinco mil ejemplares los primeros diez días, y, en un año y medio, demandó otras diecinueve ediciones que dispusieron cien mil ejemplares en el mercado brasileño. El segundo libro vendió cuarenta mil ejemplares, mientras que el tercero consiguió poner en circulación alrededor de cincuenta mil durante los primeros años de su lanzamiento. La fama de Gabeira ascendió considerablemente a partir de la circulación de estos libros autobiográficos que, como señala Idelber Avelar (2014), exageraron su papel en la lucha armada contra la dictadura. No obstante, tuvieron mucho éxito posicionando la idea de que Gabeira representaba el “espíritu de un tiempo” definido por la “descomposición del macho” y el “crepúsculo de la masculinidad militar” acostumbrada a “*desbravar, entrar e*

⁹⁰ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

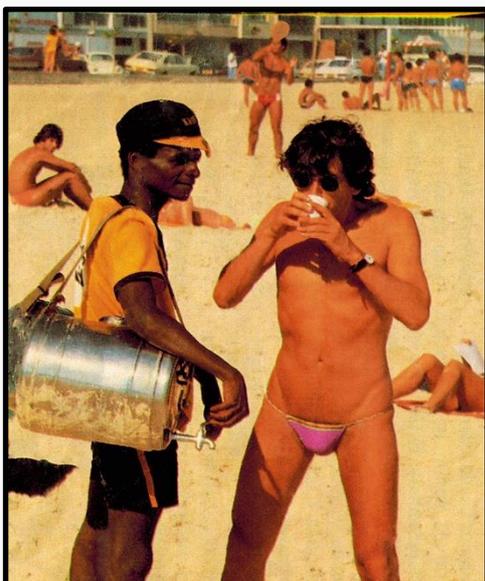
⁹¹ Veja, O POLÍTICO do prazer, 1 de novembro de 1979, p. 122.

penetrar” (AVELAR, 2014: 49) —acciones políticas violentas afines con las dinámicas de la opresión dictatorial—. El panorama de apertura parecía coincidir con la idea de que se debía combatir el sexismo que situaba lo femenino y masculino en dos polos opuestos, un asunto de Luiz de Freitas supo aprovechar en su favor.

La relación entre las ideas de Fernando Gabeira y el sello creativo de Luiz de Freitas fue recíproca. En 1980, *Mr. Wonderfull* tituló su colección de verano “*Companheiro/80*” en homenaje a la trayectoria insurgente de Gabeira. Por aquellos años, Fernando Gabeira se había propuesto cuestionar el estereotipo de masculinidad viril del guerrillero, usando el vestuario como una herramienta útil a este fin⁹² (veáse la **imagen 17**).

IMAGEN 17

Fernando Gabeira en Sunga en los ochenta - Ipanema



“[...] *Todo mundo dizia que ela era de crochê. Alguns apostam que era lilás. Fernando Gabeira e sua tanga trouxeram novas cores ao país, surrado pelo verde-oliva militar e angustiado pelo vermelho esquerda. Os velhos camaradas ficaram perplexos: afinal, o que é isso companheiro?*”

Fuente:

Tamis Parron, Fernando Gabeira e a tanga que escandalizou a ditadura militar brasileira. Aventuras na História, São Paulo, 02 de agosto de 2019. Disponible en: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/alm-anaque/historia-a-sunga-de-fernando-gabeira.phtml>

Pese a que las opiniones favorables en la prensa hacia a Luiz de Freitas se mantuvieron estables durante toda la década del ochenta, ciertos acontecimientos dejaron ver que tuvo que enfrentar dificultades por causa de los prejuicios dirigidos hacia la comunidad gay. Su asociación con Fernando Gabeira le valió campañas de desprestigio en momentos de

⁹² Una de las noticias más populares con relación a este tema tuvo lugar en 1979 cuando Fernando Gabeira, llegando de Europa luego de su exilio, exhibió en las playas de Ipanema una pequeña tanga que pertenecía a su prima Leda Nagle. La tanga era “amarilla y azul” en honor a los colores de la bandera de Suecia donde Gabeira había vivido. Luego de esto, durante el verano de 1980, Gabeira acudió a una tienda de la marca italiana *Fiorucci* para comprar una tanga color lila por cuenta de un compromiso que había asumido con el equipo editorial del periódico *O Lâmpião* quienes proyectaron aquel acontecimiento como una campaña en favor del derecho a la diversidad sexual. Hitos como este contribuyeron a hacer de la tanga un símbolo de esta causa y de Fernando Gabeira uno de sus voceros. Folha de São Paulo, Tanga original não era lilás nem de crochê, 22 de agosto de 2004, disponible en línea en: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2208200422.htm> [consultado el 14 de octubre de 2020].

coyuntura política (véase la **imagen 18**). Abundaron las menciones que relacionaban a Gabeira con *Mr. Wonderful*, y viceversa. Se repetía hasta el cansancio que Freitas “*ficou famoso depois de eleito pelo escritor Fernando Gabeira como seu estilista favorito*⁹³”, al mismo tiempo que *Mr. Wonderful* proponía “afeminar” la moda de hombres dotándola de texturas, geometrías y colores que le aportaran drama, una cualidad que hasta entonces se creía “típicamente femenina”.

IMAGEN 18

O que é isso, excelência, caricatura sátira dedicada a Fernando Gabeira usando las ropas de *Mr. Wonderful*



El paltó de hombreras anchas que, según el artículo de Marcos Sá Correa, retrata el tamaño de las mentiras de Gabeira, se adornó con símbolos —cómo la mariposa— que representaron de forma negativa la femineidad en las prendas de *Mr. Wonderful*, sirviendo como crítica a la figura de Gabeira que, por esos años, se había propuesto defender la libertad y diversidad sexual como dos de los derechos fundamentales que debían definir el nuevo proyecto democrático que debía emprender Brasil después de la dictadura.

Fuente:

Jornal do Brasil, O que é isso, excelência por Marcos Sá Correa, 2 de novembro de 1986, caderno B, p. 1.

Un ejemplo de esto puede observarse en un artículo de opinión publicado en 1986, en el marco de las elecciones para gobernador en el estado de Río de Janeiro donde Gabeira figuraba como candidato. Marcos Sá Correa (1946) dirigió severas críticas a la figura de Gabeira utilizando las prendas de ropa de *Mr. Wonderful* para recrear una caricatura sátira en la que Gabeira es retratado como un mentiroso. El artículo habla de la enorme distancia que separaba su propuesta electoral de la realidad alrededor de su campaña, una distancia “*maior do que a existente entre um ombro e outro de um paletó da Mr. Wonderful*⁹⁴”. Ese

⁹³ *Jornal do Brasil*, MISS DIVINE A moda da pobre menina rica por Iesa Rodrigues, 10 de julho de 1983, caderno B, p. 9.

⁹⁴ *Jornal do Brasil*, O que é isso, excelência por Marcos Sá Correa, 2 de novembro de 1986, caderno B, 1.

tipo de desprestigio era compartido por esferas políticas en apariencia antagonicas, como lo demuestran las indagaciones de Diego Sempol (2015) quien asevera que la represión hacia homosexuales —y otros grupos/identidades asociados con practicas de “disidencia sexual”—, por parte del Estado y otros sectores de la sociedad civil, fue una continuidad a lo largo del siglo en XX en toda America Latina, tornandose especialmente visible ante las denuncias que emergieron en los procesos de redemocratización para denunciar las violaciones cometidas en el marco de las dictaduras militares, pero tambien dentro de las propias filas de su oposición como lo muestra James Green (2012) para el caso de aquellos grupos que se identificaban como revolucionarios.

El “candidato verde” —cómo se hizo conocer Fernando Gabeira por aquellos años— hizo constantemente visible la relación entre moda y política pues era “[...] *imposível não reparar no seu estilo [...] qualquer foto sua tem uma informação de moda [...sendo] a etiqueta Mr. Wonderful predominante no seu guarda-roupa*⁹⁵”. Adicionalmente, *Mr. Wonderful* vistió conocidos escritores, cineastas y artistas del momento. Además de la figura de Gabeira, destacaron nombres como Ziraldo Alves Pinto (1932), Roberto Carlos (1941), Caetano Veloso (1942), Eduardo Dussek (1954), y otros⁹⁶. Esto causó una enorme curiosidad que incrementó la aparición de Luiz de Freitas en numerosos espacios de la esfera pública. La televisión fue otro de ellos pues, como señaló en una entrevista, “[...] *na época da clínica, a TV Globo deu uma tremenda projeção*⁹⁷”, ya que era quien vestía al personal del programa *Globo Esporte*.

Durante el período de “apertura”, entre finales de los años setenta y principios de los ochenta, el orbe social de la moda sirvió para legitimar actitudes más abiertas en el plano de la política formal. En paralelo al retorno de Fernando Gabeira y la “espectacularización” del discurso de la democracia a través de las extravagancias del vestir y la promoción de las libertades sexuales conducidas por la idea del “crepúsculo del macho”, aludiendo a los estereotipos de masculinidad militar y revolucionaria; en 1979, la compañía de tejidos Camilo Nader —uno de los principales patrocinantes de los eventos donde debutó Luiz de Freitas— organizó un desfile en la ciudad de Brasilia con motivo de la inauguración de una nueva filial en dicha ciudad. El invitado principal de aquel desfile —en el que Luiz de Freitas no participó— fue el entonces presidente João Baptista Figueiredo (1918-1999)

⁹⁵ *Jornal do Brasil*, A moda dos candidatos por Iesa Rodrigues, 23 de setembro de 1986, caderno B, p.1.

⁹⁶ Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

⁹⁷ *Ibidem*.

quien asistió junto con su esposa, Dulce María de Guimarães Castro (1928-2011), ministros, diputados y senadores de su gabinete de gobierno (véase la **imagen 19**).

IMAGEN 19

Desfile para el Presidente ver



Fuente:

Jornal do Brasil, Desfile em Brasília, para Presidente ver, 3 de dezembro de 1979, caderno B, p. 4.

La prensa posicionó la idea de un “cambio de aires” en la esfera cultural que se hacía patente a través de escenas que, en años anteriores, hubiesen resultado inverosímiles. Una de esas escenas describe a João Baptista Figueiredo como un presidente tímido, más o menos cerrado, aunque, lo suficientemente abierto como para asistir a un desfile de moda, una actividad fútil, un presidente receloso que durante el evento:

“[...] pouco levantou os olhos para a passarela, um tanto sisudo para a ocasião, em compensação, D. Dulce acompanhava com os ombros o ritmo do samba. Ministros aguardavam boquiabertos as entradas do desfile e toda a plateia aplaudia cada vez que Maria Rosa [uma de las modelos más conocidas por aquellos años] desfilava [...] O desfile propriamente dito veio entremeadado de samba ao vivo, agitando as manequins vestidas apenas com tecidos enrolados no corpo. Algodoes coloridos, estampas figurativas ou no estilo africano e as sedas em tons pasteis foram os principais lançamentos para o verão [...] No final a ruiva Marlene [otra reconocida modelo] desceu as passarelas, beijou D. Dulce e o Presidente (que rapidamente limpou a marca de batom com lenço), houve um ensaio de carnaval perto do palco, com a adesão de alguns membros

*da mesa principal (não do Presidente, que ficou sentadinho no seu lugar), e encerrou-se o show”.*⁹⁸

En el marco de la Crisis del Petróleo de 1979, muchas empresas textiles nacionales e internacionales vieron la oportunidad de fortalecer sus posiciones en Brasil.⁹⁹ Además del panorama de apertura política descrito anteriormente, este segundo aspecto auspició el acercamiento de algunas empresas textiles a figuras del gobierno para intentar ganar ventajas en el terreno a través de este tipo de conexiones, una estrategia que funcionó a lo largo de los ochenta hasta que, a finales de la década, se comenzaron a percibir pérdidas notables que aceleraron la necesidad de conquistar nuevos mercados en el plano internacional. Además de un deseo profundo de reconocimiento dentro y fuera de las fronteras nacionales, este mismo movimiento hacia la internacionalización sería replicado por Luiz de Freitas quien emprendió en simultáneo un proyecto de salida que coincidió en gran medida con los itinerarios comerciales de algunas de estas empresas textiles.

2.3 “De Ipanema para el mundo”, el empeño de Freitas por la internacionalización

El 13 de mayo de 1981 Luiz de Freitas compartió la pasarela con diseñadores de moda internacionales como Enrico Coveri (1952-1990) de Italia; Jean-Chales de Castelbajac (1949) de Marruecos, aunque, inserto en la órbita de la moda francesa desde hace mucho tiempo; Kansai Yakamoto (1944-2020) de Japón; Anne-Marie Beretta (1937), Chantal Thomass (1947), Jean-Paul Gaultier (1952) y Thierry Mugler (1948) de Francia; Geofey Beene (1924-2004) y Betsey Johnson (1942) de los EE. UU, en un desfile único realizado en São Paulo y patrocinado por la compañía brasileña de textiles sintéticos *Trevira*¹⁰⁰. Posteriormente, el espectáculo fue replicado en la ciudad de Miami (EE. UU) durante el mes de septiembre de ese mismo año patrocinado por la misma compañía¹⁰¹. Dos años más tarde, en agosto de 1983, Luiz de Freitas fue reconocido como el mejor diseñador de moda masculino en la categoría *sports-wear* en un evento patrocinado por el *Jornal do Brasil*, junto con la *Companhia de Tecidos Multifabril* y la empresa *Special Publicity Ltda*¹⁰²; y, al finalizar la década, la ropa de *Mr. Wonderful* fue reconocida en Portugal como la mejor

⁹⁸ *Jornal do Brasil*, Desfile em Brasília, para Presidente ver, 3 de dezembro de 1979, caderno B, p. 4.

⁹⁹ *Jornal do Commercio*, Como conviver com a hiperinflação, 7 de novembro de 1988, p. 13.

¹⁰⁰ *Jornal do Brasil*, Para estar na moda, agora e no final do século, 14 de maio de 1981, caderno B, p. 12.

¹⁰¹ *Jornal do Brasil*, Brasileiros vão a Los Angeles, mostrar nosso verão e o futuro, 2 de setembro de 1981, caderno B, p. 7.

¹⁰² *Jornal do Brasil*, Uma festa luminosa na entrega dos prêmios aos melhores da moda, 3 de agosto de 1983, caderno B, p. 9.

colección de moda masculina en la feria del vestuario de Porto (PORTEX) realizada en junio de 1988¹⁰³.

Los años ochenta fueron el escenario de mayor proyección para Luiz de Freitas, pero el éxito no estuvo exento de dificultades. Luiz de Freitas siempre destacó los contrastes entre la recepción del público en contextos como los EE. UU y Francia, por un lado, y en Brasil, por otro lado. Mientras que figuras conocidas como el cantante y músico británico Freddie Mercury (1946-1991), el cantante norteamericano Prince Rogers (1958-1916), el bailarín soviético Rudolf Nuréyev (1938-1993), el diseñador francés Jean-Paul Gaultier e, incluso, la modelo norteamericana Cindy Crawford (1966) compraron y simpatizaron abiertamente con *Mr. Wonderful*; en Rio de Janeiro la recepción de su propuesta enfrentó serias crítica por parte del público carioca. El mito de que Ipanema era uno de los espacios más “libertarios” de Brasil —siguiendo la hipótesis que, como apunta Christopher Dunn (2016), situó a Ipanema como una incubadora de los movimientos contraculturales en los tiempos del autoritarismo militar— fue puesta “a prueba” cuando Luiz de Freitas percibió la resistencia de un sector del mercado carioca a tomar por válida su oferta creativa, un asunto que lo llevó a concluir que “[...] *para seu espanto, Ipanema não era o berço de liberdade que sempre esperou que fosse*¹⁰⁴”.

Percatarse de esta situación lo llevó a emprender un proyecto de internacionalización que comenzó con el viaje a Nueva York donde registró su marca *Mr. Wonderful* a finales de la década del setenta y que, luego, se consolidó con [i] la presentación de sus productos en una importante feria internacional realizada en Alemania (Dusseldorf, 1979¹⁰⁵), [ii] la apertura de un *showroom* en *Saks Fifth Avenue* —una renombrada cadena de almacenes de lujo en EE..UU— (Nueva York, 1982¹⁰⁶), y [iii] la inauguración de filiales comerciales de la marca *Mr. Wonderful* en Portugal (Porto y Lisboa, entre 1986 y 1987¹⁰⁷) y Holanda (Ámsterdam, 1989¹⁰⁸), conjuntamente con otras cuatro tiendas en São Paulo (1981¹⁰⁹), Belo Horizonte y Salvador de Bahía (s.f) (veáanse las **imágenes 20 y 21**).

¹⁰³ *Jornal do Brasil*, Mr. Wonderful maravilha em Portugal por Iesa Rodrigues, 19 de junho de 1988, caderno B, p. 6.

¹⁰⁴ *Jornal do Brasil*, Luiz de Freitas apresenta seus novos modelos, *ibidem*.

¹⁰⁵ *Jornal do Brasil*, Moda para Ipanema, com preço de magazine estilo de exportação, *ibidem*.

¹⁰⁶ *Jornal do Brasil*, Moda de exportação, 2 de fevereiro de 1982, caderno B, p.3.

¹⁰⁷ *Jornal do Brasil*, A moda brasileira recoloniza Portugal por Iesa Rodrigues, 17 de novembro de 1987, caderno B, p. 8 / *Jornal do Brasil*, Perfil do consumidor / Luiz de Freitas por Elizabeth Orsini, 30 de maio de 1987, caderno B, p. 8.

¹⁰⁸ *Diário do Pará*, Zózimo. Roda-viva, 26 de setembro de 1989, D-8.

¹⁰⁹ *Jornal do Brasil*, Nas boutiques de moda, ideias para casa por Patricia Mayer, 15 de junho de 1985, caderno B, p. 7.

IMÁGENES 20 y 21

Tienda de *Mr. Wonderful* en la Av. Paris, Lisboa (1987) | Luiz de Freitas y el periodista Antonio Jorge el día de la inauguración de la tienda *Mr. Wonderful* en Ámsterdam, Holanda (1989)



Fuente:

Manchete, Na contramão da história. O Brasil descobre Portugal por Márcia Mello Penna, 26 de dezembro de 1987, n. 1862, ano 36, p. 53 | Entrevista a Luiz de Freitas por Ruth Joffily y Laura Oldenburg. Nasci Gay [libro-site], 2014.

El deseo de Luiz de Freitas de expandirse fuera de las fronteras brasileñas dialogó con la necesidad de construir en Brasil “[...] *uma 'moda nacional', ao mesmo tempo diferente e equivalente das modas historicamente consagradas*” (MICHETTI, 2012: 11). Es claro que la posibilidad de destacar dentro de esta “moda nacional”, todavía en construcción, pasaba por forjar un nombre y tener un papel relevante en el escenario internacional, lo cual servía, a la vez, de estrategia de legitimación en contextos locales. En 1995, Luiz de Freitas publicó una frase que apuntaba hacia esta dirección “[...] *se os estilistas franceses fazem roupas com as cores de suas bandeiras, porque não podemos usar a nossa?*”¹¹⁰.

Esta aseveración permite, por lo mínimo, problematizar generalizaciones que, si bien, tienen vigencia en algunos contextos, son puestos a prueba en otros. Heloisa Helena de Oliveira Santos (2020), partiendo de una perspectiva decolonial, plantea que es necesario cuestionar el concepto occidental de moda para pensar adecuadamente las experiencias periféricas que producen *outras modas*, conteniendo, en esta categoría, todo aquello que es producido por “no blancos”. Continúa diciendo que la actuación de agentes creativos negros, africanos y afrodiáspóricos en la moda, debe, imperativamente, pensarse desde

¹¹⁰ *Jornal do Brasil*, Orgulho em verde amarelo, 20 de agosto de 1995, Brasil, p 16.

abordajes que reconozcan la existencia de modas más allá de Europa, un punto con el acordamos. Sin embargo, la trayectoria de Luiz de Freitas demuestra que existen casos en los que los agentes creativos negros desearon influir en el seno de sistemas de relaciones globales, no en condición de periféricos/subordinados, sino en posiciones de vanguardia (veáse la **imagen 22**).

IMAGEN 22

Mentalidad del primer mundo (1991)



“Trabalhar com griffe num país que tem como momento histórico a situação atual do Brasil, exige, no mínimo coragem, uma grande dose de risco calculado, equilíbrio e uma postura de observador. Quem mexe com moda tem como objeto de trabalho a mentalidade do 1º Mundo encravado na realidade do 3º Mundo”.

Fuente:

Jornal do Brasil, Mentalidade do Primeiro Mundo, 20 de janeiro de 1991, Idéias/ENSAYOS, s.p.

La estrategia de Luiz de Freitas y de muchos otros empresarios negros se torna una opción política —a mi parecer, problemática desde la perspectiva decolonial— porque deja en evidencia la existencia de sujetos racializados (tradicionalmente considerados periféricos, subalternos y marginales), pero que eligieron negociar o mejorar su posición dentro de los límites del Estado-Nación por medio de la oferta-demanda del mercado global, y no —exclusivamente— a través acciones de “choque” como protestas, huelgas, etc., de carácter más colectivo. A lo largo de toda la década del ochenta Luiz de Freitas dejó claro que anheló un reconocimiento del público de Ipanema, y que su proyección fuera de las fronteras nacionales serviría en principio para impresionar al público en Brasil (veáse la **imagen 23**).

IMAGEN 23

Mi sueño dorado: industrializar el delirio en la moda brasileña (1986)

Industrializando o delírio



Em 1978, os sóbrios senhores brasileiros, que não admitiam nem usar uma camisa pólo cor-de-rosa, depararam-se com uma coleção chela de camisas vermelhas, calças xadrezes, cuecas de flores e macacões de malha. Era a vitrina da boutique Mr. Wonderful, criada pelo agitado Luiz de Freitas, que ganhou fama — mas não fortuna — por suas idéias vanguardistas. O recém-chegado Fernando Gabeira aderiu rapidamente ao estilo, mas pouca gente tinha coragem de envergar as calças largas e as camisas berrantes. "Naquela época, a moda feminina já não tinha mais novidade para mim, não havia uma grande idéia internacional. Parei de fazer a etiqueta Belui, que mereceu até um grande desfile no MAM em 1975, e passei para a roupa masculina, onde eu era mais útil, como parte de um processo que revolucionou o conceito da moda de homem. Até agora, Luiz trabalhava neste lado, o estilo. Agora sou empresário. Vou esquecer que já desenhei um vestido novo por dia. Quero realizar um sonho, o de industrializar a moda, coisa de americano. Esta industrialização sem-



Luiz de Freitas, estilista. — Estamos num momento em que é preciso ser sério, conviver com máquinas

pre custa alguma coisa, e no caso da Mr. Wonderful é exatamente o vanguardismo. Atualmente, o trabalho que apresento é reciclado do que eu fazia há três ou quatro anos. Em vez de inventar roupas, agora trato dos números, levanto a produção de dez mil peças mensais na fábrica de Pau Grande. Estamos num momento em que é preciso ser sério, conviver com as máquinas."

Quanto aos preços, e as tentativas de campanhas contra o consumo de moda, Luiz acha inviável este controle. "A roupa é importante para o ego das pessoas. O homem hoje em dia não tem mais vergonha de ser bonito, e sabe que a aparência é fundamental na vida social moderna, muito competitiva". Para não deixar de falar em moda, Luiz declara-se "empolgado com o underwear do Summer Boy, que vai ter na etiqueta o nome Atitudes". Bem, por underwear, entenda-se cuecas, camisetas; Summer Boy é a confecção industrializada de Luiz de Freitas. "Tudo o que quero agora é industrializar o delírio, espero que a partir das dificuldades atuais surja enfim meu sonho dourado: a moda brasileira."

"Tudo o que eu quero agora é industrializar o delírio, espero que a partir das dificuldades atuais surja em fim meu sonho dourado: a moda brasileira".

Fuente:

Jornal do Brasil, Industrializando o delírio, 8 de junho de 1986, caderno B, p. 7.

El proyecto expansionista de Luiz de Freitas tenía prevista la inauguración de tiendas en otras ciudades norteamericanas, y en metrópolis europeas como Londres, Copenhague y Barcelona¹¹¹. Sin embargo, la apertura de Brasil a la importación textil —competitiva en materia de precios—, sumada al conjunto de medidas conocidas como el *Plano Brasil Novo* interrumpieron la apertura de nuevas boutiques al inicio de la década del noventa¹¹². La expansión de *Mr. Wonderful* fue posible gracias a las asociaciones que Luiz de Freitas entabló con el empresario escocés Allan Rattray y el norteamericano John Travis (1943-2017) quienes, al final de la década del ochenta, se convirtieron en socios de *L. de Freitas Confecções de Roupas*¹¹³.

La internacionalización de *Mr. Wonderful* se llevó a cabo por medio de la constitución de sociedades comerciales y licencias de comercialización. No por casualidad la llegada de *Mr. Wonderful* a Portugal coincidió con la penetración simultánea de empresas textiles brasileñas como la *Companhia de Tecidos Nova América* que en años anteriores patrocinó

¹¹¹ *Jornal do Brasil*, A moda brasileira recoloniza Portugal, *Ibidem*.

¹¹² Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

¹¹³ *Jornal do Brasil*, Grifes brasileiras ganham o mundo. Sofisticação e qualidade vencem o preconceito por Valéria da Silva, 14 de junho de 1989, 1º caderno, p. 22.

algunos de los desfiles donde Luiz de Freitas participó¹¹⁴. Los flujos comerciales entre Brasil y Portugal en la década del ochenta se correspondieron con procesos históricos interrelacionados que, como apunta el historiador Luiz Felipe de Alencastro (2019) en su propuesta de “*eras do Atlântico Sul*”¹¹⁵, hicieron coincidir la caída de regímenes políticos autoritarios, dictatoriales y coloniales en una variedad de contextos situados en los tres extremos del Océano Atlántico, desde América pasando por África y Europa. La cúspide de la trayectoria profesional de Luiz de Freitas y su proyección en la esfera pública carioca se gestó en el marco de coyunturas sociopolíticas y económicas interconectadas. Por un lado, tensiones, disputas y diálogos entre los intereses en juego en la redemocratización (NERVO CODATO, 2003); y por otro, un panorama económico convulsivo caracterizado por altos niveles de inflación, un incremento de las tasas de interés internacional y una desaceleración de la industrialización dirigida desde el Estado que “[...] *levou o Brasil a uma década de estagnação*” (SERRANO, 1998: 1).

Este escenario aporta elementos razonables para comprender de qué manera se llevó a cabo el efímero proyecto de internacionalización de la marca *Mr. Wonderful* y el porqué de la elección de Portugal como uno de sus destinos predilectos. En 1986, año en el que se inauguraron tiendas de *Mr. Wonderful* en las ciudades de Porto y Lisboa, Portugal vivía un momento de estabilidad interna respecto a décadas anteriores. Como se describe en un artículo de la revista *Manchete* publicado el 26 de diciembre de 1987, el aumento de las inversiones brasileñas en Portugal tuvo mucho que ver con:

“[...] *a chegada da democracia em 25 de abril de 1974 [data em que ocorreu a Revolução dos Cravos], depois de 50 anos sob a tutela de Antônio Salazar, aliada à entrada na Comunidade Econômica Europeia (CEE), em 1º de janeiro de 1986, deu ao país um grande impulso. A inflação que tanto assusta aos brasileiros, está em queda em Portugal: de 29%, em 1984, baixou para 20, em 1985, 10% em 1987, e a perspectiva é de 6% para o ano que vem. O PIB cresceu em 3,5%, média considerada muito boa, e a taxa*

¹¹⁴ Manchete, Na contramão da história. O Brasil descobre Portugal por Márcia Mello Penna, 26 de dezembro de 1987, n. 1862, ano 36, p. 54.

¹¹⁵ Luiz Felipe de Alencastro habla de tres eras que condensan la experiencia histórica del Atlántico Sur. La primera era se extiende de 1500 a 1850 y está fuertemente definida por el tráfico de esclavos, la centralidad de las tecnologías y artes de la navegación y fuertes disputas por el control del océano. La segunda era se extiende desde 1850 hasta 1975 y se caracteriza por un aumento de la brecha en la evolución económica del Atlántico Norte respecto al Atlántico Sur. El final de esta era estuvo marcado por “[...] *a democratização dos países sul-americanos, a independência de Angola e da Namíbia [e, em geral, dos países da África subsaariana...], e o fim do apartheid na África do Sul (1994) [os quais] modificam novamente as regras do jogo no Atlântico Sul*” (DE ALENCASTRO, 2019: 23). La tercera inicia en la década del 80, momento en que los regímenes dictatoriales en América del sur llegan a su fin, retornan los exiliados políticos a sus países de origen y movimientos antirracistas se expanden más allá de las fronteras nacionales.

*de desemprego caiu de 12%, no ano passado, para 8%, neste ano. Com a economia em crescimento [...] Portugal atrai cada vez mais os investimentos de americanos, japoneses, sul-coreanos e brasileiros [...]*¹¹⁶.

El ocaso de los regímenes autoritarios en ambos lados del Atlántico no solo afectó las estrategias comerciales llevadas a cabo por Luiz de Freitas, sino que también insidió en algunas de sus estrategias creativas. La escena de apertura coincidió con las críticas hacia los estereotipos de género, pero también con la emergencia de actitudes cosmopolitas que intentaron visibilizar los aportes culturales africanos. La primera mención a África en las colecciones de Luiz de Freitas se remonta a 1984 cuando estampados multicolores que evocaban “*lembranças da África*¹¹⁷” sirvieron de materias primas para la elaboración de la colección verano/84 de *Mr. Wonderful*. Las evocaciones a África no fueron solo una exclusividad creativa de Luiz de Freitas. De hecho, tuvo una relación estrecha con un conjunto de fenómenos culturales complejos que se desplegaron en el todo Brasil, aunque, especialmente, en la ciudad de Rio de Janeiro en el marco la reapertura a mediados de los ochenta.

Al igual que otras marcas de moda cariocas del momento —como *Oliver, Richards* y *Filipo*¹¹⁸—, en 1984 *Mr. Wonderful* se hizo portavoz de una colección de moda que exaltó la centralidad de las estéticas de inspiración africana y el tropicalismo brasileño. El mismo año, la Fenit colocó a disposición una llamativa oferta de tejidos coloridos y estampados inspirados en el Extremo Oriente y en el África Subsahariana, posicionando el “exotismo” como la novedad editorial de 1984¹¹⁹. Pero, ¿Por qué 1984? Lo interesante de este suceso poco tiene que ver con la colección de ropas o tejidos en sí misma, si no más bien con los estímulos externos que animaron su emergencia en las ferias textiles y pasarelas cariocas de la época.

En 1984 era inaugurado en Rio de Janeiro el Sambódromo del Marquês de Sapucaí. También se realizaba el Primer Encuentro Internacional de Artes Negras (Kizomba) entre el *Pavilhão de São Cristóvão* y la *Praça da Apoteose* el cual logró reunir grupos musicales procedentes de Brasil, Congo, las Antillas Francesas, Cabo Verde, Mozambique, Angola, Nigeria, Cuba, Guyana y artistas exiliados de Sudáfrica. En el transcurso de diez días las

¹¹⁶ Manchete, Na contramão da história, *ibidem*, p. 53.

¹¹⁷ *Jornal do Brasil*, Camisas tropicais para os homens, 2 de setembro de 1984, caderno B, p.7.

¹¹⁸ *Jornal do Brasil*, Camisas tropicais para os homens, *ibidem*.

¹¹⁹ *Correio Braziliense*, Pagina Aberta Moda, *ibidem*.

delegaciones visitantes reforzaron la imagen de un “Rio Cosmopolita¹²⁰” donde las expresiones artísticas y ritmos africanos se combinaron con el imaginario musical de la samba. Las performances y las menciones a los conflictos políticos africanos estuvieron presentes durante toda la programación como una forma de conectar con los problemas que derivaron del autoritarismo en Brasil. En 1984, se llevaba a cabo la convención del *Partido do Movimento Democrático Brasileiro* (PMDB) materializando la posibilidad de que la presidencia del país llegase a manos de un civil ajeno al régimen que se instaló del Golpe de Estado de 1964, cuestión que se concretó en el año siguiente. De esta forma, la oferta creativa de la Fenit y de los diseñadores de moda cariocas respondió a un contexto cargado de expectativas donde la samba, la moda y el cambio social estrecharon manos¹²¹, y formaron parte de una ecuación en la que se tensionaron las representaciones sobre lo afrobrasileño, y las acciones políticas de las agrupaciones y agentes creativos negros en Brasil.

En el campo de la moda se manifestaron estas tensiones. Si bien es cierto que muchas veces las imaginaciones sobre África fueron presas de viejos estereotipos conectados con campañas de exotización (PIETERSE, 1992); también es cierto que las fronteras que separaron estas imaginaciones de las acciones políticas de los movimientos sociales de negros y la población afrodiáspora en general fueron bastante imprecisas y porosas. El examen de las estrategias creativas de Luiz de Freitas en el marco de la redemocratización llevó a identificar negociaciones complejas entre sus intereses como diseñador de moda negro, las expectativas políticas de artistas ligados a las escuelas de samba que figuraban como sus principales clientes, una mayor apertura a la participación política por parte del Estado, y la oferta/demanda del mercado volcado a convertir las counturas en novedades..

Conjuntamente con las estéticas de inspiración africana, en la década del ochenta Luiz de Freitas aprovechó también algunos de los imaginarios nacionales asociados al “folklore brasileño” como una estrategia para vender su singularidad en el exterior. Algunos de sus diseños estuvieron inspirados en la fiesta de *Folia de Reis*, las fantasías carnavalescas de *Bumba-meu-boi*, *Zacarias do Rego Monteiro*, y otras¹²². Por otra parte, dentro de Brasil,

¹²⁰ *Jornal do Brasil*, O Rio Cosmopolita que nenhum evento perturba, 21 de novembro de 1984, caderno B, p. 8.

¹²¹ Esta tensión se refleja en la tesis de Mijaíl Bajtin quien apunta que mientras la cultura oficial es una cultura de la seriedad, de la violencia y de la autoridad, la contracultura del carnaval es una cultura de la liberación, celebración de la risa y el cuerpo (SPIELMANN, 2006).

¹²² *Domingo [Revista do Jornal do Brasil]*, Folclore de exportação. O estilista Luiz de Freitas investe nas formas nativas, 2 de maio de 1982, ano 7, n. 315, p. 24.

Luiz de Freitas asesoró y vistió a notables figuras de la samba y el carnaval carioca, entre ellos Zeca Pagodinho (1959) a quien exhortó a cambiar “[...] *os jeans por ternos de linho*¹²³” y a Martinho da Vila (1938) a quien incitó a “*esquecer a tara por sandálias e calçar sapatos nos shows*¹²⁴”. Este último fue el principal organizador del encuentro internacional de artes negras (Kizomba) realizado en 1984, y un importante ícono de la lucha anti racista en Brasil (GARCIA BALSALOBRE y DA SILVA BEZERRA, 2021).

En 1994 Luiz de Freitas habló sobre una colección personal de cientos de *chapéus* que mostraban su simpatía con las ideas del pan-racialismo (véase la **imagen 24**) —el término aparece en un artículo titulado *Coroa da alma universal*¹²⁵—. El pan-racialismo —como proyecto— dialogaba con un internacionalismo erigido sobre la base de fronteras raciales bastante dilatadas y porosas, mucho más amplias de lo que las personas acostumbraban a imaginar. Esta amplitud justificaba la existencia de lazos de solidaridad entre todas las diversidades étnicas del mundo. Las diferencias abismales que separaban a las personas partiendo de marcadores lingüísticos, culturales y raciales se diluían dentro del ideal pan-racial al imaginar que todos los seres humanos compartían orígenes comunes. Pese a que muchos críticos han combatido el uso del concepto del pan-racialismo —y otros términos afines como la pan-etnicidad (*pan-ethnicity*)— por considerarlos marcos profundamente esencializantes, homogenizantes e incapaces de reconocer las diferencias en su interior (entre ellos los antropólogos Fredrik BARTH, 1976 y Amselle JEAN-LOUP, 2014); otros autores como Taeku Lee —quien usa este concepto para analizar el comportamiento electoral los EE. UU¹²⁶— señalan que en determinados contextos la ideología del pan-racialismo sirvió para cohesionar grupos étnicoraciales distintos de acuerdo con objetivos económicos y políticos comunes, amparados en experiencias compartidas, reagrupables

¹²³ ISTOÉ, Chega de sandalias. O estilista carioca Luiz de Freitas, 56 anos, é o queridinho das duplas sertanejas, grupos de pagode e samba, 10 de março de 1999, gente, s. p. Recuperado de: <https://istoe.com.br/29270-CHEGA+DE+SANDALIAS/> [consultado el 14 de enero de 2021].

¹²⁴ ISTOÉ, Chega de sandalias, *ibidem*.

¹²⁵ Domingo [Revista do Jornal do Brasil], Coroa da alma universal. Na Índia, Nova Iorque ou no Rio o Chapéu que virou moda “panracial” por Fernando Gerheim, 17 de abril de 1994, ano 19, n. 937, p. 29.

¹²⁶ Taeku Lee usa el concepto de pan-racialismo para pensar los mecanismos según los cuales los individuos de un grupo demográfico racialmente compartido llegan a participar políticamente como un solo grupo. El autor analiza las controversias relacionadas con la elección de Barack Obama como presidente de los EE. UU en 2008, llegando a la conclusión de que a pesar de los esfuerzos de Obama por transmitir una narrativa “*post-racial*” —escenario teórico en el que los EE. UU será libre de preferencias, discriminaciones y prejuicios raciales—, el discurso público en 2008 estuvo repleto de contenidos de cisma racial. [1] La vigencia de los discursos raciales antes, durante y después de las elecciones, unido al [2] el apoyo que recibió Obama por parte de amplios sectores de la población afrodescendiente, latina y asiático-americana considerados independientes (no partidistas), evidencian que el comportamiento electoral en los EE. UU siguió los principios políticos del pan-racialismo: sectores de la población racialmente diferenciados, pero unidos en función de objetivos políticos compartidos.

como “una sola” en momentos de coyunturas (LEE, 2011). Aunque ficcional, la narrativa del panracialismo tiene una función de catalizador político que merece ser considerada.

IMAGEN 24

Coroa da alma universal (1994)



Kipa, equepé, tan ou simplesmente barrete. Mudam os nomes, mas não a alma desse gorro multi-colorido, capas de dar um ar meio afro, meio árabe, meio hindu, cobrindo cabeças panraciais. É o fenômeno mundial da migração que cria moda neste fim de século. Algo como a World Music da indumentaria (seria um World Hat?). Os africanos usam, os muçulmanos, os marroquinos, os rastafaris jamaicanos e os nova-iorquinos também. Os brasileiros cada vez mais.

Fuente:

Domingo [Revista do Jornal do Brasil], Coroa da alma universal, ibidem.

Para Luiz de Freitas, una prenda como el “chapéu” —también llamada: *Kipá*, *Equepé* o *barrete*— tenía el poder de vestir “[...] *cabeças panraciais*” ya que estaba representado en el universo cultural de los africanos, musulmanes, marroquíes, rastafaris jamaicanos, neoyorquinos y hasta brasileños, como se propuso cuando promovió la venta de *chapéus* en las tiendas de *Mr. Wonderful*¹²⁷. Consecuencia del “divorció” que, como señala Judith Butler (2000), subyugó la vida política y cultural a la economía, y viceversa, impidiendo ver sus mecanismos de retroalimentación (BUTLER, 2000), las conexiones de Luiz de Freitas con los momentos e ideales políticos antiracistas entre las décadas del ochenta y noventa han sido ignoradas. Para muchos —como indicó Fernanda en una conversación personal sobre su experiencia con Luiz de Freitas a principios de los noventa— resultaba incomprensible la idea que una misma persona pudiese apropiarse de banderas libertarias y desear, al mismo tiempo, destacar en los grandes circuitos de la moda global, considerada un campo frívolo, dominado solo por los vaivenes del mercado e, incluso, falto de acciones políticas consistentes en su interior. No obstante, deseamos destacar que la trayectoria de Luiz de Freitas tuvo un impacto —pocas veces conocido— en las dinámicas de la política nacional brasileña, fuese a partir del cuestionamiento a los

¹²⁷ *Domingo [Revista do Jornal do Brasil], Uma solução estética por Iesa Rodrigues, 17 de abril de 1994, ano 19, n. 937, p. 30.*

estereotipos de género, como ya mencionamos, o desde su conexión con el orbe cultural de la samba y su combate al racismo en el tránsito de la década del ochenta al noventa.

El proyecto de internacionalización de Luiz de Freitas se insertó en la avanzada global de los movimientos sociales anti racistas que exigieron la alineación de la población negra y sus figuras notables con las estrategias “de choque” impulsadas por sus organizaciones más radicales. En 1991 el líder mundial en la lucha contra el racismo Nelson Mandela (1918-2003) había visitado Río de Janeiro en una campaña internacional para su elección como presidente de Sudáfrica. Tres años más tarde ganó la presidencia del país y tomó posesión en mayo de 1994. En noviembre de ese mismo año, Luiz de Freitas lanzó una colección de moda referida a África usando textiles procedentes de Costa de Marfil, Gana, Nigeria y Túnez que habían sido traídos a Brasil por la empresa *Balafon* a cargo del escritor y sambista Haroldo Costa (1930) y su esposa Mary Marinho quienes ese año visitaron la ciudad de Abiyán (Costa de Marfil)¹²⁸. Este acto no fue casualidad pues el cambio político en Sudáfrica —un bastión formal de regímenes políticos racistas como el *Apartheid*— había comprometido muchos ámbitos culturales incluido el de la moda.

Aquellos años fueron complicados en lo relativo a los usos políticos de las identidades raciales en el marco de una polarización ideológica. En una esfera pública orientada hacia representaciones “descontaminadas” del neoliberalismo, del conservadurismo religioso y del marxismo ortodoxo (RINDENTI, 2000), las demandas políticas de la población negra podían fácilmente reducirse a los ideales de las organizaciones políticas que comulgaban con el proyecto del internacionalismo proletario, ignorando sus matices. Muchas veces, estuvo negada la posibilidad de que la lucha contra el racismo fuese interpretada en una clave diferente a la que propinian estos tres tipos de agendas (GUIMARÃES, 1996; 1999; ROBINSON, 2000), asunto que dificultó visuliazar la acción creativa de Luiz de Freitas en esta trama de relación.

2.4 De vuelta a Magé: Luiz de Freitas y el ocaso de su carrera a partir de la década del noventa

El proyecto de expandirse a otras ciudades europeas como Barcelona, Londres y Copenhague quedó en pausa ante el repentino fracaso de su empresa¹²⁹. Ya en 1988 comenzaban a notarse pequeños síntomas de desplome. Mientras que en el *Caderno B del Jornal*

¹²⁸ *Jornal do Brasil*, Tecidos africanos que vestem a roupa carioca, 12 de novembro de 1994, caderno B, p.10.

¹²⁹ *Jornal do Brasil*, A moda brasileira recoloniza Portugal por Iesa Rodrigues, *Ibidem*.

do Brasil se publicaban titulares como *Mr. Wonderful maravilha em Portugal*¹³⁰ con motivo de su premiación como mejor colección de moda masculina de verano en la feria del vestuario de Porto realizada en 1988; en paralelo, las ignoradas listas de protestas de título publicadas en el *Jornal do Comercio* dejaban constancia de la deuda y mora que recaía sobre la empresa *L. de Freitas Confecções de Roupas*, anunciadas ante el notario público del 4º Oficio de la ciudad de Rio de Janeiro¹³¹. El triunfo que se describía en los titulares de prensa del *Jornal do Brasil* parecía, en algunos casos, contradecir las tenues señales de problemas que se advertían a finales de la década del ochenta y que, inesperadamente, causaron el cierre de las boutiques y la fábrica a cargo de Luiz de Freitas en la década del noventa, convirtiéndolo en una de las víctimas que dejó a su paso la ejecución del *Plano Brasil Novo* y los efectos de la crisis económica que se azotó América Latina.

Dos décadas más tarde, Luiz de Freitas señalaría que:

“[...] no início da década de 1990 veio o Plano Collor, que abriu a exportação da noite para o dia – e ferrou todo mundo. Eu simplesmente fali, porque não estava estruturado para essa “abertura dos portos”. O meu público era de artistas, que queriam roupas diferenciadas e não queriam se vestir como o público deles. Além disso, meu dinheiro ficou preso, assim como o dinheiro dos artistas – a minha clientela. Muitos perderam dinheiro [...]”¹³².

El *Plano Brasil Novo* (Collor I, II y Marcílio) fue una de las intervenciones más drásticas del Estado en la economía brasileña (CARVALHO, 2006). Medidas como el cambio de moneda (de Cruzado Novo a Cruzeiro), la creación de un impuesto para las operaciones financieras, el congelamiento de precios y salarios, el aumento de tarifa de servicios públicos y el bloqueo de las cuentas de ahorro (LEITÃO, 2011) afectaron de manera irremediable la continuidad de la empresa de Luiz de Freitas, no solo porque restringió el uso de su capital resguardado en las arcas nacionales, sino también porque afectó la capacidad de compra de su público y aceleró la reestructuración de la industria textil brasileña responsable de los patrocinios que promovieron la moda en el interior y exterior (VILELA MARQUEZINI, SOARES PASSANEZI y DE CARVALHO, 2004).

Esta no era la primera vez que Luiz de Freitas se veía afectado por los “vaivenes” de la industria textil. Un factor relevante del éxito de Luiz de Freitas en la década del ochenta resultó de la habilidad de aprovechar a su favor la coyuntura que afrontó el sector textil en

¹³⁰ *Jornal do Brasil*, Mr. Wonderful maravilha em Portugal por Iesa Rodrigues, *Ibidem*.

¹³¹ *Jornal do Comercio*, Junta Comercial do Estado de Rio de Janeiro, 29 de julho de 1988, p. 9.

¹³² Ruth Joffily y Laura Oldenburg, *ibidem*.

el Mundo Atlántico, ante la creciente hegemonía de las empresas textiles procedentes de Asia, China, la Unión Soviética e India (BECKERT, 2016). A partir de la década del sesenta, el sector textil brasileño luchó por recuperar la posición hegemónica que había alcanzado en años anteriores, por ejemplo, en los años cuarenta cuando logró el segundo lugar en la producción global de textiles en el marco de la segunda guerra mundial (KON y COAN, 2005). Para ello, propició estrategias que incitaron la competencia dentro del mercado brasileño. Estas estrategias se abocaron a fortalecer el sector creativo en la moda pues, la industria textil demandó la gestación de un aparato creativo que impulsase el consumo de ropas y, con ello, la oferta y demanda de fibras textiles tanto sintéticas como de algodón (RIELLO, 2013).

La aparición recurrente de Luiz de Freitas en los titulares de prensa y en los principales eventos de moda en el país estuvo estrechamente vinculada al fortalecimiento del aparato creativo de la moda en Brasil. Durante esos años, las empresas textiles grandes, medianas y pequeñas, como las compañías de textiles *Nova América*, *Camilo Nader*, *Trevira*, etc., patrocinaron la emergencia de los diseñadores de moda cariocas con el fin de atar contratos con sus marcas, y hacer frente a la importación que se tornaba cada vez más barata y solicitada. La coyuntura económica que enfrentó el sector textil en Brasil antes de la década del noventa abrió una brecha que favoreció a diseñadores de moda emergentes como Luiz de Freitas quien se valió del patrocinio de estas empresas para posicionar su nombre y luego negociar los beneficios de su visibilidad. No obstante, años más tarde, la creciente inestabilidad de la industria textil afectaría gravemente la continuidad de muchas marcas de moda favorecidas por su patrocinio pues, “[...] a abertura do mercado às importações, em 1990, contribuiu para a reversão do saldo da balança comercial do setor têxtil” (VILELA MARQUEZINI, SOARES PASSANEZI y DE CARVALHO, 2004: 26) afectando negativamente los patrocinios.

Las noticias y notas de prensa sobre Luiz de Freitas fueron disipándose en el curso de los años noventa, y ya, a finales de la década, era raro vérselo reseñado en los principales eventos de moda del país. Después de una intensa fama, Luiz de Freitas resolvió regresar al lugar en el que había nacido. Doce años de ausencia (1995-2007) se vieron interrumpidos ante la realización de un desfile de moda titulado *Welcome Back Mr. Wonderful*, celebrado en 2007 en las instalaciones del Cine Odeon, ubicado en el corazón de Cinelândia en Rio de Janeiro (véase la **imagen 25**). Se trató de un relanzamiento de la marca que le

había proveído de gloria. Un artículo publicado por Iesa Rodrigues reseñó que el relanzamiento de *Mr. Wonderful* fue posible por medio de una alianza comercial entre Luiz de Freitas y Rita Maria Menezes de Oliveira, hija de una de sus costureras en la época de su marca *Belui*. El nuevo atelier estaría situado cerca de la plaza Tiradentes y destacaría por tener una sala especial para las labores de sastrería¹³³.

IMAGEN 25

Welcome Back Mr. Wonderful (2007)



Fuente:

Iesa Rodrigues, *Mr. Wonderful está de volta!*, 17 de octubre de 2007. Disponible en:

<https://iesarodrigues.com.br/mr-wonderful-esta-de-volta/>

El desfile mostró una curiosa *performance* que volvió sobre la cuestión de la experiencia negra. El desfile comenzó con un reparto de modelos negros que danzaron al ritmo de una música africana y vestían *Dashikis* grisáceos (un tipo de vestido usado ampliamente en el África occidental), acompañados de turbantes. Posteriormente, aparecen en escena un grupo de actores blancos adornados con trajes victorianos que marchan sincronizadamente al compás de una música clásica que resuena de fondo. Seguidamente, los personajes del primer y segundo reparto se intercalan formando una especie de *zigzag* que culmina con un gesto de bienvenida dirigido a la entrada de la pasarela. La atención del público se

¹³³ Iesa Rodrigues, *Mr. Wonderful está de volta!*, 17 de octubre de 2007. Disponible en: <https://iesarodrigues.com.br/mr-wonderful-esta-de-volta/> [consultado el 14 de noviembre de 2020].

dirige hacia la entrada donde, después de un extraño alarido, comienzan a aparecer modelos luciendo estilos eclécticos que disipan el carácter binario entre los conceptos estéticos de tradición y modernidad, y con ello la rigidez de las temporalidades: pasado, presente y futuro. Al fondo de la pasarela reposa una imagen enorme con el mensaje: “*White is Wonderful, Black is beautiful*”, recordando el movimiento *Black is beautiful* gestado en los EE. UU en el intersticio de las décadas del sesenta y setenta.

El lanzamiento de la campaña dio cuenta de un cambio de época. También reflejó las subjetividades que despertó en Luiz de Freitas la producción de vestuarios escénicos para la escuela de samba *Estação Primeira de Mangueira* los doce años que estuvo ausente de las pasarelas¹³⁴. Su intento por recuperar la visibilidad nacional y, progresivamente, penetrar en la escena de la moda internacional como confirmó Rita Maria Menezes de Oliveira cuando dijo que ella y Freitas pretendían “[...] *abrir lojas no Rio e São Paulo, até chegar a Miami, em breve*”¹³⁵, no ocurrió de la forma esperada. La tentativa de regreso no trascendió de una exhibición de gala y nostalgia.

¹³⁴ *Ibidem.*

¹³⁵ *Ibidem.*

3. Italo William y Fernanda Gonçalves: dos trayectorias diferentes, singularmente conectadas

Basta dar una mirada a los registros fotográficos de las rodadas de samba realizadas en Rio de Janeiro los últimos años para tener una idea de quién es otro de los protagonistas de nuestra historia. No se trata de un compositor, de un músico o de un cantante, sino de la persona tras la fabricación de las camisas coloridas llenas de estampados que usan los sambistas, y que son conocidas como “*Camisas para Churrasco*”. Su nombre es Italo. Una caricatura identifica el logotipo de su marca *Neri Modas*. Se trata de un “*bonequinho preto*” llamado *Nerinho* que aparece regularmente en el vestuario de figuras de la samba carioca como Moacyr Luz (1958), Jorge Aragão (1949), Nego Álvaro (1988), Marcelinho Moreira (1968), y otros, así como también de influyentes figuras del cine, la literatura y la televisión brasileña como Lázaro Ramos (1978) quien, en años recientes, se dio conocer en los círculos del activismo negro y defensa de los derechos de la población afrodescendiente en Brasil.

Por otro lado, *sarusaías*, jeroglíficos egipcios y estampas inspiradas en las armas de los *orixás* diversifican las opciones disponibles dentro del campo designado como “moda afrobrasileña” y, de modo diferente a la propuesta creativa de Italo, satisfacen las demandas de otro tipo de público. Universidades y circuitos bohemios vinculados con el diseño en Rio de Janeiro son algunos de los espacios donde circulan las prendas de ropa diseñadas por Fernanda, compañera de trabajo de Italo y continuadora del legado creativo promovido por Luiz de Freitas en la década del ochenta.

Los contrastes, sincronías y conexiones entre las trayectorias vitales de Italo y de Fernanda no solo permiten profundizar el conocimiento sobre la experiencia negra en Brasil, una operación que siempre es provechosa; sino que también contribuyen con la historización de la propia moda afrobrasileña, entendiéndola como un campo de creación y recreación de identidades y disputas políticas. A continuación, se presentan un conjunto de experiencias que visibilizan el carácter polisémico, poco homogéneo y, muchas veces, contradictorio, que tornan compleja una delimitación conceptual que abarque la riqueza creativa cubierta bajo la falsa unidad con la que suele utilizarse este término. Contrariamente, se plantea que, más que una “tendencia de moda” concreta, la moda afrobrasileña termina siendo un tipo de expresión compleja que envuelve en su seno una relación dialógica entre experiencias personales y fenómenos generales relacionados con los mecanismos que son

el sostén de las desigualdades estructurales, pero, también con los movimientos locales y las repuestas globales que combaten esas desigualdades llegando a sentirse, vivirse y asimilarse en las trayectorias vitales de estos dos personajes.

3.1 Antecedentes bahianos, microracismos y talentos creativos en contextos familiares

Dieciocho años separan el nacimiento de Italo William y Fernanda Gonçalves, ambos diseñadores de moda fundadores del *Primeiro Coletivo Empreendedor de Criadores Negros do Brasil* inaugurado en agosto de 2018 en el barrio de Ipanema, ciudad de Río de Janeiro¹³⁶. Fernanda, fundadora de la marca *O Verbo etc., e tal*, nació el 22 marzo de 1965, un año después del Golpe de Estado de 1964. Italo William, fundador de *Neri Modas*, nació el 26 septiembre de 1983, durante la fase de “apertura” que anunciaba la “democracia”. Los dieciocho años que separan el nacimiento de Fernanda e Italo revelan el transcurso de una época en la historia de Brasil y del Atlántico Sur¹³⁷.

Fernanda nació y creció en el barrio de Vila Isabel ubicado en la zona norte de Río de Janeiro. Augusta Gonçalves (1931), su madre, había nacido en la pequeña isla de Paquetá ubicada en la Bahía de Guanabara. La familia de Augusta era oriunda de Río de Janeiro. Por otro lado, Oscar Ferreira (1930), su padre, nació en Salvador de Bahía, pero, durante su infancia alrededor de la década del cuarenta tuvo que migrar junto con su familia a Río de Janeiro por cuenta del oficio de su padre que era militar. Del mismo modo que sucedió por aquellos años con el padre de Luiz de Freitas, los oficios militares le prometieron al abuelo de Fernanda una oportunidad de movilidad social. La incorporación de la población negra a los oficios militares fue una de las varias estrategias para intentar hacer frente a las desigualdades estructurales en Brasil. Los historiadores Peter Beattie (2001), Hendrik Kraay (2004) y Álvaro Nascimento (2011) muestran que entre las últimas décadas del siglo XIX y los primeros años del siglo XX, más del 50% de *os praças do exército*¹³⁸ analizadas en sus estudios eran ocupadas por oficiales negros¹³⁹. La primera mitad del siglo XX fue

¹³⁶ Este fue el primer nombre dado al colectivo. A finales de 2020 el nombre del colectivo cambió a *Fabri-kafro* en correspondencia al cambio del modelo de negocio establecido por el colectivo. Este asunto será abordado en páginas posteriores.

¹³⁷ Vuélvase a consultar la nota al pie de página 111, referida a la cronología que el historiador Luiz Felipe de Alencastro elaboro para explicar el recorrido histórico del Atlántico Sur.

¹³⁸ El término “*praças do exército*” hace referencia a militares cuya carrera se sitúa en los grados jerárquicos de recluta; soldado; cabo; sargento tercero, segundo y primero; suboficial y teniente.

¹³⁹ Los estudios de los autores señalado ponen especial atención en regiones como Río de Janeiro y Salvador de Bahía.

un período conocido por la hipercentralidad de la guerra y, en este marco, los oficios militares adquirieron volumen e importancia. En Río de Janeiro esto fue especialmente notable por su condición de capital (NOBREGA FERNANDES, 2006). La incorporación del abuelo de Fernanda a las filas militares visibiliza tan solo una de las muchas trayectorias de personas negras que utilizaron el Ejército como un espacio para de inserción en mejores posiciones en la sociedad y en el mercado de trabajo.

Al igual que la familia paterna de Fernanda, la familia materna de Italo también tiene lazos con la región bahiana. Iara Neri dos Santos (1961), madre de Italo, nació en Salvador de Bahía a comienzos de la década del sesenta, pero su padre murió cuando era apenas una niña pequeña. Por este motivo, su madre, Alaidé Neri (1934), se mudó a Río de Janeiro. El abuelo materno de Iara, Luiz Pires, se había marchado de Salvador de Bahía en busca de oportunidades laborales en 1979. No obstante, al morir el padre de Iara, Luiz Pires decidió reunirse de nuevo con su esposa e hijos en la ciudad de Rio. Él, Alaidé Neri y sus dos hijos pequeños —Iara y Paulo, madre y tío de Italo— se asentaron en la zona norte de la ciudad, concretamente en el barrio Rocha Miranda donde transcurrió una parte importante de la vida de Italo.

Los tránsitos de Salvador de Bahía a Río de Janeiro tuvieron una continuidad histórica de larga duración teniendo como motor el comercio de esclavizados en el período preabolición y, luego, diversos motores asociados con la incorporación de la mano de obra negra libre a las pequeñas haciendas y fabricas situadas en los márgenes de la ciudad de Rio a lo largo del siglo XX. Esta última hipótesis ha sido privilegiada por la mayoría de los historiadores preocupados por la migración interna en dirección Norte/Noreste - Sureste en Brasil —una síntesis de esta lectura puede encontrarse en Eliseu Alves y Renner Marra (2009)—. El hecho de que el abuelo de Fernanda haya tenido que migrar a Río de Janeiro por circunstancias relacionadas con su carrera militar, y que, al mismo tiempo, el bisabuelo de Italo haya tenido que hacerlo en busca de oportunidades laborales evidencia que los impulsos, itinerarios y subjetividades envueltos dentro de estas movilizaciones fueron diversos y, aún más importante, que la labor histórica no puede solo conformarse con situar automáticamente a la ciudad de Rio de Janeiro como un polo de atracción para la migración procedente de otras zonas de Brasil, considerando la industrialización y construcción de

carreteras y vías férreas —como la *Rodovia Rio-Bahia*,¹⁴⁰— cómo las causas de dicha movilización.

De maneras diferentes tanto Italo como Fernanda vivieron de cerca la vocación creativa en el seno de sus familias. Oscar Ferreira, padre de Fernanda, se formó como educador y se especializó en el área del diseño. Posteriormente, se desempeñó como profesor en reconocidas instituciones educativas como el Colegio Militar de Río de Janeiro, la Fundación Getulio Vargas y diferentes colegios tanto públicos como privados. Esta posición le permitió a Oscar pagar una educación privada para Fernanda quien, a diferencia de sus hermanos que estudiaron en instituciones de la red de enseñanza pública, pasó su infancia y adolescencia entre el *Jardim Escola Elza Campos* y el *Colegio de Integração Comunitaria*, ambos situados en el barrio de Tijuca.

Desde niña, Fernanda percibió actitudes racistas por parte de varios familiares. De los tres hijos nacidos en el matrimonio entre Augusta y Oscar, Fernanda percibía constantemente que era la única con “cabello crespo” y la que tenía la piel más “pigmentada” (véase la **imagen 26**). Desde pequeña el esquema de la “pigmentocracia” medió muchas de sus relaciones personales. Como señala Larissa da Silva Fontana (2020: 64) el esquema de la pigmentocracia o colorismo en Brasil, que estuvo profundamente arraigado al mito de la Democracia Racial, “[...] *hierarquizou o acesso da população negra aos direitos básicos baseando-se nos fenótipos que mais se aproximam das pessoas brancas* [esto, ocasionó que el proceso de] *autoidentificação entra em conflito com um histórico de negação, por parte de pessoas negras de pele clara, de suas identidades negras*”.

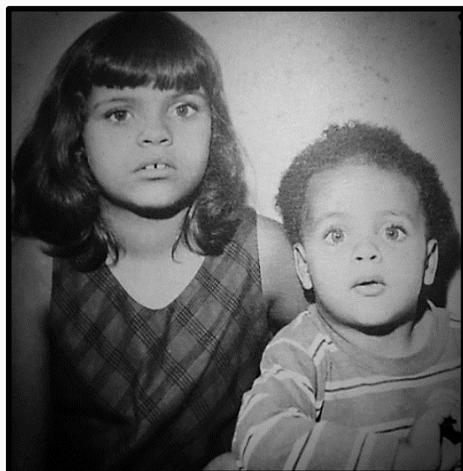
Esta supuesta jerarquización fue la razón por la que Fernanda continentemente sintió un trato diferencial por parte de algunos parientes cercanos y compañeros de escuela. En un intento por potenciar sus habilidades de cara a una sociedad desigual donde las cualidades de la población negra eran perennemente cuestionadas (VIEIRA ELÓI y SILVA AMADOR, 2020), los padres de Fernanda decidieron pagar una educación privada para ella. Las escuelas donde estudió, en especial, el *Jardim Escola Elza Campos*, se proyectaban por aquellos años como una institución de élite en el barrio de Tijuca pues contaban

¹⁴⁰ La puesta em marcha de la *Rodovia Rio-Bahia*, como señala Flavio Vieira (1949), significó un avance para la conexión entre en Norte y Sur de Brasil en la década del cuarenta. Se trataba de la primera fase de un proyecto de modernización que pretendía extenderse al resto de Brasil. La fase siguiente tenía el propósito de conectar la Amazonia con el resto del país, cuestión que sería posible tres décadas más tarde.

con un reconocimiento en la prensa, un punto de honor para su padre Oscar que entonces se desempeñaba como educador¹⁴¹.

IMAGEN 26

Luciana “Nanoca” hermana de Fernanda a la izquierda y Fernanda a la derecha (1966)



“[...] da minha família sou a pessoa mais pigmentada sofri mesmo bullying dentro de casa”

Entrevista: Fernanda Gonçalves, Rio de Janeiro, Ipanema, 21 de janeiro de 2020.

Fuente:

Archivo personal de Fernanda Gonçalves.

La experiencia de Italo fue diferente. Su infancia y adolescencia transcurrió alrededor de la *Escola Municipal Olegário Mariano* y la *Escola Municipal Pará*, dos instituciones públicas ubicadas en el barrio Rocha Miranda. Sus recuerdos aquellos años orbitan alrededor de su relación con familiares, vecinos y compañeros de la escuela. Italo se crio en el seno de su familia materna, una familia negra originaria de Salvador de Bahía. A diferencia de Fernanda no tuvo hermanos, fue el único hijo de Iara Neri dos Santos. Su madre se separó de su padre cuando estaba embarazada por lo que la presencia de su familia paterna fue sumamente limitada. Su abuela Alaidé y su madre Iara fueron figuras centrales en su vida. Italo creció observando a sus parientes entre telas, tijeras, botones, patrones y máquinas de costura. Su bisabuelo Luiz había sido sastre desde que sus familiares tienen memo-

¹⁴¹ Era común que en la prensa se elogiara la trayectoria educativa de los niños que conseguían quedar en las mejores posiciones en los procesos de selección de prestigiosos colegios y universidades. Por ejemplo, en 1972 el joven Luiz Felipe Bahia dos Santos logró quedar en 1er. lugar en el concurso de admisión al *Colegio de Aplicação Fernando Rodrigues da Silveira* y en 2do. lugar en el *Colegio Militar*. La madre del niño atribuye el éxito de su hijo a la educación recibida en el *Jardim Escola Elza Campos* donde concluyó su ciclo primario. Este tipo de propaganda acrecentaban el capital social asociado a estas instituciones. *O Jornal*, Luiz Felipe foi o primeiro na aplicação, 31 de dezembro de 1972, Serviço escolar, p. 3.

ria. Siguiendo esta tradición, su abuela se desempeñó como costurera mientras que su madre se especializó como *modelista*¹⁴². Hoy Italo es diseñador y tiene una marca de moda autoral conocida como: *Neri Modas*, en honor a la pasión por la costura cultivada en el seno de la familia Neri dos Santos.

Las trayectorias de Luiz, Alaidé, Iara e Italo dan cuenta de una historia de perfeccionamiento del oficio de costura que solo fue posible a través de varias generaciones pues, en la década del noventa, Alaidé Neri no habría creído posible que un miembro de su familia consiguiera tener a su cargo una marca de ropa en una de las tiendas situadas en los bulevares comerciales de Ipanema. La juventud de Alaidé transcurrió en un contexto donde la mayoría de la población negra ejercía oficios manuales (como la sastrería, zapatería, carpintería, albañilería, costura, etc.¹⁴³), fuese dentro de las fábricas, muchas veces en condiciones de precariedad, o, fuera de ellas, al margen de los sindicatos de trabajadores y cualquier posibilidad de goce de derechos laborales (véase la **imagen 27**). Esta última situación

IMAGEN 27

Costureira reclama direitos na DRT (1983)



“O dirigente dos 120 mil alfaiates e costureiros do Rio, Caxias e Nova Iguaçu, João Jeremias César, está realizando um levantamento completo das irregularidades cometidas pelas indústrias do setor para elaborar um minucioso dossier que entregará à DRT [...]

[...] as operarias - 90% da categoria são constituídas de mulheres - trabalham por peças e que cada indústria estabelece a quota mínima. Ou seja, o número de peças que devem ser concluídas num determinado espaço de tempo: assim, se a quota mínima for, por exemplo, 200 peças em duas horas, só terão direito de beber água e ir ao banheiro, após este período, aquelas que tiverem alcançado a quota. O atendimento às necessidades fisiológicas das moças é determinado pela produção que elas consigam obter [...]

[...] a Newcomer Indústria, Comércio e Confecções alterou por conta própria, sem consulta aos trabalhadores, a jornada de trabalho, acrescentando-a de mais 21 minutos. Antes, a jornada era das 7 às 17h30m agora é de 7 às 17h51m”

Fuente:

Última Hora, *costureira reclama direitos na DRT*, 21 de junho de 1983, Nacional/Política, p. 2

¹⁴² El término *modelista* (en portugués) hace referencia al oficio encargado de comprobar si los moldes y los tejidos elegidos están de acuerdo con la idea inicial de la colección de ropa, trabaja junto con el *estilista* para evaluar la viabilidad de la creación. En español, este tipo de función comúnmente queda incorporado a las labores del/la modista.

¹⁴³ Para más información sobre este tema revisar a Aristeu Elisandro Machado Lopes (2019) quien hace un perfil los oficios ejercidos por los trabajadores negros de Pelotas en el período post-abolición, 1933-1944.

fue la que caracterizó a la familia Neri dos Santos por muchos años.

El año en que Italo nació su abuela compró una máquina de costura con más potencia, su primera máquina industrial después de muchos años como costurera con pequeñas máquinas domésticas. Se trataba de una “Juki” modelo 1017 donde fabricaría ropas por más de treinta años. El nacimiento de Italo y la adquisición de aquella máquina de costura marcaron una etapa en aquella historia familiar, marcada por el trabajo incansable de Iara y de Alaidé para asegurar la educación del pequeño Italo, contribuyendo también con su desempeño en actividades como el fútbol y el teatro, importantes para el desarrollo de su vocación artística y creativa.

El “trabajo duro” se instituyó como un valor principal en el imaginario de la familia Neri, algo característico en las familias de clase trabajadora en América Latina. No obstante, por aquellos años se advertía un cambio de mentalidad que pondría en sospecha la condición del trabajo precario como un destino natural de la población empobrecida. Tanto la ideología del Estado de Bienestar como las doctrinas de la izquierda radical favorecieron esa controversia (FAGNANI, 2009). La necesidad del tiempo libre, las luchas por la conquista de derechos sociales y la posibilidad de los sectores populares de “escapar” de un destino precario, alimentaron las expectativas con relación al futuro, especialmente, de cara a las generaciones más jóvenes de las familias trabajadoras. En ese marco, los deseos del joven Italo de desempeñarse en actividades recreativas más allá de los oficios manuales fueron respaldados por su madre y su abuela, algo que, como pudo notarse en la trayectoria de Luiz de Freitas, fue mucho más difícil de aceptar algunas décadas atrás.

La infancia temprana de Italo coincidió con una variedad de expectativas respecto al bienestar social y el papel del Estado de cara a la apertura política de los años ochenta y el posterior proceso de redemocratización brasileña. Marco Antonio Bettine de Almeida y Gustavo Luis Gutierrez (2005) señalan que las reflexiones respecto al placer y el tiempo libre comenzaron a sistematizarse en distintos espacios de Brasil a partir de la década del setenta, un proceso que se intensificó luego entre los años ochenta y noventa producto de la expansión de las tecnologías y las diversas industrias culturales. Adicionalmente, como apunta Marcio Pochmann (2007), tanto las reivindicaciones exigidas por los movimientos de base, como las agendas de debate de los sectores alineados con el partidismo —en el marco de las discusiones sobre los estatutos de la Constitución Federal de 1988—, avivaron las esperanzas de la población trabajadora con relación a la construcción de un sistema de asistencia que permitiese a las generaciones más jóvenes, hijos y nietos de trabajadores

precarizados, asegurar derechos civiles y laborales que les permitiesen mejorar sus condiciones de vida futuras. Sin embargo, las políticas de recorte neoliberal propias de los años noventa sumadas a las viejas estructuras de exclusión heredadas del pasado colonial y esclavista, retardaron los progresos en esta materia.

El trabajo manual nunca dejó de ser visible a los ojos de Italo porque su casa funcionaba como un taller de costura. Algunas de las experiencias más significativas que vivió Italo fuera de su comunidad acontecieron en el centro y en la zona sur de la ciudad cuando, ocasionalmente, acompañaba a su abuela a entregar los encargos que solicitaban las clientes particulares, las fábricas de ropa y las boutiques situadas en aquella parte de la ciudad. Los servicios que ofrecía Alaidé eran diversos, iban desde ajustes de prendas a la medida hasta la confección de ropas seriadas. A diferencia del trabajo realizado por Luiz de Freitas en los ateliers de alta costura en Copacabana, la producción de Alaidé obedecía a un tipo de trabajo “por encargo” donde tanto el local como las herramientas eran proporcionados por la costurera. Generalmente, los costos de uso de los equipos estaban incorporados en las tarifas de servicio, muchas veces subvalorados.

Este tipo de trabajo era habitualmente solicitado en los anuncios y clasificados de la prensa carioca¹⁴⁴. En la mayoría de los casos las solicitudes no contemplaban compromisos laborales claros. Ese tipo de trabajo muchas veces tercerizado era aceptado por costureras de regiones periféricas o, simplemente, que vivían en zonas apartadas de los focos de demanda. Los ingresos económicos a lo largo del año eran variables en esta modalidad de trabajo, la demanda de ropas fluctuaba en torno a temporadas específicas en el calendario nacional. El carnaval era una de las temporadas más importantes para la familia Neri. Desde finales de noviembre hasta febrero del año siguiente las máquinas de costura en la casa de Italo no paraban de funcionar ya que su madre y abuela se dedicaban a la confección de fantasías para satisfacer las demandas individuales y colectivas de Rocha Miranda y alrededores, siendo importante abastecer al elenco de las pequeñas, medianas y grandes escuelas de samba cariocas con las que la familia de Italo mantuvo una estrecha relación.

El historiador Leonardo Alfonso de Miranda Pereira (2019) se ha dedicado a estudiar las relaciones entre las agrupaciones de samba en Río de Janeiro durante la Primera República —de finales del siglo XIX hasta los inicios del siglo XX—, y exalta la heterogeneidad de las relaciones que se entablaron tanto en su interior como en su exterior. Algunas veces,

¹⁴⁴ Entre ellos *Jornal do Brasil*, *O Fluminense* y *Última Hora*, principalmente.

estas relaciones terminaron por expresarse en competencia/conflicto entre los grupos, mientras que otras veces se manifestaron en cooperación y reciprocidad interna. No eran raros los casos donde ese tipo agrupaciones emergía más allá de fines políticos y sindicales; de hecho, muchas veces se unían por fines recreativos. Estaban compuestas por una porción importante de trabajadores negros. Los registros disponibles demuestran que no eran pocos los obreros de las fábricas textiles involucrados en estas actividades. La “solidaridad carnavalesca” —cómo la denomina el autor— contribuyó a contrarrestar las condiciones adversas que tenía que enfrentar la clase trabajadora carioca durante la Primera República, y muchos vínculos fueron más allá del carnaval y llegaron a actuar como verdaderos compadrazgos.

La relación de la familia de Neri con los grupos locales de samba y asociaciones ligadas al carnaval en el barrio Rocha Miranda evidencia que las redes de solidaridad en torno a estos grupos resistieron en el tiempo, y continuaron sirviendo para apaciguar las dificultades que tenían que enfrentar los trabajadores precarizados. En este orbe cultural quedaron envueltos sastres, modelistas y costureras locales que dispusieron de sus herramientas de trabajo e ingenio para dar vida a las fantasías carnavalescas. Su participación fue importante, especialmente, en las agrupaciones donde la fabricación de fantasías —especialmente de posiciones destacadas dentro de los desfiles como las *Rainhas de bateria*, los *Mestres-salas* y los *Porta-bandeiras*— no estaba necesariamente reservada al sector industrial, cobrando espacio la producción manual, a menudo regidas por redes de prestigio y solidaridad locales (véase la **imagen 28**).

IMAGEN 28

“Jackson Senhorinho” – *Segundo Mestre-sala da Escola Vila Isabel no Sambódromo de Sapucaí em 2016*



“Indumentaria impecável - @iaraneri02 [usuario de Instagram de Iara Neri dos Santos] *não largo a minha modelista nunca mais nessa vida*”

Fuente:

Jackson Senhorinho [@jsenhorinho], Instagram, 14 de febrero de 2019.
Disponible en:
<https://www.instagram.com/p/Bt4DnXBHVib/?igshid=1dc4c5wn3cjni>

Desde pequeño el carnaval fue un hito fundamental en la vida de Italo. En los álbumes familiares relucen fotos de las fantasías que año a año su abuela confeccionaba tanto para él como para sus contemporáneos (véase la **imagen 29**). Sus fantasías favoritas fueron las *Bate-Bolas* —un disfraz usualmente utilizado en los suburbios de la Zona Norte, la Zona Oeste y Baixada Fluminense (véase la **imagen 30**)—. Pese a las dificultades económicas, la década del noventa fueron años dorados para la familia Neri en lo referente al carnaval, aunque, para Italo, aquellos años continuaron hasta el presente, consecuencia de sus varias participaciones en los desfiles anuales de la agrupación *Académicos de Salgueiro* (véase la **imagen 31**).

IMAGENES 29, 30 y 31

Alaidé Neri y su Juki 1017 | *Bate-Bola* (1999) | Italo en el desfile de *Académicos de Salgueiro* en 2017



Fuente:

Archivo personal de Italo William.

Antes de llegar a desempeñarse en el campo de la moda transitó por varios espacios, uno de ellos fue el fútbol. Cuando era niño Italo se integró en los circuitos de fútbol recreativo de su barrio, una decisión que, según sus palabras, le permitió diferenciarse de los jóvenes que siempre “[...] *estavam brigando [...] o futebol me [lhe] aproximou as pessoas*¹⁴⁵”, permitiéndole darse a conocer como un joven negro “de bien”. La aparente sencillez de las palabras de Italo disimula un fenómeno bien conocido para la población negra, joven y masculina que creció en regiones periféricas de Río de Janeiro, nos referimos concretamente al estigma imputado a través de las ideologías segregacionistas conectadas con teorías que justificaron la racialización del delito (WANG, 2018). Como apunta Ivair Alves

¹⁴⁵ Entrevista a Italo. Río de Janeiro, Ipanema, 28 de enero de 2020.

dos Santos (2009) la instalación del racismo en espacios institucionales y cotidianos requirió el cuestionamiento constante al quehacer de la población negra pues, casi siempre, lo que está en juego es la posibilidad de errar de los negros y no la de errar de los blancos. El fútbol, así como otros tipos de actividades recreativas, funcionaron en algunas regiones periféricas como espacios de socialización que permitieron, en numerosos casos, hacer gala pública de las virtudes la población negra y, así, evadir o, por lo menos atenuar, la predisposición a la culpa tanto adentro como afuera de sus esferas locales de residencia.

A lo largo del siglo XX los medios de comunicación en Brasil promovieron la idea de que el mundo futbolístico podía llegar a contar historias de progreso casi milagrosas protagonizadas por hombres pobres, negros y talentosos en la cancha. Las narrativas alrededor de futbolistas como Domingos Antônio da Guia (1912-2000) conocido como “*Divino Mestre*”; Manuel Francisco dos Santos (1933-1983) conocido como “*Garrincha*”; y otros, alentaron la construcción de imaginarios en los que historias de una movilidad social sin precedentes parecían alcanzables en el mundo del fútbol, no siendo así en otros oficios. Leonardo Alfonso de Miranda Pereira (2007) apunta que a mediados del siglo XX Brasil vio nacer una tradición futbolística caracterizada por una mayor apertura de los equipos nacionales a exhibir en sus filas jugadores racial y étnicamente diversos, equipos compuestos por jugadores blancos, mestizos y afrodescendientes. También por personificar como héroes a los jugadores negros que sobreponiéndose a los problemas de la pobreza y el racismo consiguieron victorias en espacios de gran valor para el fútbol mundial.

Al igual que sus compañeros de fútbol en Rocha Miranda, Italo se imaginó a sí mismo como un posible ejemplo de aquellas historias de éxito pues siempre se consideró:

“[...] *um rapaz acordado, pra-frente. Desde criança tive um jeito para jogar futebol e isso me deu muitos amigos. Tive amigos do futebol que eram lindos, belezones que conheciam muitas meninas, mas eu não era muito bonito [risos] e o futebol compensava isso, era aquele vínculo, sabe?*¹⁴⁶”.

El fútbol se consideraba el espacio de socialización más importante entre los jóvenes de Rocha Miranda, una cualidad que, lejos de ser exclusiva, compartía con muchos otros barrios de los alrededores. Aquello le permitió a Italo conectarse con numerosas personas. Sin embargo, como revelan sus palabras, no dejó de sentir que el fútbol compensaba otras

¹⁴⁶ Entrevista a Italo. Rio de Janeiro, Ipanema, 28 de enero de 2020.

dificultades que, entre risas y humor, dan cuenta de la puesta en juicio de la figura del joven negro de las periferias latinoamericanas.

Las experiencias de Fernanda, aunque diferentes de las de Italo, también destacan la centralidad del negritud como un espacio sujeto a prejuicios e intervenciones internas y externas, muchas veces en favor de su negación¹⁴⁷ (FANON, 2008), pero, otras en favor de su afirmación y reivindicación (PEQUENO, 2019). Los recuerdos tempranos de Fernanda en su entorno familiar estuvieron atravesados por la imposibilidad de ignorar la centralidad que tuvieron los prejuicios basados en la “raza” en la construcción de vínculos sociales y afectivos con parientes, vecinos y compañeros de escuela, recuerda:

“[...] fui muito discriminada, na escola, em casa, mas sempre tive muita personalidade. Quando eu era criança, eu tinha muito caráter, isso não me desanimava. Teve momentos em que não gostava da minha imagem, por causa do meu cabelo, foi nessa fase que eu não queria mais alisar o cabelo, porque toda vez que eu saía não podia correr porque estava suando, era muito ruim¹⁴⁸”.

Procesos como el alisado del cabello, llevados adelante para disimular la “negritud”, diferenciaron el tipo de relación que Fernanda entabló con su padre y con su madre. Fernanda define a su madre como una “*mulher elegante, uma mulher generosa e inteligente*¹⁴⁹” con la que mantuvo siempre una estrecha relación. De la relación con su madre, Fernanda recuerda episodios concretos de su vida en los que ambas se juntaban para comprar ropas. Aquellos eventos la hicieron admirar la feminidad que proyectaba Augusta a través de su extremo cuidado al vestir y una pasión por las joyas que todavía conserva en una “*caixinha das memorias*” (véase la **imagen 32**). Por otro lado, Fernanda define a su padre como un hombre de carácter fuerte que le permitió “[...] *reconhecer [sua] negritude*¹⁵⁰”. Una anécdota ilustra mejor esta diferencia. Durante su infancia, Fernanda visitó continuamente salones de belleza junto con su madre para alisar su cabello. Declara que

¹⁴⁷ Frantz Fanon reflexionó sobre los problemas ontológicos que tenía que afrontar la población negra ante la necesidad constante de confirmar y/o reafirmar un tipo ideal de ontología racial que no desearon y que les fue impuesto a la fuerza. Para el autor, el “ser negro” se experimenta en el momento en que el cuerpo negro es puesto bajo sospecha. Con base en sus experiencias personales, Fanon planteó que la sospecha hacia el negro no solo es una actitud aceptada, sino que también es promovida en la sociedad colonizada. Esta situación tornó imposible la realización ontológica de los hombres negros cuando se situaron ante el escrutinio de los hombres blancos. Fanon describe la insatisfacción que el hombre negro experimenta en torno a su cuerpo. Ante la constante sospecha a la que es sometido, el hombre negro enfrenta serias dificultades en lo que el autor denomina la elaboración de un esquema corporal propio o autónomo. El conocimiento del cuerpo negro ocurre únicamente a través de la negación, nunca desde la afirmación. Esto es considerado por el autor un conocimiento corporal indirecto o en tercera persona.

¹⁴⁸ Entrevista a Fernanda. Rio de Janeiro, Ipanema, 21 de enero de 2020.

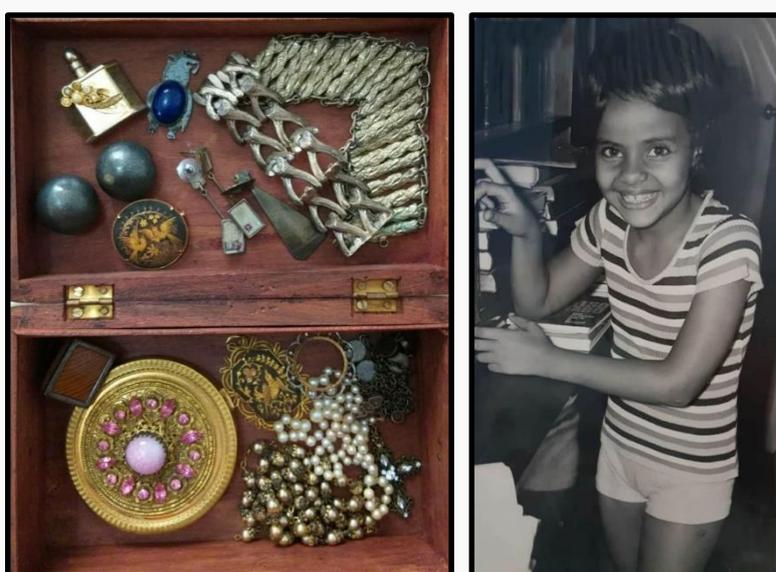
¹⁴⁹ *Ibidem*.

¹⁵⁰ *Ibidem*.

Augusta no sabía cómo cuidar el cabello crespo (véase la **imagen 33**). Cuando cumplió 11 años, se había cansado de alisar permanentemente su cabello. Había adquirido consciencia del malestar que esta rutina le causaba y llegó al punto en el que el alisado del cabello “[...] *tornou-se uma coisa horrível*¹⁵¹”. Esto obligó a Fernanda a dejar de acompañar a su madre al salón. Inmediatamente, Oscar, su padre, como respuesta a esta situación, acompañó a Fernanda a un barbero local de Vila Isabel que cortó y retiró el alisado para “[...] *deixar o cabelo crescer como devia*¹⁵²”.

IMAGENES 32 y 33

Caixinha das memórias da Augusta | “Cabelo alisado” (1974)



Fuente:

Archivo personal de Fernanda Gonçalves

Oscar tenía pleno conocimiento de los movimientos sociales de carácter reivindicativo que buscaban posicionar la narrativa del cabello crespo como símbolos de orgullo y poder de la población africana y afrodiaspórica. Entre ellos, “*Black is Beautiful*” y “*Black Power*” que, en las décadas del sesenta y setenta se desarrollaron en los EE. UU y Sudáfrica, y que como señala Anita Pequeno (2019: s. p) también “[...] *foram sentidos no Brasil*”. Décadas más tarde, Fernanda rememoraría aquel episodio de liberación en el proceso de crianza de su hija Augusta —nacida el 28 de julio de 2001—, a quien animó a exaltar su cabello crespo y olvidar la idea del alisado. También, desde su posición de diseñadora de moda al

¹⁵¹ *Ibidem.*

¹⁵² *Ibidem.*

exaltar el cabello crespo como símbolo distintivo de las estampas de *O Verbo etc., e tal* (vuélvase a ver la **imagen 2**).

3.2 Ropas que cuentan historias: prendas multiuso y *genderless* como representaciones de experiencias determinantes en la vida de Italo y Fernanda

En 1975 los padres de Fernanda compraron un departamento que comprometió seriamente los ahorros e ingresos de su familia en el transcurso de su adolescencia. Fernanda recuerda que a finales de la década del setenta vivió en total austeridad vistiendo, por casi año y medio, un único vestido. La compra de ropas con su madre después de este episodio fue determinante en sus ideas a largo plazo sobre el éxito y la felicidad. El concepto creativo de su marca, como se verá a continuación, reivindica el valor de la austeridad material a través del reciclaje de textiles y la promoción de piezas multiuso —como la *sarusaia* y *sarouel*— capaces de contener varias prendas en una por medio de la versatilidad funcional presente en sus diseños.

El gusto de Fernanda por las ropas tomó forma una década más tarde cuando en 1985, con la edad de 20 años, comenzó a trabajar para Luiz de Freitas como vendedora de mostrador en su tienda *Mr. Wonderful*, situada en Ipanema. Recuerda aquel espacio como una “*loja enorme, maravilhosa*¹⁵³” a la que asistían reconocidas personalidades del mundo del espectáculo carioca y brasileño en general (véase **la imagen 34**). De aquellos años recuerda que servía como una traductora de vanguardia, explicando a muchos de los clientes de *Mr. Wonderful* los conceptos atrevidos de Luiz de Freitas. Cuenta que, muchas veces, los clientes se sentían aturdidos o confundidos ante la imposibilidad de identificar cuales prendas estaban diseñadas para “hombres” y cuales lo estaban para “mujeres”. Los artículos de prensa del *Jornal do Brasil* reseñaron esta situación al describir que las ropas de *Mr. Wonderful* reducían “[...] *as diferenças entre os vestuários masculinos e femininos [com o propósito, ao longo prazo, de] criar uma roupa assexuada*¹⁵⁴”. Fernanda se dedicaba a explicar las ideas detrás de este proyecto creativo que, en ese momento, llegó a sentir como propio, y que tres décadas más tarde adaptaría y pondría en práctica a través de su propia marca de moda (véase **la imagen 35**).

¹⁵³ Entrevista a Fernanda, *ibidem*.

¹⁵⁴ *Jornal do Brasil*, “Cowboys”, *ibidem*.

IMAGENES 34 y 35

Fernanda y *Mr. Wonderful* (1985) | *O verbo etc., e tal* (2019)



Fuente:

Archivo personal de Fernanda Gonçalves | *O verbo etc., e tal* [@overboetcetal], Instagram, 21 de mayo de 2019. Disponible en: https://www.instagram.com/p/BxuVARzJAK3/?utm_medium=copy_link

La austeridad material y la reivindicación de libertades en la creación de ropas que desafíen los estereotipos de género —como lo hizo *Mr. Wonderful* en su momento— se tornaron valores centrales en la configuración de su proceso creativo, luego de la fundación de *O Verbo etc., e tal* en 2009. Al hablar de sus estrategias creativas y sus técnicas en la labor del diseño, Fernanda reconoce la importancia que adquirió la geometría en su doble carácter: “compleja”, aunque “minimalista”. Su experiencia en el diseño la adquirió desempeñando funciones en diferentes espacios. Después de ocho años trabajando como vendedora en la tienda *Mr. Wonderful* (1985-1993), Fernanda cursó estudios de *Estilismo em Confeção Industrial* en el SENAI-CETIQT (1994-1997). Luego, completó una licenciatura en *Design de Superfície, Design e Artes Aplicadas* (2010-2016), y trabajó en el departamento de diseño estratégico (2004-2015) de la misma institución. Paralelamente, trabajó como consultora independiente de diseño para instituciones como la *Federação da Indústrias do Rio de Janeiro* (FIRJAN), conceptualizando catálogos, desfiles y conferencias en el sector textil y creativo.

El tránsito de Fernanda por los mencionados espacios cuenta una historia diferente a la de Luiz de Freitas o Italo William, quienes adquirieron sus conocimientos de diseño y confección en la práctica —contextos familiares, trabajo en los ateliers, etc.—, y no en el marco de instituciones abocadas a la profesionalización del quehacer en la moda. Como señala Daniela Delgado (2010) la profesionalización del campo de la moda se remonta a los comienzos del siglo XIX con las *Casas de Educandos e Artífices* y, luego, fue transformándose en el tiempo llegando hasta —hoy— en forma de *Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia*. La creación de programas de estudios por parte de instituciones como el SENAI determinó un cambio de época, pues, como señala la misma autora, durante la segunda mitad del siglo XX ocurrió un aumento en la demanda de profesionales en el área de la moda consecuencia de que cada vez más empresas en Brasil y en el exterior se exigían una mayor especialización y tecnificación de la mano de obra en el sector.

El contexto en el que Fernanda se formó fue un período de supuesta “inevitabilidad” “[...] *da criação de escolas qualificadas para formar profissionais em todas as áreas da moda se evidenciou no início da década de 1980*” (PRADO y BRAGA, 2011: 522), tendencia que continuó profundizándose a lo largo de la década del noventa. Los mismos autores señalan que, entre mediados y finales del siglo XX, las principales tentativas de profesionalización en materia de diseño y creación de moda provenían de la *Casa Rhodia* y el *Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial* (Ctqt) adscrito al SENAI.

Al inicio de la carrera de Fernanda, sus experiencias giraron alrededor de labores que describe como técnicas, entre ellas: realizar modelajes y patronajes, es decir, dar forma a las ropas; ensamblar las piezas para la costura; conocer las nomenclaturas específicas de los tejidos y sus usos; aplicar técnicas de tinte, procesamiento de textiles; etc. Inmediatamente, explica que la formación académica que recibió le permitió pasar a un siguiente nivel, tener herramientas para crear un concepto complejo. Sabiendo cómo escalar, proyectar y elaborar las directrices de un proyecto, Fernanda comenzó a trazar las líneas maestras de la marca que fundó en 2009. Esas directrices fueron compendiadas en el trabajo final de curso que presentó para el SENAI-CETIQT en 1997. El proyecto original se tituló *O verbo se faz Carne* —o “el verbo se hace carne”—, y desarrollaba una propuesta de moda multifuncional y sustentable, cargada de insignias y valores espirituales heterodoxos que correspondían con sus propias experiencias de vida.

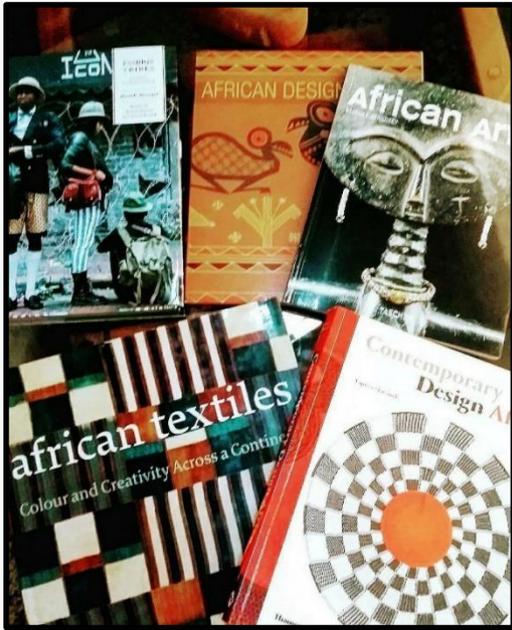
Es difícil trazar una secuencia lineal y coherente de las influencias que configuraron la labor creativa de Fernanda pues, entran en juego, lecturas que realizó en campos eclécticos que van desde cuestiones de diseño hasta la Historia de África; también, pautas religiosas que llegaron a ella a través de las iglesias evangélicas que frecuentó en la década de 1999 a 2009; y, por supuesto, un proceso complejo de afirmación identitaria como una mujer negra que hace parte activa de la cultura afrobrasileña. También fue fundamental su experiencia en escenarios como la *Feira Preta* la cual emergió en 2002 en espacios de la ciudad de São Paulo como el *Pavilhão do Anhembi* o el *Centro de Exposições Imigrantes* que, como apunta Gleicy Mailly da Silva (2018: 11) se avocó a “[...] *promover atividades de cultura e comércio voltadas à comunidade negra [...] a partir de redes de solidariedade entre sujeitos, em sua maioria com ensino superior, engajados em coletivos culturais e/ou identificados como empreendedores, tais interações têm sido estimuladas por um conjunto de transformações político-econômicas dos últimos vinte anos*”. La experiencia de Fernanda en espacios como *Feira Preta* hicieron que el “núcleo creativo” de *O verbo etc., e tal* poco a poco fuese transformándose en un mensaje antirracista cuyo lugar de enunciación pasó de estar en las gramáticas evangélicas para, luego, reivindicar una conexión con África y promover el orgullo hacia lo que ella —ahora parte de estas redes de solidaridades negras— consideró símbolos o emblemas de la cultura afrobrasileña:

“[...] *minhas inspirações vieram da minha alma, sempre, sempre vieram de minha alma, mas só que houve uma troca de direção, entendeu? Porque quando eu comecei O Verbo a minha proposta era espalhar o amor a traves de uma crença religiosa que eu tinha na época, foi a minha grande inspiração. Só que a estampa que explodiu foi uma estampa que eu tive muito cuidado de fazer, ele veio assim, sabe, na minha cabeça, foi «África berço da humanidade» porque eu sempre acreditei nisso, e partir dessa estampa, perto do quando eu crie a marca, numa edição da Feira Preta [en 2012] uma amiga mia me levou para São Paulo no evento de Hip Hop, e essa estampa vendeu muito, muito mesmo, e todas aquelas camisetas que eu tinha [haciendo alusión a las estampas con temáticas cristianas], com esse cunho mais religioso não venderam. Eu tinha outras prontas que nunca cheguei a lançar inclusive um Jesus negro, então isso sempre tive no meu coração. Essa ideia da África, não posso nem te explicar se é um estudo, mas foi tipo um ímã, esses conceitos chegaram a mim, li livros, alguns livros [véanse los libros sobre *African Desing* en su biblioteca personal en la **imagen 36**] não todos os que eu gostaria, li textos, participava de algumas discussões por conta de que meu ex-marido começou, junto com outras pessoas na faculdade de*

*economia na UERJ, então, foi tudo [...] foi um ímã, isso todo veio para mim, todo isso foi me aprimorando até esse conceito*¹⁵⁵.

IMAGEN 36

Diseño africano en la biblioteca personal de Fernanda



Fuente:

Archivo personal de Fernanda Gonçalves

Fernanda distingue dos etapas en su trayectoria profesional. Una en la que se formó como *estilista*, y otra en la que se formó como *designer*. Para ella, las dos etapas coexisten y sus fronteras son profundamente difusas, movedizas y porosas. La experiencia de Fernanda cuestiona las lecturas teóricas que apartan —rígidamente— las experiencias dentro de estos dos campos, destacando lo marcado de sus contrastes con base en una supuesta pureza. Deborah Chagas Christo (2008) apunta que las diferencias entre las labores de *estilista* y *designer* no son esenciales pues tienen que ver con las distinciones de clase que proyectan una diferencia marcada entre lo técnico y lo artístico, como espacios separados, ignorando que concepto y técnica son inseparables dentro del propio proceso creativo y que ambas facetas pueden coexistir en momentos diferentes de una misma trayectoria. Estas anotaciones contribuyen a pensar mejor las experiencias de los diseñadores de moda negros desde su propia heterogeneidad y contribuir a responder la pregunta formulada por Eloize Navalon cuando cuestionó: “[...] *será que nos falta compreender a significação do termo designer?*” (NAVALON, 2012: 102).

¹⁵⁵ Entrevista a Fernanda, *ibidem*.

Estas experiencias se materializaron en una estrategia que buscó resaltar la austeridad, versatilidad y comodidad como pilares conceptuales de la obra de Fernanda. Las ropas de *O verbo etc., e tal* fueron elaboradas con tejidos de algodón, siguiendo un tipo de patrón que no acentuó las distinciones entre los morfotipos de hombre o mujer. Fernanda manióbró sobre la base de un patrón en forma de “T” —similar al que se utiliza en la fabricación de las *T-Shirt*— para, luego, trabajar la “T” de diversas formas, acortando, alargando, ensanchando o reduciendo su base y extremidades para crear diversidad. Esta técnica facilitó el reciclaje de textiles y dio lugar a prendas de ropa que, como explica Fernanda, son “atemporales”, es decir, no están ceñidas a una temporada específica. Como se verá en las páginas siguientes la noción de “atemporalidad” —como proyecto estético capaz de trascender las convenciones sociales que fragmentan nuestra percepción sobre el tiempo según la noción de historicidad cristiana occidental— continuará siendo reivindicada en las ropas producidas por Fernanda, no solo a través de la forma de las ropas, sino también a través de los símbolos que utiliza en sus estampas, concretamente, la apropiación de símbolos egipcios ligados con la idea de una metafísica africana, fundada en las glorias retrospectivas de la cultura egipcia que son proyectadas al presente y futuro africano y afrodiaspórico en las Américas.

Las prendas de *Neri Modas* ponen de manifiesto ideas similares.¹⁵⁶ Italo inscribió su propuesta creativa dentro del *Slow Fashion*¹⁵⁷, y apuntó que sus creaciones pueden ser apropiadas indistintamente por hombres, mujeres y personas con cualquier otra identidad de género que se identifique con ellas. Una de sus campañas más reconocidas se apalancó en la idea de democratizar el uso del color rosa, un proyecto político que estuvo ligado a una experiencia personal que vivió alrededor de 1991, cuando solo 8 años de edad. Recuerda:

“[...] *uma experiênciã que foi determinante: minha mãe é lésbica. Ela gosta de gente do mesmo sexo, entendeu? Ela trouxe uma menina para casa uma vez e ela achou que não tinha visto, quando ela percebeu, veio me contar, eu falei para ela que já sabia*

¹⁵⁶ *O Globo*, Empreendedor carioca cria grife que valoriza identidade negra por Jacqueline Costa, 12 de agosto de 2020, Bairros, s. p., disponible en línea en: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/empreendedor-carioca-cria-grife-que-valoriza-identidade-negra-24578935> [consultado el 14 de agosto de 2021].

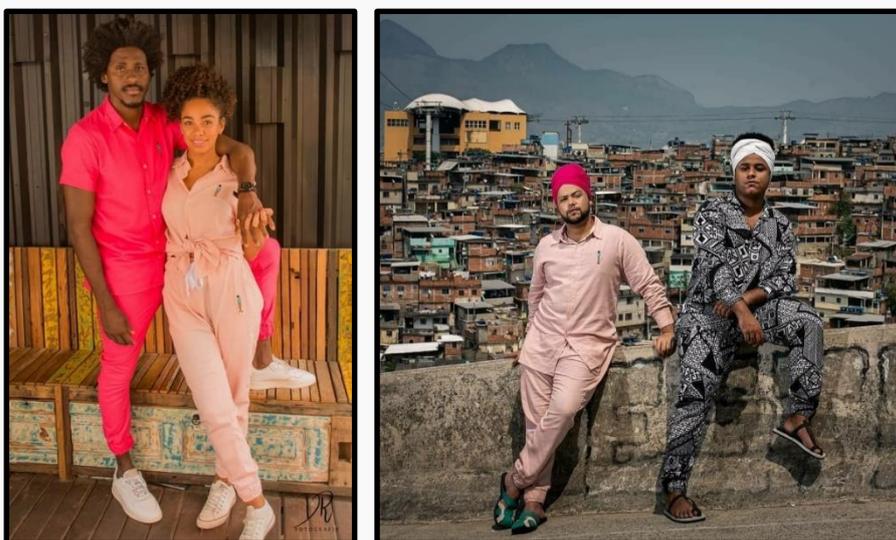
¹⁵⁷ La *Slow Fashion* se considera una alternativa más sostenible que promueve: la valoración de los recursos locales; sistemas de producción más transparentes con menor intermediación entre productor y consumidor; productos más sostenibles; un cuestionamiento claro a la noción de moda que se ocupa —exclusivamente— de la “novedad”; una crítica al concepto de moda como fenómeno ligado —exclusivamente— a la imagen; la promoción del trabajo colaborativo / cooperativo, etc.

[...] então, foi marcante porque assim [...] eu nunca reclamei, eu nunca achei negativo, para mim era normal, entendeu? Foi bom ele ter falado comigo porque abriu o caminho para a gente ter conversas sobre isso [...] ¹⁵⁸”.

De algún modo, la idea de combatir la discriminación que viven las personas que se revelan al sistema de conductas y pensamientos heteronormativos estuvo siempre presente en el quehacer de Iara como modelista. El extenso conocimiento de Iara en las artes del patronaje le permitió a Italo trazar una estrategia técnica que, neutralizando las curvas (cóncavas) en sus “camisas para churrasco” y exaltando las curvas (convexas) en los pantalones que las acompañan (véanse las **imágenes 37 y 38**) facilitaron la adaptación de sus prendas a una gran variedad de cuerpos. Mas adelante, se especifica como otros espacios y experiencias, colectivas y personales, nutrieron conceptualmente la propuesta de *Neri Modas*, tornándola cada vez más un proyecto creativo que reta el sistema de pensamiento heteronormativo y el racismo anti negro en el escenario de la moda carioca.

IMAGENES 37 y 38

Conjuntos de “camisa para churrasco” y “calça jogger” de Neri Modas (2020)



Fuente:

Neri Modas [@neri_modas], Instagram, 4 de febrero de 2020 | 21 de septiembre de 2019. Disponible en: https://www.instagram.com/p/CFae4uqJt92/?utm_medium=copy_link

¹⁵⁸ Entrevista a Italo, *ibidem*.

3.3 Samba, teatro, *malandragem* en *Neri Modas*

Después de descartar el fútbol y el ejército militar como destinos decisivos de su desarrollo profesional, Italo dirigió su atención hacia las artes escénicas. Su proximidad con el orbe cultural del carnaval y la samba lo habían llevado a rodearse de artistas sumergidos en el teatro. En 2005 recibió una invitación para formar parte de una compañía de teatro conocida como *Bem Brasil*. En aquel espacio se formó de la mano del profesor, historiador y documentalista Wavá de Carvalho Costa (1964) quien se dio a conocer por su participación como director del documental *Cais do Valongo, Sangra da Terra* (2011) donde Italo participó como actor, representando el universo cultural africano situado alrededor del puerto de esclavizados de Valongo entre los siglos XVIII-XIX (SÁ CARNEIRO, LEITÃO PINHEIRO, 2015). El puerto de esclavizados de Valongo había sido “[...] enterrado y olvidado en la estructura urbana carioca durante aproximadamente dos siglos” (JORDÃO, 2011: 38) y, a partir de los sitios arqueológicos hallados en 2011, los restos físicos de la estructura donde desembarcaron millones de esclavizados africanos para ser vendidos en el antiguo mercado de Valongo se convirtieron en un punto importante del “[...] circuito histórico y arqueológico de Celebración de la Herencia Africana, en el contexto de la urbanística al área del puerto” de Rio de Janeiro. En el marco de estas reivindicaciones, Wavá de Carvalho Costa recibió en 2020 el “Premio Ubuntu” —orientado a celebrar el arte y la cultura africana y afrodiaspórica en Rio de Janeiro— siendo reconocido como mejor cineasta producto del éxito del documental sobre el mercado de esclavizados de Wavá de Carvalho Costa.¹⁵⁹

El vínculo de Italo con la compañía de teatro duró aproximadamente doce años. Durante ese tiempo recibió una formación actoral atravesada por valores que promovieron la crítica hacia el racismo, la visibilización del cuerpo negro y la valorización de las expresiones culturales afrobrasileñas. También se insertó en una compleja red de relaciones fundadas en los principios del asociativismo negro (DOMINGUES, 2018) —compuesto por varias asociaciones civiles y culturales vinculadas con las diversas artes— que le permitieron conocer muchos de los futuros promotores, modelos y/o clientes de *Neri Modas*.

En el marco de estas sociabilidades, Italo comenzó a frecuentar el *Renascença Clube* en 2009. En este sitio ocurría un evento bien conocido por el público de la samba y pagode

¹⁵⁹ Tassia di Carvalho, Prêmio Ubuntu vai premiar grandes personalidades pretas no Rio de Janeiro, 25 de janeiro de 2020 Disponible en línea en: <https://mundonegro.inf.br/premio-ubuntu-vai-premiar-grandes-personalidades-pretas-no-rio-de-janeiro/> [consultado el 20 de agosto de 2021].

—un subgénero de la samba surgido en los años noventa— popularmente nominado como la rodada de *Samba do Trabalhador*. El *Renascença Clube* fue fundado originalmente en el barrio Méier en 1951 y se concibió como un espacio en el que las familias negras podían reunirse, bailar, cantar y divertirse libres de prejuicio. En 1958 el *Renascença* fue mudado al barrio Andaraí donde permanece hasta el presente. Por él pasaron varias generaciones del movimiento cultural *Samba de Raíz* que, como revela Nei Lopes fue una vertiente surgida “[...] *nos redutos cariocas de maior concentração [da população] negra*” (GARCIA, 2006: s. p). La zona en la que Italo creció fue un contexto privilegiado para ese tipo de pretensiones. Aunque los años pasaron, los objetivos del club y el movimiento cultural *Samba de Raíz* —después de la efervescencia previa a 1990— continuaron siendo más o menos los mismos, proveer de espacios y discursos identitarios para la población negra y reforzar el orgullo hacia las manifestaciones culturales afrobrasileñas a través de los motores de la danza y la música (OLIVEIRA, 2014).

En este espacio Italo reafirmó su sentido de pertenencia con la comunidad negra y se dio cuenta que el orbe cultural ligado a las rodadas de *Samba do Trabalhador* requería de mucho más que músicos e instrumentos. El *performance* de aquellos encuentros demandaba múltiples operaciones que iban desde socializar con las personas, debatir sobre historia y política, recitar canciones y bailar, hasta hacer gala de una determinada apariencia. Ese último punto es problemático pues, como señala Rodrigo Guéron (2008), las *performances* en torno a la samba se tornaron una especie de imagen estereotipada de la identidad nacional brasileña, su “pueblo” y del Estado-nación en cuanto esencia de lo nacional-popular. Rescatando el punto de vista más optimista de Natasha Pravaz (2008), coincidimos en que no todas las experiencias alrededor de la samba —u otra expresión cultural— pueden reducirse a un asunto de representaciones instrumentales producidas solo desde arriba, pues también existe una dimensión performativa vivida y sentida que se inserta en un marco de reajustes, tensiones y disputas, económicas, políticas y simbólicas entre los movimientos populares, el Estado-Nación y el mercado. La propuesta creativa de Italo vino a insertarse en la dicha relación de fuerzas.

Un día cualquiera del año 2015, Italo le pidió a su madre que le confeccionara una camisa colorida para ir como regularmente lo hacía a las rodadas de samba. Iara confeccionó una *T-Shirt* y un bolso del mismo color para que asistiese al encuentro. Italo recuerda haberle pedido cambiar el color del bolso para tornar más visible el contraste pues, se había convencido de que las prendas hiper coloridas llamarían la atención del público en un lugar

como el *Renascença*. Durante el evento varios asistentes se acercaron a Italo para comentarle que gustaban mucho de su ropa. En ese instante se percató de que podía aprovechar el círculo de conexiones de las rodadas de *Samba do Trabalhador* para impulsar una empresa familiar apoyada en la experiencia de costura de su madre y su abuela. Sin saberlo, aquel evento significó el nacimiento de *Neri Modas*.

Durante los tres años siguientes, Italo y su madre se dedicaron a producir prendas de ropa inspiradas en los valores que, ellos creían, definían al público de la samba. Ropas frescas, holgadas, coloridas y estampadas definieron el sello creativo de su producción. Las ropas se confeccionaban en la casa de la madre de Italo que después de muchos años seguía funcionando como un taller. Luego Italo las llevaba a las rodadas de samba para venderlas entre sus conocidos. Por aquellos años el deseo de hacer escalable su negocio coincidió con la puesta en marcha de la convocatoria lanzada por el SEBRAE a principios de 2017 para financiar proyectos en el ramo de la “*Moda Afro brasileira*”.

Durante el proceso se seleccionaron un poco más de cuarenta proyectos entre los que se encontraba la naciente marca de Italo, cuyo nombre original era “*Neri Modas, Salve a Malandragem*”¹⁶⁰. Cuatro marcas, además de *Neri Modas* y *O Verbo, etc., e tal* (*Andreia Brasis; D’Afrika; Santa Resistência; BF*) conformaron el *Primeiro Coletivo Empreendedor de Criadores Negros do Brasil* en 2018, posicionando una tienda de gestión colectiva en el centro comercial *Ipanema Harbor*, corazón de la zona sur de Rio de Janeiro.

En la medida que Italo fue descubriendo y adaptándose a los cambios que acarrearía vender su producción en Ipanema, más alejado de los sectores populares a los que estaba acostumbrado, su propuesta creativa fue experimentando transformaciones consecuencia de las tensiones y negociaciones que trajo consigo la movilidad. Una de las más sutiles, aunque también de las más importantes, tuvo que ver con el progresivo desuso del *slogan* “*Salve a Malandragem*” que originalmente se concibió como sello distintivo de su marca. A juzgar por la paulatina desaparición de la frase entre las etiquetas frecuentes que, desde su llegada a Ipanema, delimitaron la identidad de *Neri Modas*, es posible deducir que el *slogan* funcionaba mejor en el espacio de sociabilidad de la zona norte, y no tan bien entre el público consumidor de la zona sur comúnmente tildado de “blanco, culto y adinerado” (MARQUES, FERREIRA CHALEGRE, PEIXOTO y PECLY WOLTER, 2020).

¹⁶⁰ SEBRAE, Resultado da 2ª Etapa do Processo Seletivo do Edital 01/2017 - Classificação dos empreendedores.

El «*malandragem*» concebido como un tipo de conducta y un valor propio de las poblaciones históricamente marginales, expresión cultural de la astucia de los sectores populares. Como señala Tiago de Melo Gomes (2004), el *malandragem* es constantemente puesto bajo sospecha entre los sectores propietarios y letrados que, muchas veces, le ven como una actitud contraria a sus intereses. Irónicamente, el desuso de aquella frase vendría prescindida de un acto de *malandragem* pues, tanto para Italo como para el resto de sus compañeros de tienda en Ipanema, la conquista de aquel espacio era un “asalto” al espacio y una violación a la convención. Para el colectivo, “[...] *a ideia é levar a moda da periferia ao público cosmopolita da zona sul*”¹⁶¹ era en sí misma un tipo de transgresión.

3.4 O Verbo etc., e tal, fusión creativa entre Antiguo Egipto y Cultura Afrobrasileña

Como se comentó anteriormente, uno de los acontecimientos más relevantes en la vida de Fernanda fue el viaje que en 2020 realizó a Senegal con sus compañeros de estudio de la facultad de *estilismo*. El motivo del viaje era visitar una familia de un senegalés casado con una conocida brasileña. Fernanda relata que “*ele veio estudar aqui no Brasil e conheceu aquela moça, nossa ex-companheira. Agora eles moram lá, há trinta anos, tudo isso aí [refiriéndose a Senegal] é do mais próximo da gente*”¹⁶². Aquella conexión prosperó a mediados los años noventa y estaba siendo retomada dos décadas más tarde en dirección “reversa”. Ahora, se trataba de brasileños dislocándose a territorio africano. Este episodio en la vida de Fernanda muestra los tránsitos y las estrategias de inserción de los africanos en Brasil a través de las universidades públicas, motorizada por el *Programa de Estudantes-Convenio de Graduação* (PEC-G) creado en la década de sesenta, pero que como señala Federico Matos Alves Cabral (2015), desde 1977 aproximadamente comenzó a recibir más activamente estudiantes africanos para cursar estudios de licenciatura en Brasil.

Las cooperaciones Sur-Sur se profundizaron a inicios de la década del ochenta cuando “[...] *o Atlântico Sul ganhou maior relevância estratégica na agenda da política externa e de segurança de países sul-americanos e africanos*” (MENDES MARINS, *et al.*, 2020: 1). Las circulaciones que ocurrieron en el marco del PEC-G fueron resultado de esta situación y, así como Fernanda, fueron muchas las experiencias de Brasileños que tuvieron contacto directo con África, especialmente, en la universidad. Entre las décadas del

¹⁶¹ *O Globo*, Criadora de grife de turbantes viu na formalização oportunidade de produzir mais, 21 de dezembro de 2018. Disponible a través de: <https://oglobo.globo.com/economia/criadora-de-grife-de-turbantes-viu-na-formalizacao-oportunidade-de-produzir-mais-23320078> [consultado el 20 de agosto de 2020].

¹⁶² Entrevista a Fernanda, *ibidem*.

ochenta y noventa, las agencias políticas del *Movimento Negro* —preocupado por la cuestión de la educación al considerarla una de las principales herramientas contra el racismo¹⁶³— posicionaron las instituciones de educación brasileñas como uno de los principales espacios a ser intervenidos. Luiz Alberto Oliveira Gonçalves y Petronilha Beatriz Gonçalves e Silva (2015: s. p) apuntan que:

“O movimento negro passou, assim, praticamente a década de 80 inteira, envolvido com as questões da democratização do ensino. Podemos dividir a década em duas fases. Na primeira, as organizações se mobilizaram para denunciar o racismo e a ideologia escolar dominante. Vários foram os alvos de ataque: livro didático, currículo, formação dos professores etc. Na segunda fase, as entidades vão substituindo aos poucos a denúncia pela ação concreta. Esta postura adentra a década de 90”.

Durante los años noventa, cuando Fernanda estudiaba en el SENAI-CETIQT, el proceso político de redemocratización brasileña que coincidía con el centenario de la abolición de la esclavitud fueron un marco propicio para posicionar las discusiones y demandas sobre el papel protagónico que debía asumir la población negra de cara al futuro. Otra anécdota de la vida personal de Fernanda ilustra bien este punto. En el séptimo año de su matrimonio con Moacyr Carlos —su primer esposo— este comenzó a estudiar en la facultad economía en la *Universidade do Estado do Rio de Janeiro* (UERJ), alrededor del 2009. Allí, sensibilizado y movilizado por las discusiones sobre la cuestión negra en Brasil y en un marco de creciente convivencia con estudiantes africanos que debatían sobre la necesidad de impulsar un proyecto decolonial transnacional que involucrara a Brasil, Moacyr Carlos decidió redefinir los términos de su propia identidad en función de estos objetivos. Fernanda relata que, en el transcurso de la década del noventa, su esposo reemplazó su nombre de pila por el nombre social de “Cecilio África”, asunto que era reflejo de la penetración de estas discusiones en la vida íntima y familiar de Fernanda.

Uno de estos debates en particular quedo fijado en la mente de Fernanda y, más tarde, pasaría a constituir una parte fundamental de la propuesta creativa de *O Verbo etc., e tal*: la reivindicación de la cultura africana a partir de la Historia de Egipto. Las ciudades de São Paulo y Rio de Janeiro —especialmente por las colecciones contenidas en el Museo

¹⁶³ Hitos como la *Convenção do Movimento Negro Unificado*, realizada en Belo Horizonte en 1982, sugirió cambios significativos en los currículos, con el objetivo de impactar en la formación de los estudiante y de los profesores en favor de la lucha contra el racismo desde los salones de clase. Entre 1984 y 1985 ocurrió en Porto Alegre el I y el II *Encontro Nacional sobre a Realidade do Negro na Educação*. Ambos eventos contaron con numerosos profesores del sistema de educación básica que debatieron sobre temas relacionados con la formación y la construcción positiva de identidad negra en la niñez y la juventud afrobrasileña (SILVA GUIMARÃES, 2019).

Nacional— se posicionaron como dos importantes ejes de la egiptología brasileña (VASQUES, 2020), situación que explica el tránsito de estas ideas en el entorno familiar de Fernanda:

“A fixação por um Egito como objeto de prestígio, apontada por M’Bokolo, teve repercussões também no Brasil [...] no Brasil, de modo esquemático, tem dois lugares de produção de saberes, iconosfera e memória coletiva sobre o Egito. Ambos culminam em diferentes formas de lembrar esse passado: o ramo dos estudos da Egiptologia brasileira e o fenômeno da egiptomania. Este último pode abranger a questão dos usos do passado com um viés de análise mais patrimonialístico e estético, ou um viés de cunho materialista, que interpreta essas fontes não como representações e usos do passado, mas como fundamentalmente uma construção a nível mnemótico” (SAGREDO, 2017: 83).

La apropiación de símbolos egipcios como la “Ank” —jeroglífico que evoca el significado “vida”— en las estampas y accesorios de *O Verbo etc., e tal*, muestra la expansión de estas influencias al campo de la moda afrobrasileña. Conjuntamente, la articulación de estos símbolos con iconos locales de la cultura afrobrasileña —como las representaciones geométricas que el pintor y escultor bahiano Rubem Valentim (1922-1991) propuso inspirado en las armas y herramientas de las deidades *orixás* del *candomblé*— evidencia que la propuesta creativa de Fernanda busca proyectar el antiguo Egipto en el espacio estético de la cultura afrobrasileña (véanse las **imágenes 39 y 40**). Estas discusiones se renovaron con el advenimiento del nuevo milenio. En el campo de la historia, por ejemplo, se ha tendido a privilegiar las conexiones de Brasil con África. La cuestión de la “agencia africana” ha adquirido notoriedad en la agenda intelectual consecuencia de la mejora de las condiciones institucionales para los estudios africanos —favorecida por el auge de la militancia antirracista, la definición de directrices curriculares para la enseñanza obligatoria de la Historia de África en los niveles básicos de educación y la apertura de numerosos programas universitarios que la contemplan dentro de sus líneas de investigación— (REGINALDO y FERREIRA, 2021). En ese marco, la producción y la circulación de libros referidos a África se intensificó, diversificando las opciones de lectura de Fernanda y, con ello, las influencias técnicas y teóricas que sustentaron su quehacer creativo. Estos contenidos también se nutrieron de su asidua participación en las conferencias y reuniones periódicas realizadas por el Coletivo Denegrir (*Coletivo de Estudantes Negros da UERJ* fundado en 2005) en la icónica sala “*Abdias do Nascimento*” situada en la UERJ.

IMAGENES 39 y 40

Fernanda y un cuadro de Rubem Valentim | “Ank” y estampados geométricos inspirados en Rubem Valentim



*"Salve meu mestre
Rubem Valentim"*

Fuente:

O verbo etc., e tal [@overboetetal], Instagram, 15 de agosto de 2021 | 6 de junio de 2020. Disponible en: https://www.instagram.com/p/CSm7GH-p02R/?utm_medium=copy_link

3.5 El cuerpo negro, la moda afrobrasileña y la ciudad: una triada tensionada

La sofisticación del oficio de costura en la historia familiar de Italo requirió más que el perfeccionamiento continuo de la técnica y la emergencia de un concepto creativo. El salto hacia lo que hoy se considera “moda autoral” —definida como un tipo de propuesta creativa sustentada en el “[...] *trabalho de novos criadores em moda, que de forma independente lutam por uma moda mais sustentável e carregada de significados, e que não seja apenas direcionada por interesses estritamente comerciais*” (NORONHA, 2017: 68)—, va más allá de la obra en si misma involucrando nociones de legitimidad que están íntimamente relacionadas con la historicidad de los espacios en los que se producen, comercian y consumen las piezas. El orgullo expreso por Italo, Fernanda y el resto de los miembros del colectivo al inaugurar una tienda de moda afrobrasileña en Ipanema deja al descubierto desigualdades raciales y de clase que tienen un correlato geográfico en las formas en las que se percibe y vive la ciudad de Rio de Janeiro. Las trayectorias de Italo y Fernanda llevan intrínseco un derrotero de experiencias por distintos espacios que son valorados de forma desigual y asimétrica.

Aunque pudiésemos comenzar apuntando a Salvador de Bahía —o, yendo más atrás, a Benín y Biafra, dos de los puertos africanos que surtieron de mano de obra esclavizada a Salvador entre los siglos XVIII y XIX (ELTIS y RICHARDSON, 1997)— como posibles puntos de partida de sus historias, nos limitaremos a pensar las trayectorias de Italo y Fernanda a través de su recorrido por la ciudad de Rio. No por casualidad el resto de los miembros del colectivo ubicado en Ipanema siguió un itinerario parecido pues, ninguno de ellos había nacido o residía en alguno de los barrios de la zona sur, y algunos compartían historias familiares que se remontaban al Nordeste y a Bahía, receptores históricos de africanos esclavizados en el contexto brasileño preabolición.

Desde finales del siglo pasado, la supuesta homogeneidad social de la zona sur de Rio de Janeiro inspiró relatos donde el sector propietario y comercial era representado como blanco, rico y letrado. Esto fue particularmente notable en las representaciones sobre los bulevares orientados al mercado de la moda. El 2 de mayo de 1986, el *Jornal do Brasil* publicó un artículo titulado “*A rua que resume Ipanema*” donde se describen las actividades, personajes y lugares que convirtieron el barrio de Ipanema en una marca nacional/internacional en la década del ochenta.¹⁶⁴ En él se describen playas paradisíacas, mujeres hermosas y un imperio comercial compuesto por diversas boutiques de lujo, como se describió en el capítulo anterior. Los vecinos y propietarios de inmuebles se presentan como europeos y familiares de europeos —principalmente franceses— que residían en Rio desde décadas atrás. Entretanto, los consumidores habituales de los cafés, librerías, bares, tiendas y otros sitios reservados al disfrute y la convivencia, se presentaron como mujeres y hombres letrados y ligados con la elite empresarial; mientras que los elementos disruptivos de esa descripción se representaron a través de sujetos racializados, poco vistosos y dedicados a oficios manuales, o informales como la zapatería y venta ambulante. Estos últimos eran tratados como agentes externos que se insertaban puntualmente en la esfera del trabajo sin afectar el “modo de vida carioca” de los sectores medios y las elites empresariales que hacían vida en la zona sur (DE BARROS QUEIROZ, 2020).

Muchas de estas representaciones continúan vivas hasta el presente. La percepción de exterioridad con relación a lo que está “más allá de Ipanema”, además de tecnicismos administrativos/geográficos, se reforzó por medio de representaciones antagónicas donde las zonas norte y oeste —malentendidas en términos de homogeneidad— correspondían con

¹⁶⁴ *Jornal do Brasil*, “...A rua que resume Ipanema” por Maurício Stycer, 2 de maio de 1986, caderno B, p. 1.

imágenes de violencia y pobreza como indica Luiz Cesar de Queiroz Ribeiro y Luciana Corrêa do Lago (2001). Influidos por esta noción de ambigüedad, Italo y Fernanda llegaron a Ipanema sintiéndose “ajenos” a ella, percibiéndola como un espacio que prometía elevar sus oposiciones en el mercado simbólico anclado a la territorialidad y significación social de los espacios en la ciudad. El “sentido común” alrededor de esta ficción de homogeneidad promovió la idea de que la territorialidad asimétrica de la ciudad ayudaba —o no— a validar el estatus de moda de las marcas de moda que se disponen en ella, así como también el valor simbólico de sus producciones. Para los miembros del colectivo su llegada a Ipanema significaba insertarse en un dialogo claro con la moda global (SAMPAIO LEITE, 2016), un fenómeno que como apunta Şakir Özüdoğru (2021) tuvo que ver con la internacionalización de una imagen idílica de Ipanema con valores como “*Carioca Style*’, ‘*colors*’, ‘*prints*’, ‘*flora and fauna*’, ‘*Life Style*’ and ‘*sensuality*”, contruidos sobre la base de la relación de Zuzu Angel con Ipanema, la imagen de Fernando Gabeira usando una tanga en las playas de Ipanema, etc.

La necesidad de destacar el carácter inédito o fundacional de este tipo de experiencias devela estrategias políticas que nos hablan de las disputas por la visibilidad. La lucha por la visibilidad —en lo que se considera parte de la esfera pública¹⁶⁵— puede interpretarse como una estrategia de movilidad social ascendente entre los sectores trabajadores, especialmente, entre los que ejercen los oficios creativos. Para el caso específico de la población negra, la cuestión del “cuerpo” y la “raza” se tornan elementos centrales en la discusión. En las entrevistas realizadas a Italo, Fernanda y al resto de los miembros del colectivo, todos ratificaron que su presencia en Ipanema tenía un costo que pagar pues, a mayor exposición, mayores eran los riesgos de tornarse objetivos de racismo. Fernanda, apuntó que “[...] *abrir uma loja de moda afro-brasileira atendida por gente preta em turbante e roupas coloridas, na Ipanema, um espaço dos brancos, tem conotações políticas evidentes, mostrar que nós existimos e viemos cá para fazer moda de qualidade*¹⁶⁶”.

¹⁶⁵ La centralidad de la esfera pública y sus relaciones con la política se relacionó con el desarrollo de los mercados capitalistas que requirieron de la circulación de mercancías e información. La imprenta fue muy importante en esta mediación. También lo fue la institucionalización de espacios para la vida social en las ciudades los cuales reunieron personas alrededor de distintas ideas. Así, bulevares, cafés y tiendas situados en lugares centrales dieron cabida a discusiones, algunas resueltas, otras no tanto, donde se disertaron asuntos de la vida pública (PICCATO, 2010).

¹⁶⁶ Entrevista a Fernanda, *ibidem*.

Por su parte, las palabras de Lígia Parreira —una emprendedora negra que durante los meses cercanos a la inauguración de la tienda en Ipanema se mantuvo próxima al colectivo— revelan las múltiples tensiones que conlleva la decisión de instalarse en Ipanema. Lígia señaló que: “[...] *esperam que o negro esteja na periferia, mas escolhemos Ipanema porque queremos inserir nosso corpo negro, nossa afro criatividade nesse lugar que é referência de moda na cidade*¹⁶⁷”. Aunque, la sensación de exterioridad tiene sentido en el marco de una ciudad profundamente desigual,¹⁶⁸ también es cierto que la percepción de lo ajeno como un “no contacto” carece de sustrato empírico pues, desde niño, Italo acompañaba a su abuela a realizar las entregas de sus trabajos de costura alrededor de la zona sur. De modo inadvertido, el trabajo de su abuela fue fundamental en la construcción del retrato idílico que, paradójicamente, décadas más tarde, impulsarían a Italo volver a estos espacios, aunque en condiciones diferentes a la de su madre y abuela.

El enorme poder explicativo puesto sobre las determinaciones estructurales, muchas veces, lleva a pasar por alto determinadas realidades históricas e ignorar conexiones inexploradas. La experiencia reciente del *Primeiro Coletivo Empreendedor de Criadores Negros do Brasil* —presentada como pionera en su tipo— debe pensarse también como una continuidad de la agenda política de diseñadores negros como Luiz de Freitas que posicionó proyectos exitosos en la década del ochenta. Aunque estas historias no son precisamente la norma estadística en sitios como Ipanema, debe tenerse cuidado con la ficción de singularidad que puede tentarnos a representarlas como acontecimientos inéditos, sin antecedentes o equivalentes contemporáneos.

Para tener una idea de la diversidad de trayectorias particulares que comparten experiencias análogas con la Italo o Fernanda, obsérvense las redes y asociaciones compuestas por marcas de moda afrobrasileñas que inauguraron tiendas de gestión colectivas en las distintas zonas de la ciudad de Rio de Janeiro para el año de 2018 (véase **la imagen 41**). Además del *Primeiro Coletivo Empreendedor de Criadores Negros do Brasil* —que durante el momento de su fundación estaba compuesto por, aproximadamente, 20 marcas de moda autoral y en el momento de la investigación estaba conformado por 6 de ellas—,

¹⁶⁷ 7 *O Globo*, Coletivo Afrocriadores abre sua primeira loja física em Ipanema por Júlia Amin, 25 de agosto de 2018. Disponible a través de: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/coletivo-afrocriadores-abre-sua-primeiraloja-fisica-em-ipanema-23008082> [Consultado el 2 de marzo de 2021].

¹⁶⁸ Consúltese la serie cartográfica realizada por Hugo Nicolau Barbosa de Gusmão donde muestra cómo se configura la segregación racial en las principales ciudades brasileñas, entre ellas, Rio de Janeiro, utilizando los datos censales de 2010. Disponibles a través de: <https://rioonwatch.org.br/?p=17005>

se identificaron otros tres colectivos articulados alrededor de tiendas físicas, entre ellos: el *Coletivo Criolice* (constituido por 11 marcas de moda autoral para 2018), *POP Afro* (constituido por 7 marcas de moda autoral en la misma fecha), *Pequena Boutique África* (constituido por 5 marcas de moda autoral) y *Collab 194* (constituido solo por 2 marcas). El resto de las marcas de moda afrobrasileña identificadas en el siguiente mapa de redes no tenían, necesariamente, sede física y algunas de ellas servían como articuladoras entre colectivos diferentes. Debe considerarse que las relaciones dentro de estos colectivos son dinámicas. Algunas marcas transitan entre varios colectivos o, en determinado momento, sobreviven por cuenta del capital social y redes de solidaridad de sus creadores.

A la apertura de la tienda en Ipanema el 18 de agosto de 2018 le antecedió un espacio comercial situado en el centro de la ciudad. Se trataba de una reconocida feria de cultura afrobrasileña apodada *Chega aí* que se realizaba el primer sábado de cada mes en el barrio de Lapa. Varios miembros del *Primeiro Coletivo Empreendedor de Criadores Negros do Brasil* se aglutinaba en esta feria un año antes de su llegada a Ipanema y siguió haciéndolo luego de la inauguración de la tienda. *Chega aí* se percibió como un contrapeso que compensaba el “estado de alerta” o, algunas veces, la sensación de extrañeza que suscitaba en Italo, Fernanda y el resto de sus compañeros su reiterada presencia en la zona sur. Este espacio también funcionó como una especie de amalgama, trasbordo o, si se quiere, punto de conexión en las circulaciones multidireccionales que los integrantes del colectivo realizan regularmente entre las zonas norte, centro y sur de la ciudad.

Las narrativas de “movilidad social ascendente” que subyacen en las entrevistas, conversaciones y reportajes publicados acerca de *Neri Modas*, representan la trayectoria vital de Italo en términos de puntos de partida y llegada, y no de circulaciones que van y vienen en múltiples sentidos y direcciones —véase el reportaje titulado “*Do futebol para a moda e para os palcos, sempre com estilo*¹⁶⁹”—. Del fútbol a la moda y de Rocha Miranda a los elegantes bulevares de Ipanema. La trayectoria de Italo no puede traducirse simplemente a la historia de un hombre que avanzó en línea recta de Rocha Miranda a Ipanema, o del fútbol a la moda; por el contrario, cuenta la travesía de un hombre negro que circula día a día entre distintos enclaves sociales y geográficos de una ciudad tan fragmentada como conectada. La elección de Lapa como un espacio de amalgama se corresponde con

¹⁶⁹ *O Globo*, *Do futebol para a moda e para os palcos, sempre com estilo* por Jacqueline Costa, 12 de agosto de 2020.

procesos generales que investigadores como Júlia Silveira de Araújo (2012), Luiz Fernando Vianna (2004), Regina Mendes Valadão (2012), y otros, relacionaron con (i) la emergencia de una clase media interesada en cantar, tocar y escuchar ritmos considerados populares como la samba; (ii) la revitalización patrimonial del centro de la ciudad como un epicentro de la herencia cultural africana en Brasil —considérese que en 1996 se descubrió el sitio arqueológico “*Cemitério dos Pretos Novos*”, y, nueve años más tarde, fue creado el *Instituto de Pesquisa e Memória Pretos Novos* en la misma zona—; y, aún más importante (iii) la intervención urbana hacia la zona portuaria de Rio de Janeiro que desencadenó respuestas críticas por parte del *Primeiro Coletivo Empreendedor de Criadores Negros do Brasil* y demás organizaciones antirracistas .

Una campaña particular muestra las disputas —físicas y simbólicas— por los espacios de Rio de Janeiro. En julio de 2020, en el marco del movimiento global antirracista conocido como *#BlackLivesMatter*, *Neri Modas* dedicó una campaña específica a visibilizar estas tensiones. Esta campaña se tituló: *Nossa História em Azul*. Una imagen muestra un modelo negro frente al *Museu do Amanhã* vistiendo un conjunto azul que, según la marca, representa el color del océano que soportó por siglos la trata transatlántica de esclavizados. El modelo negro posa en primera plana luciendo una máscara con temática africana que le cubre una parte importante de la cara. Sus ropas muestran figurinas que representan las herramientas de los *orixás*, de una forma más o menos parecida a los estampados que creó Fernanda inspirándose en la obra del artista bahiano Rubem Valentim. Como apunta Julia Vidal (2004), los símbolos de los *orixás* son representados asiduamente en las propuestas creativas de los diseñadores de moda que se reivindican como afrobrasileños. La camisa exhibida hace gala de una capucha elaborada con tejidos de temática africana. La escena promueve un concepto abiertamente futurista:

“[...] *A peça traz inúmeras inovações, funções e modos de usar.*

A gola vira máscara, que também vira um adorno como uma sobre gola. Que também pode ser removida.

As mangas saem transformando a camisa em um “coletão” ou uma camisa sem manga.

Tudo isso unido a correntes, guias, hieróglifos, búzios [...] muita história, muitas referências e mil e uma formas de vestir¹⁷⁰”.

¹⁷⁰ *Neri Modas* [@neri_modas], Instagram, 29 de julio de 2020. Disponible en: https://www.instagram.com/p/CDO_Dahpkvi/?utm_medium=copy_link

La *performance*, a continuación, parece dialogar con la estética del *Museu do Amanhã* que funciona en la ciudad de Rio de Janeiro como un tipo de “Manifiesto Futurista”. Sin embargo, suscita un mensaje crítico que solo se torna evidente al conocer la trayectoria personal de Italo y la naturaleza del proyecto urbanístico que motivó la construcción del *Museu do Amanhã*. La campaña de Italo engrandece los contrastes y antagonismos entre el “Afrofuturismo” y el “futurismo blanco” proyectado a través de la puesta en escena del *Museu do Amanhã*. Como se puede ver en la siguiente imagen, el museo sirve como plano de fondo a la *performance* accionada por *Neri Modas* que introduce y protagoniza la escena (véanse las **imágenes 42 y 43**).

IMÁGENES 42 y 43

Afrofuturismo en *Neri Modas* (2020)



"Vimos do futuro sem esquecer o passado, trouxemos a tecnologia, mitologias africanas, toda nossa riqueza e fé. Não esquecemos de quem veio antes, resgatamos e valorizamos nossa história transformando o futuro"

Fuente:

Neri Modas [@neri_modas], Instagram, 29 de julio de 2020. Disponible en: https://www.instagram.com/p/CDO_Dahpkvi/?utm_medium=copy_link

La campaña *Nossa História em Azul* fue una respuesta política y creativa al proyecto de renovación urbana conocido como *Porto Maravilha*, ejecutado durante la administración del entonces alcalde de la ciudad de Rio de Janeiro Eduardo Paes (2009-2016). Este proyecto intervino la zona portuaria de Rio de Janeiro con el propósito de convertirla en un importante polo empresarial de la ciudad. El *Museu do Amanhã* fue una de las obras principales de este proyecto de revitalización. Como señala Guilherme Leite Gonçalves y Sérgio Costa (2020), la zona portuaria de Rio de Janeiro fue intervenida varias veces en

función de proyectos políticos y comerciales que —a lo largo de varios siglos— fortalecieron la economía esclavista y, posteriormente, el ocultamiento de la herencia cultural africana en la ciudad. El “*Cais do Valongo*” que sirvió como puerto de arribo de los africanos esclavizados que llegaron a Rio de Janeiro a comienzos del siglo XIX había sido enterrado por una estructura arquitectónica conocida como *Cais da Imperatriz*. La construcción de esta última fue ordenada para recibir a la emperatriz Tereza Cristina tras su llegada a Brasil en 1843. En 1904 el *Cais da Imperatriz* fue sepultado en el marco de una reforma urbana emprendida por el alcalde Pereira Passos a comienzos del siglo XX. Transcurrido un poco más de un siglo, los restos del *Cais do Valongo* fueron redescubiertos en 2011, en medio de las intervenciones relacionadas con el proyecto *Porto Maravilha*. Esta situación generó intensos debates sobre el papel que debía asignarse a los sitios de memoria relacionados directamente con la esclavitud y la herencia cultural africana en las nuevas dinámicas urbanas.

La participación de Italo en la producción del documental *Cais do Valongo, Sangra da Terra* (2011) —producido por la compañía de teatro *Bem Brasil* y el *Instituto de Pesquisa e Memória Pretos Novos*— lo envolvió directamente en estas tensiones. De hecho, lo torno un actor activo de esas disputas. La campaña *Nossa História em Azul* propone un revés político en el que el *Museu do Amanhã* —representado como un símbolo de vanguardia arquitectónica anclado a un proyecto económico y político de tipo neoliberal— es dejado atrás por un nuevo tipo de futurismo, un futurismo negro y afro centrado. La propuesta creativa de Italo se torna una metáfora que destaca futuros posibles muy diferentes de las perspectivas que asocian el futuro del mundo con las vanguardias creativas y tecnológicas que se producen y se extienden desde el Noratlántico. La disposición de los elementos en la imagen no reproduce la superposición de capas y capas de silenciamiento sobre la cultura negra. En cambio, el *Museu do Amanhã* —visto por los críticos como el emblema más futurista del proyecto *Porto Maravilha* y una parte fundamental de un proceso de “[...] *elitização e gentrificação periférica caracterizada por processos de branqueamento e tentativas de aniquilação da cultura negra*” (SANTOS JUNIOR, WERNECK y RAMOS NOVAES, 2020: 1)— es dejado atrás por una propuesta creativa abiertamente afrofuturista.

Nossa História em Azul constituye un ejemplo de lo que Isiah Lavender y Lisa Yaszek (2020) reseñaron cuando dijeron que agentes creativos de todo el mundo adoptaron/adaptaron el afrofuturismo, magnificándolo y utilizándolo para crear ficciones —en distintos campos— capaces de cuestionar y, algunas veces, de promover alternativas a los sistemas democráticos liberales, y otros regímenes políticos, a través de una práctica estética rica y valiosa en su breve existencia. Por otro lado, *Nossa História em Azul* también constituye un ejemplo de adaptaciones locales de lenguajes globales, síntoma de una traducción cultural y una actitud de apertura no solo hacia la comunidad local o nacional, sino también internacional.

A mediados del año 2020, el *Primeiro Coletivo Empreendedor de Criadores Negros do Brasil* cambió su nombre a *Fabrikafro*, y habilitó un nuevo espacio en la antigua *Fábrica Bering* que recientemente adquirió una vocación creativa después de que diseñadores de moda, artistas y demás emprendedores de la economía creativa comenzaran a rentar sus espacios. Ubicada en el barrio Santo Cristo, en la zona portuaria de Rio de Janeiro, la *Fabrikafro* se orientó a la producción de piezas de ropa enmarcadas en el concepto de la moda afrobrasileña y, siguiendo una metodología de *coworking* creativo, la *Fabrikafro* se habilitó para expandir las alianzas del colectivo “más allá” de la zona sur.

La *Fabrikafro* colocó a disposición tanto un atelier, como un *showroom* para que los pequeños emprendedores negros del sector de la moda desempeñen más comodamente sus labores. En la práctica, la *Fabrikafro* funciona como una especie de *think tank*, o laboratorio de ideas, de la moda afrobrasileña en Rio de Janeiro. Recientemente, más diseñadores de moda negros han ido adhiriéndose a las actividades del colectivo. Lo interesante de la *Fabrikafro* es la intención de asentar la labor de “producción” en un espacio de la ciudad que, como se dijo anteriormente, fue un puerto de arribo de los africanos esclavizados y, posteriormente, un barrio de baja renta que acogió dinámicas culturales y socialidades negras (LIMA, 2010). Entre tanto, la “comercialización” se situó en Ipanema, uno de los espacios más “nobles” de la ciudad, aunque, como reiteraron Fernanda e Italo en las entrevistas, mucho menos familiar. Esta dualidad devela las tensiones no resueltas, y las mediaciones físicas y simbólicas que adquieren sentido cuando comprendemos que las tentativas de segregación racial y de marginación social en Rio de Janeiro, inevitablemente, se acompañan de resistencias que desencadenan una dinámica urbana híbrida, aun-

que, desigual. Esta fragmentación hace difícil interpretar las trayectorias de vida de agentes creativos negros como Italo y Fernanda bajo la idea de una movilidad social ascendente, lineal y bidireccional. También llama la atención sobre la dificultad de representar —acríticamente— determinados espacios de la ciudad como el “monopolio” de un grupo social específico sin considerar las permanentes circulaciones y disputas por el espacio (véase la **imagen 44**).

IMAGEN 44

Enclaves del colectivo en la ciudad de Rio de Janeiro



Fuente:

Elaboración propia

CONSIDERACIONES FINALES

Las trayectorias de Luiz de Freitas, Italo William y Fernanda Gonçalves revelan las divergencias de estrategias políticas y propuestas estéticas de los agentes creativos negros en dos puntos de la historia brasileña. No obstante, a pesar de sus diferencias internas, estas tres trayectorias resultan útiles para apreciar la continuidad de demandas colectivas y agendas reivindicativas que, pese a las muchas conquistas de los movimientos de base, hoy continúan insatisfechas y sirviendo como motor de emergentes movilizaciones. Las trayectorias de estos tres personajes no pueden ser pensadas en función de itinerarios lineales con puntos de partida y de llegada claros. Como se vio anteriormente, lo “central” y “periférico” se torna movedizo —y hasta relativo— dependiendo de la etapa de la trayectoria personal que se analice, la perspectiva del observador y, por supuesto, el punto de comparación que delimita las fronteras entre lo que está adentro y afuera del campo cultural analizado, en este caso el orbe creativo de la zona sur de Rio de Janeiro.

La historia de Luiz de Freitas comienza a ser contada en un contexto donde la reproducción social de la clase trabajadora —vista a partir de una familia obrera de Magé—, estaba absorbida —casi en su totalidad— por la *Compañía América Fabril*, una realidad que se conecta directamente con las condiciones del trabajo durante el régimen esclavista en Brasil. Entretanto, las historias de Fernanda e Italo comienzan a ser contadas algunas décadas más tarde, después de un complejo proceso de transformación donde el costo de reproducción de la clase trabajadora se trasladó hacia “afuera” de la fábrica, en el marco de un régimen salarial que no fue del todo desfavorable para sectores que habían logrado profesionalizarse, como fue el caso de la familia de Fernanda, compuesta por militares y educadores, pero, que continuó siendo hostil para familias que como la de Italo, siguieron experimentando precariedades materiales producto las condiciones de trabajo inestables que experimentaron muchas de las costureras “por encargo” durante la época.

Es realmente difícil delinear un patrón único que describa los itinerarios de los *outsiders*, como ha intentado hacer la sociología. Luiz de Freitas, por ejemplo, logró insertarse en el mundo de la alta costura en la zona sur de Rio de Janeiro con una propuesta de moda femenina, sumamente creativa, pero que no se consideraba lo suficientemente disruptiva como para inaugurar un canon diferenciado de lo existente. Fue, en años posteriores, con *Mr. Wonderful* cuando llega a posicionarse como un “pionero cultural” en el campo de la moda masculina. Es todavía más interesante destacar que fue en la última etapa de *Mr.*

Wonderful cuando Luiz de Freitas dialogó abiertamente con la idea de una africanidad y la negritud, en gran medida, movido por las demandas de su tiempo, sus intereses personales y los itinerarios económicos de las empresas textiles que patrocinaban los espectáculos donde participaba. Develar estos cambios en el tiempo —producto de las tensiones entre la agenda política del agente creativo y las expectativas de su público; así como también las posibilidades y dificultades del contexto en el que se insertaron—, es un primer paso para ampliar los referentes conocidos en el “panteón” de los agentes creativos negros en Brasil.

Aunque, es incorrecto establecer una conexión automática entre la obra de un diseñador de moda negro y la idea de una moda afrobrasileña, también es cierto que las propuestas creativas cambian en el tiempo y que, en distintos momentos, un mismo diseñador de moda puede ser juzgado o catalogado por él mismo y por su público de modos diferentes. Pensar en Luiz de Freitas como un diseñador de moda negro que posicionó en las pasarelas brasileñas de los años ochenta y noventa colecciones de ropas que reivindicaban las libertades sexuales y destacaban las conexiones con África —cuando se dejaba atrás regímenes políticos racistas como el *apartheid* al otro lado del Atlántico y se reacomodaban las fuerzas políticas en Brasil en el marco de la redemocratización—, permite a los historiadores del tiempo presente analizar fenómenos clave relativos a la “espectacularización” de los proyectos políticos libertarios de cara a la redemocratización. Es en esta espectacularización donde se pueden analizar mejor las intersecciones entre economía, política y cultura. También permite discutir las lecturas que apartaron la esfera del mercado de los itinerarios y luchas sociales asociados con el Movimiento Negro y el antirracismo en Brasil y en el Mundo Atlántico, en general, visibilizando que la estrategia de algunos agentes creativos negros fue la de negociar su posición ante el Estado-Nación a través de la esfera del consumo en circuitos privilegiados como el de zona sur de Rio de Janeiro.

Analizar las alianzas que establecieron estos tres diseñadores de moda negros, en sus respectivos contextos, permite ver que la originalidad del *outsider* reside en la posibilidad real de aprovechar a su favor determinadas coyunturas y encaminar sus propios proyectos políticos transgrediendo los marcos normativos de distintos espacios, pero también traduciéndose de acuerdo con los códigos de estos mismos espacios. Este trabajo no buscó narrar las historias agentes periféricos que consiguieron destacar en espacios centrales. Se intentó, más bien, mostrar sus tránsitos y la evolución de sus discursos como parte de

una estrategia que les permitió mejorar los términos en los que fueron valorados sus oficios, considerando siempre una perspectiva conectada y comparativa respecto a las condiciones de las generaciones familiares que les antecedieron.

Las alianzas de Luiz de Freitas con las empresas textiles brasileñas, con las periodistas del *Jornal do Brasil* y con el resto de los integrantes del Grupo Moda Rio, muestran una estrategia muy diferente a las solidaridades que se gestaron en el orbe del carnaval y las rodadas de samba, para el caso de Italo, o el asociativismo negro y la militancia antirracista en las universidades cariocas y espacios políticos como la *Feria Preta*, para el caso de Fernanda. En algunos casos, cumplir sus objetivos exigió una transgresión, mientras que, en otros, exigió una adaptación o, incluso, una traducción cultural a las demandas del público al que se dirigieron. Estos tres agentes creativos negros fueron capaces de desafiar los marcos normativos dentro de sus contextos familiares, —por ejemplo, los roles de género asignados en el orbe del trabajo obrero, las prácticas de cuidado del cuerpo y el cabello conectadas con el “blanqueamiento” social, etc.—, pero también fueron capaces de aprovechar a su favor los aportes técnicos, sociopolíticos y culturales generados en el seno de estos mismos contextos familiares.

Tanto Fernanda como Luiz de Freitas manifestaron asiduamente su preocupación —y, algunas veces, su frustración— por no conseguir en el público la respuesta que esperaban. Esto demuestra que la labor creativa está constantemente modelada por las tensiones entre aquello que el agente creativo desea recrear y aquello que el público espera recibir. Este asunto es particularmente importante al momento de pensar la naturaleza de aquello que se denomina moda afrobrasileña. Erróneamente, se puede especular que se trata de una manifestación pura y prístina de una “cultura ancestral” que porta el agente negro que la produce. Evitar caer en este tipo de error pasa, necesariamente, por considerar las tensiones entre las expectativas del agente creador y su público; también pasa por considerar la mediación de influencias aparentemente externas. Llama especialmente la atención la influencia de la “egiptología” en la obra de Fernanda. Esto, obliga a considerar la influencia de las universidades como un importante foco de ideas que —algunas veces— llegan a expresarse en la moda. La diversidad de contenidos creativos analizados en este trabajo muestra que la moda afrobrasileña no está atada a ninguna pureza, sino que, por el contrario, es un concepto estético, histórico y contingente que sirve para legitimar los discursos sobre las “rutas y raíces” de la población afrodiaspórica, sirviendo como un catalizador para la acción política colectiva.

Por otra parte, la trayectoria de Italo rescata la importancia que tiene un oficio manual como la costura y devela su posibilidad de sofisticarse —inter generacionalmente— ante nuevas condiciones que eleven su estatus dentro del mercado simbólico de una ciudad segregada como Rio de Janeiro. También da cuenta de la presencia activa de las sociabilidades negras que han sido consideradas de los “márgenes” en espacios aparentemente “centrales”, todo ello en un marco de tensiones y negociaciones complejas donde los diseñadores del *Primeiro Coletivo de Afrocriadores de Moda* activaron símbolos y solidaridades —malentendidas “periféricas”— para impulsar sus itinerarios políticos en y a través de diferentes espacios. Este trabajo, más que un punto de llegada, espera ser un punto de partida para pensar la sociedad brasileña en su conjunto, entendiendo las historias de vida dentro del sistema de la moda como una pieza importante para reflexionar sobre procesos más generales.

REFERENCIAS

Documentación

Biblioteca Nacional:

Jornal de Brasil (de 1891 a 2010, RJ), *Domingo Magazine JB* (en circulación desde 1975, RJ), *Manchete* (de 1952 al 2000, RJ), *Correio da Manhã* (de 1901 a 1974, RJ), *Jornal do Comercio* (de 1934 al presente, RS) y *Correio Brasiliense* (de 1960 al presente, DF).

Bibliografía

ACIOLI, Paula. *A culpa é do Rio! a cidade que inventou a moda do Brasil*. Río de Janeiro: Senac, 2019. 384 p.

AGUIAR DE MEDEIROS, Carlos. Industrialização e regime salarial na economia brasileira: os anos 60 e 70, *Economia e Sociedade*, v. 2, n. 1, p. 125-143, 2011.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de. As três eras do Atlântico Sul, *Revista USP*, n. 123, p. 13-28, 2019.

ALLIOT, Sol Agustina. El peronismo evitista ¿un feminismo conservador? 2021.30 f. Trabajo de graduación (Licenciatura en Relaciones Internacionales) – Universidad de San Andrés, 2021.

ALMILA, Anna-Mari. Fashion cosmopolitanism and the de-cosmopolitization of European realities. En: *(Un)Making Europe: Capitalism, Solidarities, Subjectivities - 13th Conference of the European Sociological Association*, Atenas, 2017. Disponible en línea <https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/12538/> [consultado el 01 de noviembre de 2020]

ALVES DOS SANTOS, Ivair. *Direitos humanos e as práticas de racismo*. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2015. 143 p.

ALVES, Eliseu; MARRA, Renner. A persistente migração rural-urbana, *Revista de Política Agrícola*, v. 18, n. 4, p. 5-17, 2009.

AQUINO, Renata; CUNHA JUNIOR, Henrique. Cidades negras - Petrópolis imperial, *Revista Ambivalências*, v. 2, n. 4, p. 81-96, 2014.

ARATO, Andrew; COHEN, Jean. Esfera Pública y Sociedad Civil, *Revista Metapolítica*, v. 3, n. 9, p. 37-55, 1999.

- ARAÚJO, Rosa Maria Barboza de. *A Vocação do Prazer: a cidade e a família no Rio de Janeiro republicano*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993. 406 p.
- ARCOVERDE MOREIRA, Vanessa Suellen. *Geração tombamento e sua influência no consumo moderno*. 2018, 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de graduação em Desing), Centro Acadêmico do Agreste Núcleo de Design e Comunicação - Universidade Federal de Pernambuco. Caruaru, 2018.
- AVELAR, Idelber. Revisões da masculinidade sob ditadura: Gabeira, Caio e Noll, *Estudos de literatura brasileira contemporânea*, n. 43, p. 49-68, 2014.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Ernane Galvêas*. Coleção História Contada do Banco Central do Brasil. Brasília: Banco Central do Brasil, 2019. 198 p.
- BARROS QUEIROZ, Andréa Cristina de. A construção da “República de Ipanema” no Rio de Janeiro dos anos 1960, *Revista Maracanan*, n. 24, p. 615-634, 2020.
- BARROS QUEIROZ, Andréa Cristina de. O Pasquim: um jornal que só diz a verdade quando está sem imaginação (1969-1991), *Revista História & Perspectivas*, v. 1, n. 31, p. 218-235, 2008.
- BARTH, Fredrik. *Los grupos étnicos y sus fronteras. La organización social de las diferencias culturales*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1976. 204 p.
- BEATTIE, Peter. *The tribute of blood: army, honor, race and nation in Brazil, 1864-1945*. Durham: Duke University Press, 2001. 416 p.
- BECKER, Howard. *Outsiders*. New York; Simon and Schuster, 2008. 224 p.
- BECKERT, Sven. *El Imperio del Algodón: Una Historia Global*. Barcelona: Editorial Crítica, 2016. 736 p.
- BELFANTI, Carlo Marco. Was fashion a European invention? *Journal of Global History*, v. 3, p. 419-443, 2008.
- BERGAMO, Alexandre. *A experiência do status: roupa e moda na trama social*. São Paulo: Editora Unesp, 2007. 226 p.
- BETTINE DE ALMEIDA, Marco Antonio; GUTIERREZ, Gustavo Luis. O lazer no Brasil: do Nacional-Desenvolvimentismo à globalização, *Conexões*, v. 3, n. 1, p. 36-57, 2005.

- BIANCO, Giovanni; BORGES, Paulo. *O Brasil na moda*. São Paulo: Caras, 2003. 1278 p.
- BITTAR, Marisa; BITTAR, Mariluce. História da Educação no Brasil: a escola pública no processo de democratização da sociedade, *Acta Scientiarum Education*, v. 34, n. 2, p. 157-168, 2012.
- BONADIO, Maria Claudia. Algumas anotações (e questões) sobre Gilda de Mello e Souza e a moda como objeto de estudo, *Revista Prâksis*, v. 1, p. 5-20, 2017.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008. 560 p.
- BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. Em: MORAES FERREIRA, Marieta de; AMADO, Janaína (Orgs.). *Usos & abusos da História Oral*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getulio Vargas, 2006, p. 183-192.
- BOURDIEU, Pierre. Alta Costura e Alta Cultura. En: *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983, p. 154-161.
- BOURDIEU, Pierre. *El sentido social del gusto. Elementos de una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2010. 288 p.
- BOURDIEU, Pierre. Intellectual field and creative project, *Social Science Information*, v. 8, n. 2, p. 89-119, 1969.
- BOURDIEU, Pierre. *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press, 1993. 322 p.
- BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Auge e declínio nos anos setenta, *Brazilian Journal of Political Economy*, v. 3, n. 2, p. 103-129, 1983.
- BUCHBINDER, David. Object or Ground? The Male Body as Fashion Accessory, *Canadian Review of American Studies*, v. 34, n. 3, p. 221-232, 2004.
- BUTLER, Judith. El marxismo y lo meramente cultural, *New Left Review*, v. 2, p. 109-121, 2000.
- CABRAL, Frederico Matos Alves. *Os estudantes africanos nas Instituições de Ensino Superior brasileiras: o Programa de Estudante Convênio de Graduação (PEC-G)*, 2015. 204 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Sociologia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2015.

- CARNEIRO, Sandra de Sá; PINHEIRO, Márcia Leitão. Cais do Valongo: patrimonialização de locais, objetos e herança africana, *Religião & Sociedade*, v. 35, p. 384-401, 2015.
- CARVALHO, Carlos Eduardo. As origens e a gênese do Plano Collor, *Nova Economia*, v. 16, n. 1, p. 101-134, 2006.
- CATTANI, Gino; FERRIANI, Simone; ALLISON, Paul. Insiders, outsiders, and the struggle for consecration in cultural fields: A core-periphery perspective, *American Sociological Review*, v. 79, n. 2, p. 258-281, 2014.
- CHATAIGNIER, Gilda. *História da moda no Brasil*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010. 185 p.
- CHATAIGNIER, Gilda. *Todos os caminhos da Moda: guia prático de estilismo e tecnologia*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. 239 p.
- CHRISTO, Deborah Chagas. Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda. Em: PIRES, Doroteia Baduy (Org.). *Design-Moda—olhares diversos*. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2008, p. 27-35.
- COLLINS, PATRICIA. *Black feminist thought: knowledge, consciousness, and the politics of empowerment*. New York: Routledge, 2000. 354 p.
- CONCEIÇÃO LIMA, Dulcilei da; BONADIO, Maria Claudia. Afromoda: o uso das roupas e das aparências em corpos políticos. *D'Obra[s] Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, n. 30, p. 8-13, 2020.
- CONNELL, Robert. *Masculinities*. Berkeley: University of California Press, 1995. 349 p.
- CRENSHAW Kimberle. Mapping the Margins: intersectionality, identity politics, and violence against women of color, *Stanford Law Review*, v. 43 n. 6, p. 1241-1299, 1991.
- DA SILVA FONTANA, Larissa. Uma mistura que transita no espectro racial: efeitos do colorismo no processo de identificação de mulheres negra. Em: HÉLITON, Diego Lau; DA SILVA DE FATIMA, Wellton (Comps.). *Raça, gênero e sexualidade em perspectivas discursivas: efeitos e práticas da/na violência - Volume 2*. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020, p. 50-67.

- DA SILVA, Gleicy Maily. Cultura negra e empreendedorismo: Sensibilidades políticas a reivindicações econômicas e o engajamento através do mercado. *Anuário Antropológico*, v. 43, n. 1, 2018, p. 11-36.
- DALLABRIDA, Norberto. O MEC-INEP contra a Reforma Capanema: renovação do ensino secundário na década de 1950, *Perspectiva*, v. 32, n. 2, p. 407-427, 2014.
- DALTON, Benjamin. Creativity, Habit, and the Social Products of Creative Action: Revising Joas, Incorporating Bourdieu, *Sociological Theory*, n. 22, v. 4, p. 603-622, 2004.
- DE MELO GOMES, Tiago. Gente do samba: malandragem e identidade nacional no final da Primeira República, *Topoi*, v. 5, n. 9, pp. 171-198, 2004.
- DELGADO, Daniela. Configurações sobre a educação no setor de Moda, *IARA*, v. 3, n. 3, p. 147-169, 2010.
- DIAZ, Estela. Feminismo peronista: una revisión interesada del pasado y el presente. En: DIAZ, Estela (Comp.), *Feminismo y peronismo: reflexiones históricas y actuales de una articulación negada*. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (Edulp), 2019, p. 49-66.
- DOMINGUES, Petrônio. Associativismo Negro. Em: MORITZ SCHWARCZ, Lilia; GOMES, Flávio (Orgs.). *Dicionário da escravidão e liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2018, pp. 113-119.
- DOS SANTOS, Ana Paula Medeiros Teixeira; DOS SANTOS, Marinês Ribeiro. Geração Tombamento e Afrofuturismo: a moda como estratégia de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil. *D'Obra[s] Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, v. 11, n. 23, p. 157-181, 2018.
- DUNN, Christopher. *Contracultura: alternative arts and social transformation in authoritarian Brazil*. North Carolina: University North Carolina Press, 2016. 274 p.
- ELTIS, David; RICHARDSON, David. West Africa and the transatlantic slave trade: new evidence of long-run trends, *Slavery and Abolition*, v. 18, n. 1, p. 16-35, 1997.
- ELUWAWALAGE, Damayanthie. Dress Theory: Exploring Critical Issues. In: PETICAN, Laura; ESSEGHAIER, Mariam; NURSE, Angela; ELUWAWALAGE, Damayanthie (Eds.). *Trending Now: New Developments in Fashion Studies*. Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2013, p. 105-114.

- FAGNANI, Eduardo. Tensão entre paradigmas: notas sobre a política social no Brasil (1988/2008), *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 14, p. 710-712, 2009.
- FANON, Frantz. *Los Condenados de la tierra*. Rosario: Editorial Último Recurso, 2007. 362 p.
- FANON, Franz. *Pele negra, máscaras brancas*. Salvador: EDUFBA, 2008. 194 p.
- FERNANDES, Florestan. *Integração do negro na sociedade de classes. Ensaio de interpretação sociológica*. Rio de Janeiro: Biblioteca Azul, 2008. 440 p.
- FERRANTE, Thaciana. *Morre em Petrópolis pedagoga Ângela Werneck*. Tribuna de Petrópolis, 15 de mayo de 2019, disponible en línea <https://tribunadepetropolis.com.br/morre-em-petropolis-pedagoga-angela-werneck> [consultado el 15 de octubre de 2020]
- FERREIRA, Francisco; LITCHFIELD, Julie. Desigualdade, pobreza e bem-estar social no Brasil: 1981/95. Em: HENRIQUES, Ricardo (Org.), *Desigualdade e Pobreza no Brasil*. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2000, p. 49-80.
- FISCHER, Brodwyn; GRINBERG, Keila; MATTOS, Hebe. Las leyes, el silencio y las desigualdades racializadas en la historia afrobrasileña. En: DE LA FUENTE, Alejandro; REID ANDREWS, George (Eds.), *Estudios Afrolatinoamericanos: una Introducción*. Buenos Aires: CLACSO; Massachusetts: Afro Latin American Researcher Institute, Harvard University, 2018, p. 161-216.
- FONTES, Virgínia. *O Brasil e o Capital-Imperialismo: teoria e história*. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2010. 384 p.
- FREUD, Sigmund. *El malestar de la cultura*. Madrid: Alianza Editorial, 2016. 336 p.
- FREYRE, Gilberto. *Modos de homem e modas de mulher*. São Paulo: Global Editora e Distribuidora Ltda, 2015. 222 p.
- GABEIRA, Fernando. *O Crepúsculo do Macho*. Rio de Janeiro: Codecri, 1980. 245 p.
- GALVÃO ADRIÃO, Karla. Sobre os estudos de em masculinidades no Brasil: revisitando o campo. *Cadernos de Gênero e Tecnologia*, v. 1, n. 3, p. 9-20, 2005.

- GARCIA BALSALOBRE, Sabrina Rodrigues; DA SILVA BEZERRA, Anderson. Sambas-enredos cariocas: propostas de letramento de (re)existência em busca de um ensino de língua portuguesa antirracista, *TEXTURA-Revista de Educação e Letras*, v. 23, n. 53, p. 111-131, 2021.
- GARCIA, Januário. 25 anos 1980-2005. Movimento Negro do Brasil. Brasília, D.F: Fundação Cultural Palmares, 2006. 176 p.
- GONÇALVES, Luiz Alberto Oliveira; GONÇALVES E SILVA, Petronilha Beatriz. Movimento Negro e Educação, *Revista Brasileira de Educação*, n. 15, s. p., 2015.
- GONZALEZ DELUCA, Maria Elena. Balance de una pasión: ideas para entender las representaciones de Eva Perón, *Caravelle*, v. 74, p. 191-209, 2000.
- GREEN, James. Quem é o macho que quer me matar? Homossexualidade masculina, masculinidade revolucionária e luta armada dos anos 1960 e 1970. *Revista anistia política e justiça de transição*, n. 8, p. 58-93, 2012.
- GUÉRON, Rodrigo. Potências do samba, clichês do samba —linhas de fuga e capturas na cidade do Rio de Janeiro—, *Lugar Comum – Estudos de Mídia, Cultura e Democracia*, n. 25-26, p. 157-169, 2008.
- GUERRA, Marcia. História da África: uma disciplina em construção, *Pedagogía y Saberes*, n. 34, p. 23-31, 2011.
- GUIMARAES, Antonio Sergio Alfredo. El mito del anti-racismo en Brasil, *Nueva Sociedad*, v. 144, n. 4, p. 32-45, 1996.
- GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. *Racismo e anti-racismo no Brasil*. São Paulo: Editora 34, 1999. 256 p.
- HOLSTON, James. *A Cidade Modernista: uma crítica de Brasília e sua utopia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. 368 p.
- JEAN-LOUP, Amselle. Etnias e espaços: para uma antropologia topológica. En: M'BOKOLO, Elikia; JEAN-LOUP, Amselle (Orgs.), *Pelos Meandros da Etnia. Etnias, tribalismo e Estado em África*. Lisboa: Edições Pedagogo, 2014, p. 23-54.
- JOFFILY, Ruth. *O jornalismo e produção de moda*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991. 148 p.

- JORDÃO, Rogério Pacheco. A “redescoberta” do maior mercado de escravos do Brasil: modos de usar, *INTERthesis: Revista Internacional Interdisciplinar*, v. 13, n. 1, p. 38-51, 2016.
- KIMMEL, Michael. Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina. En: VALDÉS, Teresa y OLAVARRÍA, José (Comps.). *Masculinidad/es: poder y crisis*. Ediciones de las Mujeres N. 24. Santiago: Isis Internacional; FLACSO Chile, 1997, p. 49-62.
- KON, Anita; COAN, Durval Calegari. Transformações da indústria têxtil brasileira: a transição para a modernização, *Revista de Economia Mackenzie*, v. 3, n.3, p. 11-34, 2005.
- KRAAY, Hendrik. *Nova história militar brasileira*. Río de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas - Bom Texto, 2004. 460 p.
- LARA, Silvia Hunold, Customs and Costumes: Carlos Julião and the Image of Black Slaves in Late Eighteenth-Century Brazil, *Slavery and Abolition*, n. 23, v. 2, p. 123-146, 2002.
- LARA, Silvia Hunold. 'Blowin' ind wind: E. P. Thompson e a experiência negra no Brasil", *Proj. História*, p. 43-56, 1995.
- LAVENDER, Isiah; YASZEK, Lisa. The First Death of Afrofuturism. *Extrapolation.*, v. 61, n. 1/2, p. I-VIII, 2020.
- LAVER, James. *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Catedra, 2017. 324 p.
- LEE, Taeku. Somewhere Over the Rainbow? Post-Racial & Pan-Racial Politics in the Age of Obama, *Dædalus, the Journal of the American Academy of Arts & Sciences*, v. 140, n. 2, p. 136-150, 2011.
- LEITÃO, Miriam. *Saga Brasileira: A longa luta de um povo por sua moeda*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2011. 476 p.
- LEITE GONÇALVES, Guilherme; COSTA, Sérgio. *Um porto no capitalismo global: Desvendando a acumulação entrelaçada no Rio de Janeiro*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020. 152 p.
- LIMA CARLOS, Claudio Antonio. Una mirada crítica a la zona portuaria de Rio de Janeiro, *Bitácora Urbano Territorial*, v. 2, n. 17, p. 23-54, 2010.

- LIPOVETSKY, Gilles. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2004. 328 p.
- LOPES, Nei. *Enciclopédia brasileira da diáspora africana*. São Paulo: Selo Negro, 2011. 752 p.
- MACHADO LOPES, Aristeu Elisandro. Os trabalhadores negros em 3x4: fotografia, história do trabalho e pós-abolição. Pelotas-RS, 1933-1944, *Mundos do Trabalho*, v. 11, p. 1-24, 2019.
- MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal, *Estudos avançados*, v. 18, p. 121-138, 2004.
- MARQUES, Thamiris; FERREIRA CHALEGRE, Rosana; PEIXOTO, Álvaro, PECLY WOLTER, Rafael. "Identidade e representações sociais de moradores da zona sul da cidade do Rio de Janeiro acerca deles mesmos, dos moradores do subúrbio e dos cariocas", *Interações*, v. 21, n. 2, pp. 259-272, 2020.
- MATOS, Ralfo. Migração e urbanização no Brasil, *Geografias*, v. 8, n. 1, p. 7-23, 2012.
- MBEMBE, Achille. *Necropolítica Seguido de sobre el gobierno privado indirecto*. Madrid: Melusina, 2011. 120 p.
- MELO, Joana Filipa da Silva de; PASSOS, Vilela. Racism. Fashion and Diversity In Beauty Patterns: Iman, Somali Top Model From The 70/80s, *Estudos Feministas*, v. 27, n. 1, p. 1-9, 2019.
- MENDES MARINS, Carolina, et al. A Defesa no Atlântico Sul: a origem da Zona de Paz e Cooperação do Atlântico Sul a partir do Complexo Regional de Segurança. Em: *XV Congresso Acadêmico sobre Defesa Nacional (CADN)*, 2020.
- MENDES VALADÃO, Regina Coeli. Tradição e criação, memória e patrimônio: a revitalização da Zona Portuária do Rio de Janeiro. 2012, 259 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Memória Social), Universidade Federal do Estado de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.
- MERTON, Robert K. Insiders and outsiders: A chapter in the sociology of knowledge, *American Journal of Sociology*, v. 78, n. 1, p. 9-47, 1972.

- MICHETTI, Miqueli. *Moda brasileira e mundialização = mercado mundial e trocas simbólicas*. 2012. 502 f. Tese (Doutorado em Sociologia), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2012.
- MOHS GAGE, Kelly. Moda da Bahia: An Analysis of Contemporary Vendor Dress in Salvador, *Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture*, n. 20, v. 2, p.153-179, 2016.
- MOTTA, Marly Silva da. "Que será do Rio?" - Refletindo sobre a identidade política da cidade do Rio de Janeiro, *Tempo*, v. 4, p. 146-174, 1997.
- NAHAS, Thereza. Reforma laboral en Brasil. En: *IV Jornadas de análisis de mercado de trabajo y de la protección social*, IIEP-BAIRES, 2018. Acceso en: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/presentation/wcms_651855.pdf [consultado el 08 de octubre de 2020]
- NASCIMENTO, Álvaro. *A ressaca da marujada: recrutamento e disciplina na Armada imperial*. Rio de Janeiro: Presidência da República - Arquivo Nacional, 2011. 165 p.
- NAVALON, Eloize. Costureiro, estilista, criador, designer de moda: aproximações e distanciamentos, *D'Obra[s] Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, v. 5, n. 12, p. 96-102, 2012.
- NEIRA GARCÍA, Luz. The centre of the periphery in fashion studies: First questions. *International Journal of Fashion Studies*, v. 5, n. 1, p. 95-110, 2018.
- NERVO CODATO, Adriano. Estado Militar, política econômica e representação de interesses: constrangimentos da transição democrática no Brasil nos anos oitenta, *Espacio Abierto*, v. 12, n. 4, p. 493-521, 2003.
- NERVO CODATO, Adriano. Uma história política da transição brasileira: da ditadura militar à democracia, *Revista de Sociologia e Política*, n 25, p. 83-106, 2005.
- NOBREGA FERNANDES, Nelson. Os militares e o espaço urbano do Rio de Janeiro: um programa de pesquisa em geografia urbana e geopolítica, *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, v. 10, n. 218, s. p, 2006.
- O'DONNELL, Julia. *A invenção de Copacabana: culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro (1890-1940)*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 315 p.

- OLIVEIRA SANTOS, Heloisa Helena de. Uma análise teórico-política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos. *Modapalavra e-periódico*, v. 13, n. 28, p. 164-190, 2020.
- OLIVEIRA, Iris Agatha. Black Soul e "Samba de Raiz": convergências e divergências do Movimento Negro no Rio de Janeiro: 1975-1985. 2014, 206 f. Dissertação (Mestrado em Memória Social), Universidade Federal do Estado de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.
- OSTERHAMMEL, Jürgen. *La transformación del mundo. Una historia global del Siglo XIX*. Barcelona: Crítica, 2015. 1608 pp.
- ÖZÜDOĞRU, Şakir. Hybrid fashion patterns: the construction of a contemporary Brazilian fashion image. In: PAULICELLI, Eugenia; MANLOW, WISSINGER, Veronica Elizabeth (Comps.), *The Routledge Companion to Fashion Studies*, London: Routledge, 2021, p. 239-246.
- PAULINO DOS SANTOS, Maria do Carmo. *Moda Afro-Brasileira, Design de Resistência: O Vestir Como Ação Política*, 2019. 158 p. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Ciências de Têxtil y Moda) - Universidade de São Paulo, 2019.
- PEQUENO, Anita. História sociopolítica do cabelo crespo, *Z Cultural – Revista do Programa Avançado de Cultura Contemporânea*, v. XIV, n. 1, p. 1-13, 2019.
- PEREIRA DE SOUZA, Carlos Henrique. Gramáticas evangélicas: discursos, identidades e afetos em igrejas históricas na zona norte do Rio de Janeiro. 2020. 254 f. Tese de doutorado (Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2020.
- PEREIRA, Leonardo Alfonso. Domingos do Brasil: futebol, raça enacionalidade na trajetória de um herói do Estado Novo, *Locus: Revista de História*, v. 13, n. 2, p. 193-214, 2007.
- PEREIRA, Leonardo Alfonso. Solidaridades carnavalescas. El asociacionismo recreativo de los trabajadores en el Río de Janeiro de la Primera República (1889-1930). En: SURIANO, Juan y SCHETTINI, Cristiana (Comps.). *Historias Cruzadas: diálogos historiográficos sobre el mundo del trabajo en Argentina y Brasil*. Buenos Aires: Teseo, 2019, p. 245-284.

- PICCATO, Pablo. Public Sphere in Latin America: a Map of the Historiography, *Social History*, v. 32, no. 2, p. 165-192, 2010.
- PIETERSE, Jan Nederveen. *White on black: Images of Africa and blacks in western popular culture*. Yale University Press, 1992. 259 p.
- POCHMANN, Marcio. Segurança social no capitalismo periférico: algumas considerações sobre o caso brasileiro. *Revista Trabajo*, v. 3, n. 5, p.59-84, 2008.
- PRADO, André do; BRAGA, João. *História da Moda no Brasil: Das influências às autorreferências*. Rio de Janeiro: Editora Disal, 2011. 640 p.
- PRAVAZ, Natasha. Hybridity Brazilian Style: Samba, Carnival, and the Myth of 'Racial Democracy' in Rio de Janeiro, *Identities. Global Studies in Culture and Power*, v. 15, n. 1, pp. 80-102, 2008.
- PRINS, Baukje. Narrative accounts of origins: a blind spot in the intersectional approach? *European journal of women's studies*, v. 13, n. 3, p. 277-290, 2006.
- QUEIROZ RIBEIRO, Luiz Cesar; CORRÊA DO LAGO, Luciana. A oposição favela-bairro no espaço social do Rio de Janeiro, *São Paulo em Perspectiva*, v. 15, n. 1, pp. 144-154, 2001.
- RACINET, Auguste. *The Complete Costume History*. Colonia: Taschen, 2018. 636 p.
- REID ANDREWS, George. Desigualdad. Raza, clase, género. En: DE LA FUENTE, Alejandro; REID ANDREWS, George (Eds.), *Estudios Afrolatinoamericanos: una Introducción*. Buenos Aires: CLACSO; Massachusets: Afro Latin American Researcher Institute, Harvard University, 2018, p. 71-116.
- REVEL, Jacques. Microanálise e construção do social. Em: Jacques Revel (Org.), *Jogos de escala: A experiência da microanálise*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996, pp. 15-38.
- RIBEIRO, Felipe Augusto dos Santos. *A foice, o martelo e outras ferramentas de ação política: os trabalhadores rurais e têxteis de Magé/RJ (1956-1973)*. 2015, 290 f. Tese (Doutorado em História, Política e Bens Culturais), Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil - Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2015.

- RICHTER, Daniela; SILVA FARIAS, Thieser da. Ditadura Militar no Brasil: dos instrumentos jurídicos ditatoriais para a democracia outorgada, Passagens, *Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica*, v. 11, n. 3, p. 381-405, 2019.
- RIELLO, Giorgio. *Cotton: the fabric that made the modern world*. Cambridge: Cambridge University Press, 2016, 434 p.
- ROBINSON, Cedric. *Black Marxism. The making of the black radical tradition*. North Carolina: University of North Carolina Press, 2000. 480 p.
- RODRIGUES, Iesa; ACIOLI, Paula. *30 estilistas: a moda do Rio*. Rio de Janeiro: Senac RJ, 2001. 135 p.
- ROEDEL, Hiran. Uma cidade de muitos lugares. Em: VIEIRA, Fernando; ROEDEL, Hiran (Orgs.). *Rio de Janeiro: panorama sociocultural*. Rio de Janeiro: Editora Rio, 2004, p. 19-56.
- SABINO, Marco. *Dicionário da Moda*. São Paulo: Elsevier Editora, 2007. 671 p.
- SAGREDO, Raisa. *Raça e etnicidade: questões e debates em torno da (des) africanização do Egito Antigo*, 2017. 168 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em História) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2017.
- SAMPAIO LEITE, Adriana. A cidade do Rio de Janeiro, a praia e o biquíni: uma receita de moda, *Diálogo com a Economia Criativa*, v. 1, n. 3, p. 26-38, 2016.
- SANTOS JUNIOR, Orlando; WERNECK, Mariana; RAMOS NOVAES, Patricia. Contradições do experimento neoliberal do Porto Maravilha no Rio de Janeiro. *Revista de urbanismo*, n. 42, p. 1-16, 2020.
- SEBRAE. *Boletim de Tendência*, agosto - 2017. 5 p.
- SEGRE, Simona Reinach. China and Italy: fast fashion versus Pret a Porter. Towards a new culture of fashion, *Fashion Theory*, v. 9, n. 1, p. 43-56, 2005.
- SEMPOL, Diego. Autoritarismos morais, dissidência sexual e memória: ditaduras civis-militares na Argentina e no Uruguai e organizações LGTTBIQ. En: QUADRAT, Samantha Viz; ROLLEMBERG, Denise (Orgs.). *História e memória das ditaduras do século XX*. Vol. 2. Rio de Janeiro: FGV Editora/ CNPq/ Faperj, 2015, p. 163-200.
- SERRANO, Franklin. Tequila ou tortilha? Notas sobre a economia brasileira nos noventa, *Revista Archetypon*, v. 6, n. 18, p. 1-15, 1998.

- SILVA GUIMARÃES, Cecília. A história do ensino de História da África no ensino superior. Em: *Anais do Segundo Encontro Internacional História y Parcerias*, ANPUH, 2019. Acesso em: https://www.historiaeparcerias2019.rj.anpuh.org/resources/anais/11/hep2019/1569427824_AR-QUIVO_fd075ef9210d77ca70a317af7dafc2ce.pdf
- SILVEIRA DE ARAÚJO, Júlia. O resgate do 'samba de raiz' no Rio de Janeiro pós 1990. Em: XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2012, Fortaleza, Anais eletrônicos. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/r7-2087-1.p>
- SLENES, Robert. *Na Senzala, uma Flor: esperanças e recordações na formação da família escrava*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999. 288 p.
- SOMERVILLE, Kristine. De la pobreza a la riqueza: cuatro biografías del mundo de la alta costura, *The Missouri Review*, v. 41, n. 2, p. 186-197, 2018.
- SOUZA LIMA, Patrícia Ferreira de. “Meninas do B” no Caderno de Cultura do Jornal do Brasil da abertura política (1974-85), *Revista TransVersos*, v. 3, n. 3, p. 59-76, 2015.
- SOUZA, Gilda de Mello e. *O Espírito das Roupas: A Moda no Século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. 255 p.
- SPIELMANN, Ellen. Oralidad, cuerpo y performance en el Carnaval de Río de Janeiro. De Tropicália en 1968 a las Escuelas de samba de 2003. En: GRANDA PAZ, Osvaldo; LEPE, Luz María (Comps.), *Comunicación desde la periferia: tradiciones orales frente a la globalización*. Barcelona: Anthropos Editorial y Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2006, p. 133-144.
- STEELE, Valerie. *Encyclopedia of Clothing and Fashion: Scribner Library of Daily Life*. Nueva York: Charles Scribner's Sons, 2004. 1600 p.
- STEIN, Stanle. *Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil, 1850-1950*. Rio de Janeiro: Campus, 1979. 272 p.
- STRAZZACAPPA BARONE, Ricardo; ZAHLUTH BASTOS, Pedro Paulo; MANSOR DE MATTOS, Fernando Augusto. A distribuição de renda durante o “milagre econômico” brasileiro: um balanço da controvérsia. *Texto Para Discussão*, IE/Unicamp, 2015, no 251.

- SUZIGAN, Wilson. Industrialização brasileira em perspectiva histórica, *História Econômica & História de Empresas*, v. 3, n. 2, p. 7-25, 2000.
- TEIXEIRA RAINHO, Maria do Carmo. *A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções: Rio de Janeiro, século XIX*. Brasília: Editora UnB, 2002. 172 p.
- TEIXEIRA RAINHO, Maria do Carmo. *Moda e revolução nos anos 1960*. Rio de Janeiro: ContraCapa, 2014, 396 p.
- THOMPSON, Edward Palmer. *Costumes em comum. Estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, 493 p.
- VACCARI, Alessandra. Autobiografias de designers de moda como ferramentas para pesquisa histórica. *Modapalavra e-periódico*, v. 8, n. 16, p. 5-24, 2015.
- VALLE NORONHA, Julia. Moda autoral: pela compreensão de um modo de fazer (roupas). *Encontro Nacional de Pesquisa em Moda*, v. 6, p. 63-72, 2016.
- VASQUES, Marcia Severina. La investigación sobre el Antiguo Egipto en Brasil: balance, retos y perspectivas. *Arqueologia*, v. 26, n. 3, p. 111-126, 2020.
- VASQUES, Ronaldo Salvador. Moda brasileira e a feira nacional da indústria têxtil (FENIT), *Revista Histórica*, v. 1, n. 53, p. 1-10, 2012.
- VIANNA, Luiz Fernando. *Geografia carioca do samba*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2004. 223 p.
- VIDAL, Julia. *O africano que existe em nós, brasileiros: moda e design afro-brasileiros*. Rio de Janeiro: Babilonia Cultural Editorial, Fundação Biblioteca Nacional, 2004, 104 p.
- VIEIRA ELÓI, André Luís y SILVA AMADOR, Yasmim Alessandra. Racismo de estado, sujeição de saberes e encriptação do poder. En: GONTIJO, Lucas de Alvarenga; NEDER MEYER, Emilio Peluso; NEUENSCHWANDER MAGALHÃES, Juliana y FERREIRA BICALHO, Mariana (Orgs.), *Direito, Memoria, Democracia e Crimes de Lesa Humanidade*. Belo Horizonte, São Paulo: Editora D'Placido, 2020, p. 89-102.
- VIEIRA, Flavio. A rodovia Rio-Bahia, *Boletim Geográfico*, v. VII, n.77, p. 455-459, 1949.

- VILELA MARQUEZINI, Simone; SOARES PASSANEZI, Paula Meyer; DE CARVALHO, Alexandre. SETOR TÊXTIL: um estudo dos efeitos da abertura comercial sobre o setor têxtil brasileiro, *Revista Gerenciais*. v. 3. p. 23-33, 2004.
- VITO, Christian de; GERRITSEN, Anne. Micro-Spatial Histories of Labour: Towards a New Global History. In: VITO, Christian de; GERRITSEN, Anne (Eds.). *Micro-Spatial Histories of Global Labour*. Gewerbestrasse: Palgrave Macmillan, 2017, p. 1-28.
- VON BOEHN, Max. *La moda. Historia del traje en Europa. Desde los orígenes del cristianismo hasta nuestros días*. Tomo II. Barcelona: Salvat Editores, 1951. 303 p.
- VON DER WEID, Elisabeth; RODRIGUES BASTOS, Ana Marta. *O fio da meada. Estratégia de expansão de uma indústria têxtil*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa – Confederação Nacional da Indústria, 1986. 303 p.
- WAIZBORT, Leopoldo. A trilogia do retorno de Fernando Gabeira, *Escritos: Revista da Fundação Casa de Rui Barbosa*, n. 7, p. 49-68, 2013.
- WANG, Jackie. *Carceral Capitalism*. London: Semiotex(e) intervention Series Book 21, 2018. 361 p.
- ZEMON DAVIS, Natalie. Las formas de la Historia Social, *Historia Social*, v. 10, p. 177–182, 1991.

ANEXOS

Anexo 1

Lista de artículos citados del *Jornal do Brasil* que ofrecen información sobre la trayectoria de Luiz de Freitas (disponibles en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Brasil)

N.	periódico	Título	Autor	Año - Núm.	Corpo	p.
1	<i>Jornal do Brasil</i>	Gilda Chataignier	Gilda Chataignier	9/1/1977	Caderno B	5
2	<i>Jornal do Brasil</i>	Gilda Chataignier	Gilda Chataignier	29/5/1977	Caderno B	5
3	<i>Jornal do Brasil</i>	O sol continua a brilhar na Belui	Gilda Chataignier	14/8/1977	Caderno B	5
4	<i>Jornal do Brasil</i>	Janeiro Fashion Show. A roupa clássica descobre a nova receita dos milhões: vender á maneira "Punk"	Iesa Rodrigues	25/1/1978	Caderno B	1
5	<i>Jornal do Brasil</i>	Fantasia e o trivial chegam ao acordo perfeito	S/A	11/3/1979	Caderno B	9
6	<i>Jornal do Brasil</i>	Serviços e compras	S/A	26/6/1979	Caderno B	10
7	<i>Jornal do Brasil</i>	Mr. Wonderful. O estilo da moda informal para adiar o infarte	Iesa Rodrigues	2/7/1979	Caderno B	5
8	<i>Jornal do Brasil</i>	Grupo/Moda Rio de Janeiro – Coleções primavera-verão 79-80	S/A	30/7/1979	Caderno B	3
9	<i>Jornal do Brasil</i>	Moda Verão/80. Desfiles: o grande sucesso da semana	Iesa Rodrigues	30/7/1979	Caderno B	9
10	<i>Jornal do Brasil</i>	Moda para Ipanema, com preço de magazine estilo de exportação	Iesa Rodrigues	10/12/1979	Caderno B	9
11	<i>Jornal do Brasil</i>	O inverno logo depois da praia	Iesa Rodrigues	3/3/1980	Caderno B	9
12	<i>Jornal do Brasil</i>	"Cownboys" e odaliscas estão chegando para a temporada fria	Iesa Rodrigues	4/3/1980	Caderno B	9
13	<i>Jornal do Brasil</i>	Luiz de Freitas de Ipanema para o mundo	Iesa Rodrigues	26/4/1980	Caderno B	2
14	<i>Jornal do Brasil</i>	Luiz de Freitas apresenta seus novos modelos. Mais uma vez, a masculinidade na prateleira	Maria Lucia Rangel	19/12/1980	Caderno B	1
15	<i>Jornal do Brasil</i>	Para estar na moda, agora e no final do século	S/A	14/5/1981	Caderno B	12
16	<i>Jornal do Brasil</i>	Brasileiros vão a Los Angeles, mostrar nosso verão e o futuro	S/A	2/9/1981	Caderno B	7
17	<i>Jornal do Brasil</i>	Moda de exportação	S/A	2/2/1982	Caderno B	3

18	<i>Jornal do Brasil</i>	Folclore de exportação. O estilista Luiz de Freitas investe nas formas nativas	S/A	2/5/1982	Ano 7, N. 315	24
19	<i>Jornal do Brasil</i>	Na falta de dinheiro, a imaginação faz moda	S/A	10/7/1983	Caderno B	9
20	<i>Jornal do Brasil</i>	MISS DIVINE A moda da pobre menina rica	Iesa Rodrigues	10/7/1983	Caderno B	9
21	<i>Jornal do Brasil</i>	Uma festa luminosa na entrega dos prêmios aos melhores da moda	S/A	3/8/1983	Caderno B	9
22	<i>Jornal do Brasil</i>	Camisas tropicais para os homens	S/A	2/9/1984	Caderno B	7
23	<i>Jornal do Brasil</i>	O Rio Cosmopolita que nenhum evento perturba	S/A	21/11/1984	Caderno B	8
24	<i>Jornal do Brasil</i>	Nas boutiques de moda, ideias para casa	Patricia Mayer	15/6/1985	Caderno B	7
25	<i>Jornal do Brasil</i>	O toque feminino	Rose Esquenazi	6/10/1985	Ano 10, N. 492	46
26	<i>Jornal do Brasil</i>	A moda dos candidatos	Iesa Rodrigues	23/9/1986	Caderno B	1
27	<i>Jornal do Brasil</i>	O que é isso, excelência	Marcos Sá Correa	2/11/1986	Caderno B	1
28	<i>Jornal do Brasil</i>	A moda brasileira recoloniza Portugal	Iesa Rodrigues	17/11/1987	Caderno B	8
29	<i>Jornal do Brasil</i>	Mr. Wonderful maravilha em Portugal	Iesa Rodrigues	19/6/1988	Caderno B	6
30	<i>Jornal do Brasil</i>	Grifes brasileiras ganham o mundo. Sofisticação e qualidade vencem o preconceito	Valéria da Silva	14/6/1989	Primer Caderno	22
31	<i>Jornal do Brasil</i>	Coroa da alma universal. Na Índia, Nova Iorque ou no Rio o Chapéu que virou moda "panracial"	Fernando Gerheim	17/4/1994	Ano 19, N. 937	29
32	<i>Jornal do Brasil</i>	Uma solução estética	Iesa Rodrigues	18/4/1994	Ano 19, N. 938	30
33	<i>Jornal do Brasil</i>	Tecidos africanos que vestem a roupa carioca	S/A	12/11/1994	Caderno B	10

Anexo 2

Lista de artículos no citados del *Jornal do Brasil* que ofrecen información sobre la trayectoria de Luiz de Freitas (disponibles en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Brasil)

N.	Periódico	Título	Autor(a)	Ano	Edição	Corpo
1	<i>Jornal do Brasil</i>	Uma boa feira de Moda, á espera dos compradores	Iesa Rodrigues	1978	00030(1)	Caderno B

2	<i>Jornal do Brasil</i>	A leveza dos Vinte Anos	Iesa Rodrigues	1978	00053(1)	Caderno B
3	<i>Jornal do Brasil</i>	Aí vem a roupa crua	Iesa Rodrigues	1978	00053(1)	Caderno B
4	<i>Jornal do Brasil</i>	Gilda Chataignier	Gilda Chataignier	1979	00279(1)	Caderno B
5	<i>Jornal do Brasil</i>	Um inverno de Luxo, sem opções novas	Iesa Rodrigues	1979	00282(1)	Caderno B
6	<i>Jornal do Brasil</i>	Oito versões para a roupa de inverno, segundo os estilistas cariocas	Iesa Rodrigues	1979	00326(2)	Caderno B
7	<i>Jornal do Brasil</i>	A abertura para os anos 80	Iesa Rodrigues	1979	00232(2)	Caderno B
8	<i>Jornal do Brasil</i>	20 anos	Iesa Rodrigues	1979	00246(2)	Caderno B
9	<i>Jornal do Brasil</i>	O toque que faltava na linha sóbria do inverno	Iesa Rodrigues	1980	00286(1)	Caderno B
10	<i>Jornal do Brasil</i>	Já se pode vestir o verão	Maria Lucia Rangel	1980	00109(1)	Caderno B
11	<i>Jornal do Brasil</i>	Verão 80/81. Grupo Moda Rio de Janeiro	S/A	1980	00110(1)	Caderno B
12	<i>Jornal do Brasil</i>	O verão permanente	Maria Lucia Rangel	1980	00114(1)	Caderno B
13	<i>Jornal do Brasil</i>	Moda e estilo para o alto verão	Maria Lucia Rangel	1980	00222(1)	Caderno B
14	<i>Jornal do Brasil</i>	O Rio lança	S/A	1981	00341(1)	Caderno B
15	<i>Jornal do Brasil</i>	Moda é notícia	S/A	1981	00011(1)	Caderno B
16	<i>Jornal do Brasil</i>	Os estilistas exibem a moda do futuro	S/A	1981	00034(1)	Caderno B
17	<i>Jornal do Brasil</i>	Estilo Verão-82 / Belui, da América ao oriente	S/A	1981	00109(1)	Caderno B
18	<i>Jornal do Brasil</i>	Luiz de Freitas agrada ais americanos	S/A	1981	00207(2)	Caderno B
19	<i>Jornal do Brasil</i>	Tome nota: moda masculina	S/A	1982	00234(3)	Caderno B
20	<i>Jornal do Brasil</i>	A moda de inverno escolhe seu público	Iesa Rodrigues	1983	00283(2)	Caderno B
21	<i>Jornal do Brasil</i>	28 FENIT. A moda é a grande saída para a indústria	Iesa Rodrigues	1983	00055(1)	Caderno B
22	<i>Jornal do Brasil</i>	Uma festa na moda. A consagração para os melhores profissionais	S/A	1983	00114(2)	Caderno B
23	<i>Jornal do Brasil</i>	O melhor prêmio para o estilo. A festa dos melhores profissionais da moda, no Rio	S/A	1983	00121(2)	Caderno B
24	<i>Jornal do Brasil</i>	O nosso homem, no estilo do frio. Vai começar a semana da moda masculina nas etiquetas cariocas	S/A	1984	00280(1)	Caderno B
25	<i>Jornal do Brasil</i>	Miss Divine vai para Saint Tropez	Iesa Rodrigues	1984	00323(1)	Caderno B
26	<i>Jornal do Brasil</i>	Moda / Bete tem estilo	Iesa Rodrigues	1984	00124(1)	Caderno B
27	<i>Jornal do Brasil</i>	O estilo carioca em magazine paulista	Ana Maria Taman	1984	00202(2)	Caderno B
28	<i>Jornal do Brasil</i>	30 FENIT. A euforia da moda	Iesa Rodrigues	1985	00051(2)	Caderno B
29	<i>Jornal do Brasil</i>	A moda desfila na praia. No posto 9, é claro	Iesa Rodrigues	1986	00275(1)	Caderno B
30	<i>Jornal do Brasil</i>	Modelada, leve, escura e barroca. A moda de inverno está lançada	Iesa Rodrigues	1986	00299(2)	Caderno B

31	<i>Jornal do Brasil</i>	Os homens mudam de roupa	Iesa Rodrigues	1986	00309(1)	Caderno B
32	<i>Jornal do Brasil</i>	Estampas e texturas de um novo verão	Iesa Rodrigues	1986	00318(1)	Caderno B
33	<i>Jornal do Brasil</i>	Como fica o luxo. Os nossos supérfluos de estimação também foram afetados pelo pacote	S/A	1986	00328(2)	Caderno B
34	<i>Jornal do Brasil</i>	Industrializando o delírio	S/A	1986	00061(1)	Caderno B
35	<i>Jornal do Brasil</i>	32 FENIT. Simplesmente verão	Iesa Rodrigues	1986	00064(2)	Caderno B
36	<i>Jornal do Brasil</i>	Vítimas da moda	Iesa Rodrigues	1986	00098(3)	Caderno B
37	<i>Jornal do Brasil</i>	Wonderful perfume	S/A	1986	00168(2)	Caderno B
38	<i>Jornal do Brasil</i>	Perfil do consumidor, Luiz de Freitas	S/A	1987	00052(3)	Caderno B
39	<i>Jornal do Brasil</i>	Futuro: roteiros prováveis para quem já está planejando viajar no próximo século	Neiva Rodrigues	1989	00032(2)	Caderno B
40	<i>Jornal do Brasil</i>	Homens em sedas e crepes	Iesa Rodrigues	1989	00101(1)	Caderno B
41	<i>Jornal do Brasil</i>	As tramas dos suéteres. Imagens para um inverno tardio. E um verão masculino	Iesa Rodrigues	1990	00125(1)	Caderno B
42	<i>Jornal do Brasil</i>	Grande paixão por Paris	Neiva Rodrigues	1990	00150(1)	Caderno B
43	<i>Jornal do Brasil</i>	A moda é o consumo seletivo	Lucia Rito	1990	00201(2)	Caderno B
44	<i>Jornal do Brasil</i>	Mentalidade de primeiro mundo. Limitar o nível das aspirações dos brasileiros significa retirar-lhes uma liberdade essencial	Luiz de Freitas	1991	00285(1)	Caderno B
45	<i>Jornal do Brasil</i>	A ditadura da moda sai de moda?	Gilberto Scofield Jr.	1992	00250(1)	Caderno B
46	<i>Jornal do Brasil</i>	A praia vai ao futuro	Iesa Rodrigues	1995	00279(1)	Caderno B
47	<i>Jornal do Brasil</i>	A moda na passarela do carnaval	Iesa Rodrigues	1995	00318(2)	Caderno B
48	<i>Jornal do Brasil</i>	Orgulho em verde e amarelo	S/A	1995	00134(1)	Caderno B
49	<i>Jornal do Brasil</i>	Arte F.C. No Rio e em Paris, quatro exposições aquecem a torcida pelo penta	Lea Agostinho	1998	00046(1)	Caderno B

Anexo 3

Entrevistas simplificadas a Fernanda e Italo

Entrevistada: Fernanda Gonçalves [F]

Entrevistadora: Julimar Mora Silva [J]

Fecha: 21 de janeiro, 2020.

Lugar: Ipanema, Rio de Janeiro.

J: Conte-me sobre você, onde você nasceu, cresceu?

F: Eu nasci aqui no Rio. Minha família sempre morou no bairro Vila Isabel, na zona norte. Morei 6 anos próximo ao local onde eu trabalhava, que era o SENAI-CETIQT, mas, depois que acabou, voltei para Vila Isabel, e aí estou agora. Saí de Vila Isabel com 48 anos e voltei novamente com 52. Naquela época eu morava em Riachuelo, outro bairro próximo. Tudo na zona norte. Agora, estamos na zona sul [refere-se à loja] em Ipanema, onde você vê praias é onde não tem praias, é a zona norte.

J: De onde são seus pais?

F: Meu pai é baiano e minha mãe carioca, nascida e criada em Paquetá. Paquetá é uma ilha que fica no estado de Rio de Janeiro. Depois ela veio estudar no Rio, na cidade, e conheceu meu pai. Meu pai veio de Salvador da Bahia quando era pequenininho, bebê.

J: De que parte de Salvador ele era? se lembra?

F: Da capital.

J: O que seus pais fizeram?

F: Meu pai é professor, foi professor da Fundação Getúlio Vargas, Colégio Militar, Faculdade de Arquitetura, ensino médio, enfim. Meu pai é educador especializado na área de design. Meu avô paterno veio para o Rio de Janeiro porque era militar, da aeronáutica, acho [...] não me lembro. Minha mãe era economista e trabalhava como notário, um cargo público no Rio de Janeiro.

J: Como foi sua relação com seus pais, Fernanda? ;O que você lembra, especialmente?

F: Sim, vou te contar. Sempre tive muita admiração pela minha mãe, sempre considerei ela uma mulher elegante, uma mulher generosa e inteligente. Então, eu sempre tive uma relação muito próxima com minha mãe, e meu pai, ele teve um papel muito importante para mim,

para eu reconhecer minha negritude. Da minha família sou a pessoa mais pigmentada sofri mesmo *bullying* dentro de casa. Eu fui muito discriminada, na escola, em casa, mas sempre tive muita personalidade. Quando eu era criança, eu tinha muito caráter, isso não me desanimava. Teve momentos em que não gostava da minha imagem, por causa do meu cabelo, foi nessa fase que eu não queria mais alisar o cabelo, porque toda vez que eu saía não podia correr porque estava suando, era muito ruim. Minha mãe não sabia como cuidar meu cabelo crespo, aí [...] minha mãe alisava meu cabelo, ao invés de assistir programas infantis, no sábado era para ir ao salão com a minha mãe, hoje é uma coisa distante, e quando eu tinha 11 anos era mais voluntariosa, adolescente, não queria mais acompanhar minha mãe porque alisar meu cabelo tornou-se uma coisa horrível, e meu pai me levou a um barbeiro que tirou todo o alisamento para deixar o cabelo crescer como devia.

J: O que mais você pode me dizer sobre seu pai? Chama minha atenção o fato do que ele ajudou a reconhecer sua negritude.

F: Então, meu pai foi por muito tempo diretor de uma escola, uma escola secundária localizada na zona norte, ele me contou histórias sobre a escola, como ele trabalhava e as situações de conflito que viveu. Ele falava “[...] cuidado, sou negro, sou *creolo*” e, para mim, isso ficou gravado na minha mente, eu sou forte, essa é a minha vontade, veio do meu pai.

J: Tem irmãos?

F: Tenho uma irmã e um irmão, mas nosso relacionamento é distante. Nós nos amamos, mas tenho companheiros mais próximos do que meus irmãos. Minha irmã é professora aposentada e meu irmão é produtor de teatro.

J: Você mora com alguém Fernanda? Você é casada?

F: Não. Sou divorciada, há cinco ou seis anos, já perdi a conta. Eu moro com minha filha mais nova. Tenho duas filhas, uma de 18 anos e a mais velha de 31. Eu falo que tenho duas filhas únicas. Ana Elisa, quando eu era mãe da Ana Elisa, que é mãe do João [**seu neto**], eu tinha 23 anos. Eu estava solteira, então foi uma experiência. Quando a Augusta nasceu eu tinha 36 anos e era casada, foi outra experiência. Duas vidas completamente diferentes, mas, gosto de ser mãe apesar dos conflitos que se tem, adoro minhas filhas, são minhas amigas. Para mim foi tranquilo, todo mundo falava “[...] criança atrapalha”, criança isso ou aquilo, eu nunca senti me senti presa porque tinha filho, nunca deixei de fazer alguma coisa porque eu tinha filho, não, nunca senti aquilo.

J: O que suas filhas fazem?

F: Minha filha mais velha é gerente de Recursos Humanos trabalha em um escritório de advocacia e está concluindo a segunda faculdade de psicologia. Augusta, a minha filha mais nova está

a decidir entre Artes Visuais ou Artes Plásticas, não sabe se vai ser professora ou se vai estudar cinema, fez um curso de fotografia, de nível técnico com a duração de um ano e isso abriu muito as opções para ela, ela está vendo o que ela vai fazer.

J: Gosta de trabalho criativo.

F: ;Exatamente!

J: Qual é o nome da escola onde você estudou quando criança?

F: A primeira escola que estudei foi na escola Don Emilio, que é uma pequena escola particular.

Estudei em três escolas, todas particulares, nunca estudei em instituição pública, diferente dos meus irmãos. A segunda escola em que estudei foi a escola Elza Campos, que é uma escola de elite da Tijuca, e a terceira escola em que estudei foi o Colégio de Integração Comunitária (CINCO).

J: O que você lembra da sua infância, Fernanda?

F: Apesar da discriminação, eu tive uma ótima infância. Vivi todas as etapas da minha infância.

Foi engraçado um dia, quando eu tinha 13 anos, eu sempre caminhava sozinha, comecei a andar sozinha desde pequena. É muito diferente hoje. Augusta começou a andar sozinha aos 15 anos, Ana Elisa também. Desde os 8 anos eu ia e voltava sozinha da escola, e aí, um dia, minha mãe me deu dinheiro para comprar uns sapatos e eu cheguei de sandálias altas **[risos]** e ela disse "[...] você vai trocá-los!" e eu **[simula um grito de brincadeira]** não, não, não! ela ficava dizendo "você vai trocá-los sim! [...] porque se você quiser usar salto alto aos 13, imagina quando tiver 20 anos". Minhas etapas sempre foram corretas. Sempre tive muita liberdade e valores, entende? Eu sempre tive valores, os valores da minha mãe. Minha mãe tinha muitos amigos homens e seus amigos homens, por exemplo, um deles apresentava a sua esposa, e, depois, quando ele ia apresentar a seu amante ela dizia que não, ela perguntava: sou amiga da matriz ou sou amiga da filial?" Agora isso não é assim, isso para mim é uma regra, entendeu?

J: Se você pudesse me contar experiências específicas de sua infância que ficaram gravadas em sua mente, anedotas da vida que ficaram gravadas em sua memória, o que você me diria?

F: Então, com minha mãe [...] uma experiência de compra de roupa. Quando eu tinha 9 anos, minha mãe e meu pai compraram um apartamento, onde moramos muito tempo, eles ficaram muito "duros" **[com pouco dinheiro]**, então passei o ano "porra" **[difícil]** vestindo um trapo, um vestidinho que não saiu do meu corpo e ali, depois que lutaram e tudo aconteceu, sempre me lembro daquela experiência com minha mãe comprando roupas. E com meu pai, quando eu tinha 12 anos, eu sempre lembro daquela questão do cabelo, meu pai era quem penteava meu cabelo.

J: Você tem contato com seus amigos de infância?

F: Eu mantenho, mantenho, sim. Não com uma frequência muito regular, mas nos contatamos.

J: Você mantém contato com seus amigos da faculdade, do trabalho?

F: Sim, com eles sim. Recentemente, viajei para o Senegal com alguns deles.

J: Você poderia me contar sobre essa viagem?

F: Sim, fui com amigos daqui do Rio de Janeiro, mas nenhum dos Afro Criadores. Eles estudaram comigo na faculdade de estilismo, fizemos moda juntos. Nós ficamos em um hotel. Mas, na verdade, um dos motivos da viagem foi visitar uma família de um senegalês com uma brasileira, ele veio estudar aqui no Brasil e conheceu aquela moça, eles moram lá, já estão com trinta anos, tudo isso aí **[Senegal]** é do mais próximo da gente. Vou te mostrar como é **[mostra a foto do grupo sentado comendo]**. Foi um dos pratos que comemos, é um cereal que parece areia, um cereal que comemos com molho, frango e carne. Enfim, foi muito interessante porque como o Senegal era uma colônia francesa, a cozinha da maioria dos restaurantes é francesa, mas eu fui na casa de duas famílias tradicionais lá foi assim: é uma refeição única, feita em uma panela bem grande, do tamanho daquela mesa aqui **[mostra outra foto]**, chama-se *Thiéboudienne*, é um arroz delicioso acompanhado de leguminosas, peixe, frango, carne, e que é servido de forma única. Todos se sentam em volta da mesa, e o prato é colocado aí. Por exemplo, você fica na minha frente **[simula a distribuição das pessoas na mesa]** e você tem peixe, entrega o peixe para mim, e todo mundo experimenta e divide aquela travessa **[prato]**, é muito legal. Aquela família tem uma cozinha normal igual a nossa, mas por baixo tem aquele fogão que só tem uma boca e eles, enfim, aquela cozinha só serve para fazer chá, entendeu? A comida toda é feita naquele fogão. Trouxe algumas fotos. É uma tradição. É uma refeição deliciosa com pimenta, olha que apimentado, dei uma primeira mordida, depois uma segunda, uma terceira e na quarta não senti nada na boca **[Fernanda faz um gesto de não aguentar mais]**.

J: O que mais você lembra? em relação às roupas?

F: A mulher, percebi que é um lugar bastante masculino, tem pouquíssima mulher na rua, me parece que as mulheres mais jovens estavam na rua, estavam vestidas como no Ocidente, embora [...] com a cabeça coberta com um “*Hijab*” muçulmano, eu acho que as mulheres casadas tinham um vestido tradicional como essa que você olha aqui **[mostra uma foto]**.

J: Nas ruas, você observou muito aquela roupa tradicional?

F: Nas ruas você pode ver essas mulheres sim também. Lá também fomos a uma mesquita.

J: Você conseguiu entrar?

F: Não, fora da mesquita porque dentro não se pode fotografar, não se pode fazer muita coisa. Muito interessante. Olha aqui como é a mesquita, muito parecida com as religiões de base africana que todo mundo está vestido de branco, todo mundo de branco por ser muçulmano.

J: Você voltou com muitas ideias, muitas coisas na sua mente.

F: Muito, ainda não tive tempo de pesquisar, sabe? Eu sei o que vou fazer, mas preciso fazer uma ótima apresentação para mostrar todas essas peculiaridades que são muito interessantes. Conheci uma estilista lá, de moda, que sua especialidade são os pigmentos. Ela tem uma loja que funciona das 9h da manhã até às 5h da tarde, só não pude ir porque tinha outra programação. Sinto muito por ter tido um calendário tão apertado nessa viagem.

J: A experiência no Senegal te fez pensar na sua própria proposta de moda?

F: Sim, claro. Principalmente por causa de um mito da criação que é retratado em uma de minhas estampas mais vendidas "África berço da humanidade". El *Baobab*, aquela árvore, com troncos enormes, está representada aí, nessa estampa. Essa árvore está associada à figura do *Griot*. Cada aldeia tinha/tem seu *Griot*. As pessoas no Senegal falam: o *Griot* é o nosso contador de histórias, ele é uma pessoa que foi um filósofo de lá, daquela localidade, que tinha muito conhecimento. Quando um *Griot* morria, não podia ser enterrado na terra, porque senão não choveria, é a África Subsaariana, e lá aqueles *Griots* estavam enterrados dentro das árvores, não embaixo.

J: Você me disse na reunião anterior que teve muita influência do Luiz de Freitas, o que você lembra dele?

F: Eu me lembro de o Luiz pôr a criatividade dele, o compromisso que ele tinha com o seu trabalho, com a entrega dos resultados daquelas peças, o rigor que ele tinha nos acabamentos, realmente algo muito bem-feito [...] do Luiz eu lembro disso, lembro-me da vanguarda e dessa criatividade projetada para frente. Trago isso para mim, mas eu acho que o nível de qualidade das minhas peças ainda não tem o nível de qualidade que eu gostaria.

J: Com que idade você trabalhou com ele?

F: Trabalhei com o 19-20 até os 28 anos e depois voltei a trabalhar com ele quando ele relançou a marca, mas aí era uma questão de consultoria.

J: Você me falou que trabalhou como designer estratégico, como foi sua experiência nisso? Algum detalhe que queira comentar, algo que marcou sua carreira como designer?

F: Foi nesse trabalho que eu soube de fato o que era ser designer. Qual é a filosofia do design, foi através desse trabalho que eu entendi.

J: Durante aquele trabalho, você ainda não era designer?

F: Eu era estilista.

J: Qual é a diferença?

F: Na verdade é que o estilismo é uma profissão bastante técnica criada para o mercado, então quando eu era estilista, o que aprendi? Aprendi a modelar [**as formas**], aprendi a costurar, aprendi a desenhar rascunhos, aprendi a nomenclatura dos tecidos, aprendi algumas coisas sobre processamento de tecidos. Como designer, o que aprendi? Aprendi como é fazer algo em escala, como é projetar, como é fazer um projeto baseado em pesquisa, com um conceito, entendeu?

J: Você fez esse trabalho em que empresa, em que instituição?

F: SENAI-CETIQT. Sou formada pelo SENAI-CETIQT. Entrei e estudei na faculdade de estilismo, depois fiz algumas produções de desfiles de moda para o SENAI-CETIQT. Quando eu descobri que precisavam de uma consultora, me inscrevi, entrei e comecei a estudar design com mais profundidade, depois estudei na faculdade de design e depois saí. A história da minha marca é uma história paralela ao SENAI-CETIQT porque foi quando eu trabalhei no SENAI que decidi fazer uma marca de moda, mas era uma missão espiritual, não era algo para ficar famosa, mas agora preciso ser famosa por ter dinheiro [**risos**]. Precisamos fazer algo que possa se vender.

J: Por que você saiu do SENAI-CETIQT?

F: A crise no Brasil, eu fui demitida por causa de toda essa crise, em 2015 muitas pessoas foram demitidas. Muitas pessoas, muitas pessoas.

J: Sobre a sua marca, de onde vem o nome dela?

F: Então, o nome vem daquela missão “o Verbo”, eu era evangélica, sabe? Tive uma disciplina muito forte, e, quando fiz meu TCC na faculdade de estilismo, fiz um projeto chamado "O verbo se faz Carne" que falava [...] enfim, de uma moda multifuncional. Vou te mostrar o projeto. Fala daquele amor de Deus, do ser humano [...] aí, eu fiz o projeto, fiz as roupas, fiz o desfile, tentei em concursos, mas não consegui e salvei. Quando eu era muito fervorosa na igreja tive a ideia de fazer uma marca de camisetas para falar sobre o amor de Deus e aí fiz "O verbo" que já tem 11 anos.

J: Seu projeto sofreu transformações notáveis né?

F: Comecei com uma cruz, aquele símbolo cristão, e agora estou com um símbolo africano que é o "Ank".

J: Exatamente, eu ia te perguntar isso, como esse ícone entrou em seus designs? Em que você se inspirou? Alguma experiência concreta que explique isso porque é muito presente?

F: Então, vou explicar para você, minha primeira estampa há 11 anos, foi “África berço da humanidade”. Também fiz outras estampas: "Deus pode contar comigo", "O diabo mente", tenho outras que não lembro. O que mais vendeu foi o "África berço da humanidade" e aí começou a minha transformação espiritual quando comecei a trabalhar em Salvador [**de Bahia**], para fazer consultoria em Salvador. Minhas inspirações vieram da minha alma, sempre, sempre vieram de minha alma, mas só que houve uma troca de direção, entendeu? Porque quando eu comecei “O Verbo” a minha proposta era espalhar o amor a traves de uma crença religiosa que eu tinha na época, foi a minha grande inspiração. Só que a estampa que explodiu foi uma estampa que eu tive muito cuidado de fazer, ele veio assim, sabe, na minha cabeça, foi África berço da humanidade porque eu sempre acreditei nisso, e partir dessa estampa, perto do quando eu crie a marca, numa edição da Feira Preta [**em 2012**] uma amiga mia me levou para São Paulo no evento de Hip Hop, e essa estampa vendeu muito, muito mesmo, e todas aquelas camisetas que eu tinha [**com temática cristã**], com esse cunho mais religioso não venderam. Eu tinha outras prontas que nunca cheguei a lançar inclusive um Jesus negro, então isso sempre tive no meu coração. Essa ideia da África, não posso nem te explicar se é um estudo, mas foi tipo um ímã, esses conceitos chegaram a mim, li livros, alguns livros, não todos os que eu gostaria, li textos, participava de algumas discussões por conta de que meu ex-marido começou, junto com outras pessoas na faculdade de economia na UERJ, então, foi tudo [...] foi um ímã, isso todo veio para mim, todo isso foi me aprimorando até esse conceito.

J: Em que ano você esteve em Salvador?

F: 2006-2007, mas a marca estava desativada. Lá isso foi se transformando, foi mudando, lá estudando mais, aquela relação, aquela cultura, muito desconhecida. O pai de Augusta também foi militante da causa negra. Eu cheguei a essas coisas de várias maneiras. Minhas colagens são uma amostra disso. Sempre gostei de fazer desde pequena, mas quando viajei e ficava muito tempo longe de casa, 60 dias, voltava, ficava 5 dias voltava a viajar novamente, mais 50 dias, e a Augusta, tinha 2 anos só. Essas colagens foram uma forma de me tranquilizar. Quando comecei a reativar a marca, fiz essas colagens, era muito icônico para mim essa questão do racismo. Aquela estampa que agora está rolando é inspirada em Rubem Valentim, um artista concretista baiano que geometrizou as formas, principalmente dos orixás, e quando eu estava na faculdade de design fiz estampas, me inspirei nessas formas. Tenho muitas estampas feitas, muitas, muitas.

J: Queria perguntar se você tem um critério específico para escolher os tecidos. Por exemplo, algum design, cores, material.

F: Eu tenho. O meu critério é o conforto, por isso só trabalho com tecidos 100% algodão. Malha de algodão. A malha é mais fácil de costurar, é mais fácil de modelar e o algodão porque é uma coisa natural. Minha ideia, meu conceito é pegar o "T" da "T-Shirt" e trabalhar esse T de maneiras diferentes. Um T assim, um T com aquela linha menor, aí eu tenho muito que fazer apenas com essas duas linhas retas. Quando comecei só trabalhava com branco porque durante a minha formação como designer me senti mal porque descobri que o design foi o grande responsável, o grande catalisador de todo o consumo que as pessoas vivem hoje. Optei por trabalhar com o tecido branco porque com o tecido branco, com o que sobra, eu poderia refazer, reaproveitar o tempo todo. Minhas peças têm aquela versatilidade, quando penso em fazer, penso naquela transformação que ela vai ter, que vai sofrer se não vender.

J: Mas agora você não trabalha só com branco.

F: Não, aí eu tive que inserir cores.

J: Você não vendeu o branco, foi assim?

F: sim, tive que usar cores. Amarelo é uma cor que vende muito, desde que eu coloque esse amarelo contrastando com os padrões, vendo mais. Voltei do Senegal com muitas ideias. Eu tirei fotos lá de um instrumento chamado Cora [KORA] que era um instrumento que os crioulos usavam para cantar histórias, mas eu já tenho uma estampa do Cora muito tempo atrás, entendeu?

J: Como evoluiu a produção de suas peças desde o início até agora? Por exemplo, quantas peças você produz agora e quantas você produziu há 9 anos?

F: Não mudou muito porque são camisetas atemporais, o que eu fiz foi pegar um dinheiro e comprar muita malha e aí, fiz um molde das peças. Então, toda vez que vou fazer isso, gira em torno de 200, 150-200 peças.

J: Com que frequência você faz um novo lote de produção?

F: Mais ou menos 3 a 4 meses, preciso vender muito. É engraçado, não posso fazer apenas 150 peças, preciso fazer pelo menos 500. Então, estou me preparando para isso. Tenho dificuldades com os programas digitais. Todas as estampas que fiz são feitas à mão e aí chamo quem domina esse negócio para fazer a digitalização para mim. É mais caro, mais demorado, entendeu? Gosto que a pessoa que faz isso esteja ao meu lado. Eu estava negociando com um designer e ele me disse: mande seus designs e eu falei não! **[Risos]** eu não faço isso! Geralmente, quando trabalho assim, o designer vai na minha casa, trabalha no meu computador e assim por diante.

J: Essa foi uma das coisas que o Luiz de Freitas deixou para você, esse cuidado?

F: Certamente, algo muito engraçado aconteceu comigo antes de viajar, no final do ano. Eu tenho uma sobrinha que ela cuidava das minhas redes sociais, agora ela não está mais cuidando delas. Ela me mandou uma foto de uma bolsa que tinha minha estampa da *Ank*. Falou "Tia, essa é sua estampa, o que aconteceu? Aquela estampa [...] mandei chamar um designer que faz estampas digitais, eu paguei pelo serviço e ele ficou com a pantalha [o padrão das estampas], eu não fiquei com a pantalha e o que ele fez? fazia bolsas em qualquer tecido para vender em sua loja.

J: Você denunciou?

F: Não, ainda não, foi muito ruim. O erro também foi meu porquê quando as pessoas recebem o serviço, a pantalha é minha, eu tive que perguntar sobre a pantalha, entendeu? Eu preciso, uma das minhas necessidades é concentrar tudo num local, porque tudo fica muito solto.

J: Essa questão tem a ver com a sua camisa mais famosa "África berço da humanidade". Eu vi que você reivindica a África como o berço da humanidade, eu queria te perguntar o que isso significa para você? Como essas referências chegaram a você?

F: Experiências principalmente com meu ex-marido "Cecilio África".

J: Seu sobrenome era África?

F: Não, foi uma loucura. O nome dele era Moacyr Carlos, casei-me com o Moacyr Carlos e aí o Moacyr Carlos, após 7 anos, entrou na Faculdade de Economia da UERJ. Um dia ele me disse que não queria mais se chamar de Moacyr Carlos, daquele dia em diante seu nome foi Cecílio África. Tornou-se politizado na faculdade.

J: Então isso mudou o relacionamento?

F: Era um quilombo [risos] mas, eu sempre, intuitivamente, tive aquela ancestralidade, com ele fui mais fundo, comecei a estudar, a ler, a saber quem eram os autores, enfim. "África berço da humanidade" quando essa frase surgiu na minha cabeça foi principalmente porque o primeiro ser humano foi encontrado lá, era um ser africano. Aí, acordei com aquela frase. A questão do Egito na minha obra veio através da *Ank*, que conheci através de reuniões e palestras que o Coletivo Denegrir promovia na sala Abdias do Nascimento na UERJ. Mas a questão da África de ser negro, eu fui beneficiada por ser a filha mais pigmentada dos meus pais, e por ouvir as histórias que meu pai falava, de conflitos que ele tinha, onde ele sempre falava em algum embate: cuidado que sou negro. E o ser negro pra mim sempre foi sinônimo de ser forte.

J: Em que ano seu ex-marido entrou na faculdade?

F: Foi no ano que lancei a marca, entre 2008-2009.

J: Eu acho que era um Brasil muito politizado, aqueles anos 2008-2009 pensando na faculdade e no contexto do país.

F: Sim, mas a verdade em 2008-2009 quando eu fiz aquela produção, aquele projeto já existia, acho que desde 2003. Eu tinha uma empresa que estava incubada no *Instituto Nacional de Tecnologia*, era uma consultoria de estilo e produção de produtos. Lá apareceu um jovem querendo lançar uma marca, eu já havia trabalhado com uma marca famosa no Rio chamada Favela, uma consultoria que deu muito certo. Aquele jovem não tinha dinheiro, o jovem fazia designs digitais na época, eu falei para ele: você não tem dinheiro, bom, então você vai fazer para mim o logotipo e umas 10 estampas. Uma delas foi aquela "África berço da humanidade".

J: Qual é o papel da espiritualidade e da religião em sua vida?

F: Na verdade, atualmente não tenho religião. Foi uma confusão grande para mim, entendeu? foi uma falha muito grande. Agora, depois que vim da África, entendi por quê. Atualmente, continuo buscando minha conexão com o mais alto, desde a disciplina porque o relacionamento é o dia todo, né? Mas, não tenho nenhuma religião. Não sou do Candomblé, não sou nada.

J: Mas, você já tinha falado...

F: Eu era evangélica.

J: Em que período da sua vida foi isso?

F: Eu acho que de 1999 a 2009, foi muito tempo.

J: 10 anos.

F: Aí parei totalmente com aquela questão da igreja evangélica, em 2015.

J: Em 2015 foi uma ruptura mais definitiva.

F: Sim.

J: Você vê diferença entre espiritualidade e religião?

F: A igreja evangélica me ensinou que para você desenvolver uma espiritualidade é preciso ter disciplina. Se você quiser fazer um ritual, que seja todo dia, entendeu? todos os dias eu lia a bíblia, pelo menos um pouco. Agora [...] quando fui ao Senegal íamos à mesquita, íamos naqueles dias e não havia conexão nenhuma. Eu não consigo mais.

J: Também vi que você publicou uma frase no seu Instagram, ela diz assim "Mamãe África, a minha mãe é solteira e muito fértil", fiquei muito impressionada com a perspectiva de gênero na sua maneira de ver o mundo. Eu queria perguntar se essa mensagem é uma crítica

ao colonialismo e aos papéis de gênero, do Ocidente, como o Ocidente representou a África como uma mulher saqueada?

F: Exatamente. Você conhece o Chico Cesar? Chico Cesar é um compositor brasileiro que tem uma música chamada "Mama África" que diz "A minha mãe, é mãe solteira, e tem que fazer mamadeira, todo dia, além de trabalhar como empacotadeira nas Casas Bahia". Vendo a África na realidade, é uma imagem diferente da que o Ocidente tem, que é uma terra pobre, uma terra improdutiva, ali, senti que precisava falar assim: ela é mãe solteira, sim, mas, é muito fértil, entendeu?

J: Na reunião anterior você comentou que alguns de seus projetos foram mal interpretados, por que isso especificamente? Você poderia falar um pouco mais sobre esse sentimento.

F: Então, olha, isso também tem muito a ver com o Luiz de Freitas. As modelagens, as roupas que eu crio, as pessoas entendem muito mais tarde. Tenho uma inspiração de vanguarda, não sei, as pessoas só vão entender depois de muito tempo. Portanto, preciso me disciplinar para ser uma designer mais comercial. Por exemplo, as pessoas olham para um símbolo egípcio e acham que não tem nada a ver com eles, que é algo muito antigo, distante quando estou realmente falando de grandes momentos da nossa história, daquela África imponente ¿conhece? não estou apenas falando do que aconteceu, também o que poderia ser. Eu tenho que me equilibrar.

F: tudo é sempre muito complicado, muito elaborado

J: Na minha opinião, você tem uma experiência muito particular.

F: Às vezes acho que isso me limita um pouco, por exemplo, não consigo pensar em roupa que deixe muito lixo, tenho que aproveitar, então tem muita coisa que dá muito trabalho.

J: É complexo. Agora que estamos terminando e quero te perguntar sobre a esfera política, como você descreve resumidamente a dinâmica política do Brasil? Desde que você pode se lembrar até agora. Você já viu vários Brasil? Você percebe que o Brasil da sua infância é o mesmo que é agora?

F: Percebo claramente dois Brasil. O da minha infância, eu nasci nos 65, o da minha infância e adolescência era um Brasil que estava se reconstruindo daquela coisa da ditadura militar, isso eu percebi. E o Brasil que percebi ter dado certo foi o Brasil do Lula, que foi o Brasil que me deu trabalho, no qual estudei, foi o Brasil que consegui me sustentar, e depois de toda aquela crise, percebi que o Brasil de hoje é um Brasil em que as pessoas estão se reinventando, eu de uma forma. O Brasil, infelizmente, do jeito que está agora, todo mundo vendo a realidade de uma forma ignorante, preconceituosa, desonesta, é muito triste, sabe? Eu tive uma experiência no Senegal que foi muito grande, foi a seguinte. Muitos alunos

vieram do Senegal para estudar aqui no Brasil e, depois de 30 anos, fizeram uma reunião lá no Senegal e nos chamaram para que estivéssemos lá. Uma rede de apoio no Senegal, muito grande e muito importante. Lá cada um daqueles alunos deu a sua palavra, todos, todos, falaram que queriam agradecer ao Brasil “o Brasil me deu instrumentos, me deu conhecimento, etc.” sabe? A educação no Brasil, então, para mim foi uma coisa muito importante.

J: Terminamos, muito obrigada pela entrevista Fernanda.

F: De nada, querida.

Entrevistada: Italo William [I]

Entrevistadora: Julimar Mora Silva [J]

Fecha: 28 de janeiro, 2020.

Lugar: Ipanema, Rio de Janeiro.

J: Então, eu queria falar hoje sobre a sua infância, algumas experiências. Em que ano você nasceu?

I: Nasci no dia 26 de setembro de 1983 no Bairro Rocha Miranda na Zona Norte. Lembro-me muito do trabalho da minha avó e da minha mãe. O nome da minha mãe é Iara Neri Dos Santos e da minha avó era Alaidé Neri Dos Santos. O que uso como parâmetro é tudo o que vi no trabalho delas, entendeu? Sempre vi, desde pequeno, minha mãe e minha avó trabalhando na máquina de costura. Meu bisavô materno veio para cá, para o Rio de Janeiro, e estava trabalhando aqui. Meu avô, minha avó, minha mãe e meu tio ficaram em Salvador da Bahia, eles nasceram lá. Meu avô morreu lá na Bahia. Depois disso, minha avó veio para o Rio de Janeiro porque meu bisavô ligou para ela, ela veio com minha mãe e meu tio, trouxe eles para o Rio. Minha mãe conheceu um homem daqui e eu nasci.

J: Que data foi essa?

I: Quando minha avó veio aqui? deve ter sido há cerca de 50 anos. Pode ser 51 ou 52 anos atrás porque minha mãe tinha 6 anos quando veio para cá.

J: Diga-me, como era sua relação com os vizinhos de Rocha Miranda?

I: Sempre foi tranquilo, sou uma pessoa que adora piadas, sempre tive amigos. Estudei na escola do bairro. A Escola Municipal do Pará. Eu sempre fui um rapaz acordado, pra-frente. Desde criança tive um jeito para jogar futebol e isso me deu muitos amigos. Tive amigos do futebol que eram lindos, "belezones" que conheciam muitas meninas, mas eu não era muito bonito [risos] e o futebol compensava isso, era aquele vínculo, sabe?

J: No seu bairro o futebol era muito forte?

I: Muito forte. Com o futebol conheci muita gente de muitos lugares, conheci muitos bairros através do futebol e no carnaval. Está relacionado com a tradição dos bate-bola. Os bate-bola são uma fantasia nossa daqui do Rio de Janeiro, dos subúrbios. Eu era conhecido pelo futebol e pelas fantasias, porque minha avó costurava essas fantasias.

J: Essa fantasia foi costurada por sua avó? Suas roupas de carnaval quando você era criança?

I: Sim. Minha mãe aprendeu vendo minha avó costurar e quando eu era pequeno minha mãe já fazia minhas roupas. Algumas roupas, não todas. Minha avó arrumava as roupas, ela estava começando a fazer mais roupas para as pessoas daqui [refere-se ao entorno da zona sul].

J: Portanto, a sua chegada à zona sul é histórica, ou seja, tem um precedente.

I: Sim, é uma história, ou seja, ela não veio trabalhar na zona sul, mas, no início da carreira, conheceu e foi às fábricas, a locais específicos por aqui. Minha mãe conheceu algumas pessoas de butiques daqui e ela veio aqui para entregar esse tipo de trabalho. Minha mãe é modelista, ela faz modelagem, mas ela começou a costurar como a minha avó, só depois ela se especializou e fez modelagem, ela começou cortando e costurando, entendeu? Quando eu era pequeno ia com elas para acompanhá-las, lá pude perceber todo aquele carinho que

elas tinham ao receber as peças, costurar, entregar. Hoje em dia com as pessoas que costumam para mim procuro ser o mais compreensivo, com os direitos delas, não é um trabalho escravo. Lembrando que, muitas vezes, minha avó quando trabalhó não era totalmente recompensada, vivi isso com ela.

J: Você tem uma lembrança significativa com sua mãe, um acontecimento significativo em sua vida, em sua infância?

I: Tenho uma experiência que foi determinante: minha mãe é lésbica. Ela gosta de gente do mesmo sexo, entendeu? Ela trouxe uma menina para casa uma vez e ela achou que não tinha visto, quando ela percebeu, veio me contar, eu falei para ela que já sabia. Então, foi marcante porque assim [...] eu nunca reclamei, eu nunca achei negativo, para mim era normal, entendeu? Foi bom ele ter falado comigo porque abriu o caminho para a gente ter conversas sobre isso. Isso aconteceu no ano de 1990 ou 1991, mas eu já sabia antes, entendeu?

J: Depois disso, você cresceu com a namorada da sua mãe? Ela morava com alguém na sua casa?

I: Sim, sim, já morei com ela e com a namorada. Seis anos morei com elas, era magnífico.

J: Você tem irmãos Italo?

I: Só por parte do papai. Do lado da minha mãe sou filho único, do lado do meu pai acho que dois. Mas, não tenho nenhuma referência ao trabalho que eles fazem. Minha mãe se separou do meu pai quando estava grávida. Meu pai morreu, agora, meus irmãos estão ali. Eu os vi, no máximo, dez vezes quando eram pequenos, foi há muitos anos.

J: Conte-me sobre seus amigos de infância.

I: Eu tenho muitos, muitos. Como te falei, sempre tive amigos e morei em muitos lugares, sim? Morei em vários lugares no mesmo bairro, por isso conheço todo mundo lá.

J: Eu queria te perguntar se eles têm alguma relação com o que você faz agora, eles sabem?

I: Eles conhecem o meu trabalho e me apoiam, conhecem minha avó e conhecem minha mãe que faz o mesmo trabalho, conhecem nossa trajetória.

J: Quais são as suas lembranças mais felizes e tristes de criança?

I: Desde criança me lembro muito da minha “creche”, é um lugar para crianças menores de três anos, até quatro quando a mãe está trabalhando. Algumas coisas vagas, certo? A gente vai com a tristeza, quando minha mãe não me procurava ou chegava atrasada no trabalho, eu tinha que ficar na casa de uma menina e, às vezes, era a última criança que procuravam, lembro do desespero, da tristeza. As alegrias que experimentei quando era pequeno, foram tantas coisas que não sei como te dizer só uma, minha infância foi boa, entendeu? Foi praticamente tudo bom, posso dizer que fui feliz.

J: Você me falou muito sobre sua relação com o Samba. Como foi seu início com o Samba?

I: Minha avó costurava para o pessoal do samba quando eu era muito jovem. Comecei a gostar de samba e pagode. Sempre gostei do pagode. É um ritmo quase igual ao samba, a verdade é que o samba é o “papa” do pagode, por assim dizer. Comecei há cerca de 12 anos a frequentar o "Samba de Raiz". Há cerca de 15 anos comecei a ouvir música, já ouvia muito, mas comecei a ir aos eventos há cerca de 12 anos.

J: Onde?

- I:** Andaraí. Comecei a frequentar o Andaraí há cerca de 8 anos, no Samba do Trabalhador. Comecei a ir constantemente.
- J:** Como é sua relação com as pessoas do mundo do samba?
- I:** Como já mencionei, falo com todos. Como estou no Salgueiro, também conheço gente de lá, entendeu? todos acabam sendo do mesmo círculo. Eu conectei o samba com a questão das roupas. Eu estava cansada de ir a eventos com as roupas que costumava usar. Então, um dia, pedi à minha mãe que me fizesse uma camisa, há 4 anos e meio. Ela fez a camisa. Quando eu cheguei lá, todos gostaram de mim. A partir daí comecei a perceber que era capaz de fazer alguma coisa, entendeu? e comecei a produzir.
- J:** Você acha que foi o nascimento de Neri Modas?
- I:** Foi o nascimento. 4 anos e três meses atrás. Cresceu rápido [risos]
- J:** O pessoal do samba é um mercado para você?
- I:** Sim. Além disso, foi o começo.
- J:** E agora?
- I:** Agora também, acho que representa 50% do mercado, os outros 50% pessoas de fora. Amigos, clientes da internet e pessoas que vêm à loja e são de outros países, entendeu? Cresceu muito.
- J:** Quando você era criança, o que pensava sobre o seu futuro? achou que ia fazer moda?
- I:** Não. Houve um tempo, não me lembro a idade, em que eu queria jogar tênis há muito, muito tempo. Quando criança também queria jogar futebol, como toda criança [risos]. Tornei-me um profissional.
- J:** Em qual time?
- I:** Joguei em um time da terceira divisão, Caraca! Foi na Rodoviária de Piraí, é uma cidade que fica no interior do Rio de Janeiro. Joguei apenas uma temporada lá, mas antes disso jogava na categoria de base. Profissionalmente, apenas isso. Eu tinha uns 22 anos porque antes eu era militar, ia para o quartel.
- J:** Você foi militar?
- I:** Fiquei 8 meses no quartel. Isso aconteceu quando eu tinha 19 anos, antes do futebol. Depois passei por uma companhia de teatro, um amigo meu me levou.
- J:** Qual era o nome da companhia?
- I:** Companhia de Teatro Bem Brasil, a cargo do Professor Wavá de Carvalho Costa. Eu estive lá por cerca de 10 ou 12 anos. Eu estive na escola de teatro no máximo 5 anos. De 2005, até cerca de 4 anos atrás, trabalhei nisso. Alguns dos modelos de "Neri Modas" eram pessoas com quem costumava fazer teatro, juntos. Embora eu tenha um amigo que já conhecia de Rocha Miranda, desde pequeno, fazíamos teatro juntos.
- J:** Quantos modelos passaram pela marca?
- I:** Modelos, acho que eram 5, só que havia outras pessoas aproveitando o que eu tinha feito. Eram todos do meu círculo de amigos.
- J:** Na entrevista anterior, você me falou que vestiu Lázaro Ramos.

I: Então, ele tem um show chamado “Espelho” e nesse show ele vestiu a minha roupa uma vez, foi no ano passado. Minhas roupas também aparecem no filme dele que está saindo este ano. Andrea, colega do coletivo, é amiga da esposa dele desde que eram crianças. Por causa disso, minhas roupas chagaram até o Lázaro. A produtora, Estilista do show e do filme veio aqui e escolheu as roupas para ele. Ele só queria trabalhar com negros, em todas as áreas, lá ela aproveitou e os convidou a passar pela loja. Assim como ele passou por aqui, ele passou por lojas de outros empreendedores negros também. Lázaro é uma pessoa que faz um trabalho muito bom, admiro muito o trabalho dele.

J: Você faz parte da Escola de Samba Acadêmicos do Salgueiro?

I: Eu sozinho ou a marca?

J: As duas coisas.

I: Minha contribuição para a escola é desfilarmos no carro. Alguns anos têm coreografia, outros não. Este ano vou fazer um personagem. Já estou ensaiando, em cima do carro.

J: O que é samba pra você?

I: Ah, tudo! É a felicidade que tenho desde criança, sempre esperando o futuro, mas, antes que o futuro chegue, experimentando a felicidade naquele caminho, naquele caminho, entendeu? Samba é nunca se deixar cair, apesar das dificuldades, sempre à frente.

J: Como você combina samba com moda?

I: Então, em cores, hoje em dia a variedade de cores está dominando muito. Todo mundo está fora do comum. Se você fosse ver samba você encontraria muitas coisas coloridas, todo mundo gosta, estou trazendo isso para minhas roupas. Ainda não faço minhas estampas, mas sempre procuro expressar isso. Sempre imagino o que o sambista vai gostar na hora de escolher um tecido.

J: Seu projeto futuro é fazer suas estampas?

I: Sim, fazer minhas próprias estampas.

J: Então tudo vai ser sua autoria?

I: Espero que tudo seja minha autoria, no final do ano. Estou trabalhando para fazer algumas coisas mais autoralmente, mais minhas.

J: De quais eventos importantes você lembra durante sua experiência na Escola de Samba? coisas que permaneceram em sua memória:

I: Na Escola de Samba, 2009, quando fomos campeões [risos] Salgueiro! Foi o primeiro ano que desfilei.

J: Você participa ou está próximo de algum tipo de ativismo político relacionado ao movimento negro no Brasil? além, é claro, das iniciativas no mundo da moda

I: Com "política", não, mas claro que o que fazemos é político. É assim, sempre tenho minha mãe presente nessas questões políticas, ela sendo lésbica, na época isso era considerado negativo, ela era vítima de preconceito. Agora eu vejo minha mãe ficando mais livre, sabe? ela gostava muito de política. Sempre vi que ela gostava dessas coisas. Não jogo tudo porque ainda tenho muitos problemas para resolver, assuntos que quero pensar, falar, gente que fala “preto é isso, aquilo, etc.” Quero estar em melhores condições de falar abertamente sobre isso um dia. Eu era pequeno e via muito essas coisas, minha mãe é uma mulher liberal. É

justamente uma daquelas pessoas que hoje apoia o Lula, entendeu? tem a mente mais aberta. Sempre tive ela como espelho, sempre gostei das pessoas que ela gostava.

J: Você é membro ou simpatiza com algum partido político?

I: Não, mas tenho alguns ideais, gosto muito de PT.

J: Evitar estereótipos, preconceitos, é uma postura política.

I: Hoje eu vejo pessoas que se dizem feministas e tal, e nunca experimentaram tal coisa. Dizer que você é feminista hoje está muito na moda, sabe? Você tem que ver os anos 90, não ter condições de trabalho por conta da sua cor ou sexualidade. Acho que é mais fácil conseguir hoje. Minha mãe nunca me falou que as coisas eram difíceis, mas eu nunca questionei. Comecei a ter noção do mundo sabendo que as coisas estavam difíceis, mas que no futuro poderiam ser diferentes.

J: Depois que essa mudança política ocorreu, você acha que as coisas melhoraram?

I: Bem, aí depende muito, financeiramente no país, tem oscilado, vai e vem, com alguns mandatos algumas coisas eram boas, se de repente hoje o Lula estivesse, a nossa condição poderia ser melhor. Acho que hoje poderíamos ser melhores.

J: Refiro-me ao ambiente de liberdade, igualdade, oportunidades, toda a questão política relacionada à raça, gênero etc.

I: Vejo que hoje estamos mais unidos entre aspas. Mas, ainda tem muita gente preconceituosa, muita gente racista.

J: Vi no seu Instagram que você usa a expressão "Neri-modese", como sinônimo de vestido "*made by Neri*". O que isso significa para você?

I: "Neri-modese " é roupa! Moda! Neri-modese! Neri-modese! entendeu? Neri, a verdade é família.

J: Em relação à produção de suas peças, como é esse processo? Você tem algum critério específico em relação ao tipo de tecido, desenhos das estampas, local de compra dos tecidos?

I: Então, compro as estampas prontas. Minha mãe faz a modelagem. Feito a modelagem, deixo no cortador, que é automaticamente onde eles costumam, lá eles cortam, confeccionam e a camisa fica pronta.

J: Onde você compra os tecidos?

I: Então, eu comprava aqui no Rio e agora estou comprando em Santa Catarina, no sul. Tenho duas costureiras, uma que faz as camisas e outra que faz os shorts e as calças, fica perto de casa, no Rio. Tenho duas costureiras, as camisas ficam no mesmo lugar; e o resto em outro.

J: Que tipo de materiais você usa?

I: Eu uso Viscose, eu uso Linho, eu uso Viscolinho, Sarja, vai depender do que eu vou fazer, varia, mas são praticamente esses quatro tecidos.

J: Gostaria que você me falasse sobre a evolução de sua produção ao longo do tempo. Quando você começou, quantas peças você fez e quantas você faz agora?

I: Comecei a fazer cerca de 5 peças e já fiz cerca de 500 peças.

J: As peças fluem?

- I:** Isso, estão rolando. É assim, não sei o quanto fiz, mas já produzi mais de 1.000 peças.
- J:** Em toda a trajetória?
- I:** Desde que comecei até agora.
- J:** Vi que em uma foto da sua conta do Instagram você falou sobre a filosofia do Ubuntu. Eu queria te perguntar o que isso significa e como essas referências africanas chegaram até você?
- I:** Como a África veio para mim? Ele começou com os têxteis. Eu conheço quem vende, tem uns que são de lá e outros que são daqui que trabalham com tecidos africanos. Foi muito legal, ainda não consigo integrar 100% África. Não! na verdade muito pouco, mas quero ir em frente, chegar ao fundo. Tenho nos meus planos investigar e fazer uma coleção, mas, isso será mais tarde junto com o crescimento da marca porque assim será uma coisa mais visível.
- J:** Os tecidos que você usa agora são trazidos da África?
- I:** Não. No passado eu fiz alguns trabalhos específicos, comprava os tecidos africanos para alguma coisa específica.
- J:** Esses tecidos são mais caros?
- I:** Sim, trazem aqui e custam um pouco mais do que valem ali. Eles acabam sendo um pouco mais caros, também não muito. O linho é mais caro porque é um tecido nobre, acaba custando cerca de 100 reais o metrô, o tecido africano acaba custando 5 metros e meio por 100 ou 150 reais. Embora dependa muito do tipo de tecido que você escolha.
- J:** Seu projeto futuro é usar mais tecidos trazidos da África?
- I:** Não, meu projeto futuro é criar minhas próprias estampas. Se eu tivesse que contar uma história sobre a África, contaria com minhas próprias estampas.
- J:** Também vi que você postou uma foto na festa de São Sebastião.
- I:** Sou devoto de São Sebastian, Santa Bárbara e Seu Zé, uma figura do candomblé, ele é um malandro, sai à noite, um homem muito sociável, gosto dele.
- J:** Você frequenta essas celebrações desde criança?
- I:** Comecei a ir para São Sebastian porque tive problemas de saúde quando era pequeno e minha mãe me levou, pediu São Sebastian para eu curar, daí comecei a ir. Hoje vou com meus amigos e minha mãe.
- J:** Como você incorpora a espiritualidade ao seu projeto Neri Modas, por exemplo, a sua devoção a São Sebastião, você considera que isso se expressa aí?
- I:** Não, não, ainda não, mas, como eu falei quando faça minhas estampas, irei direcionar para isso. Terei mais possibilidades de criar.
- J:** Mudando um pouco de assunto, achei curiosa uma publicação em que você escrevia “Homem também usa rosa, sim”, afirmando que rosa também é uma cor válida para homem. Eu queria perguntar como você incorpora a perspectiva de gênero em suas roupas?
- I:** Eu não era particularmente fã de usar muitas cores.
- J:** Como você costumava se vestir?

- I:** Em vermelho, nada chamativo. Aí comecei a usar aquelas roupas que refletem muito para o pessoal do samba.
- J:** Você considera isso uma transgressão aos estereótipos de gênero?
- I:** Minhas roupas são para todos.
- J:** Como você pode descrever a dinâmica do Brasil, a partir de sua própria vida?
- I:** Antigamente, quando era criança, tinha em mente o espelho da minha mãe e da minha avó. Quando eu era criança, queria ter muitas coisas que não poderia ter por causa da minha condição. Automaticamente não teve condição porque o país não ia muito bem, entendeu? a desigualdade social teve um papel fundamental. Na minha adolescência comecei a ver que os problemas eram mesmo discriminação, trabalho racializado, o branco tem mais chance do que o negro. Com base em minhas experiências de adolescente, comecei a entender essas questões. Acho que na minha adolescência melhorou um pouco, o PT mudou um pouco essas condições. No começo era ótimo para quem é empreendedor.
- J:** Quantos anos você tinha quando começou o governo do PT?
- I:** Tenho cerca de 36 anos, então cerca de 22 anos.
- J:** Você estava começando sua fase adulta.
- I:** Os negros podiam comprar de outros negros, esse é o ponto.
- J:** Isso era possível no Brasil quando você era criança? Era possível ter um projeto assim e ter um público negro para comprar?
- I:** Quando eu era pequeno, tive um tio que tentou fazer isso e não deu muito certo. Por conta da burocracia também era muito difícil, nem todo mundo tinha uma marca de roupa, e não era um negro que tinha uma marca de roupa.
- J:** Você acha que antes no Brasil era mais difícil fazer o que você faz? Além da dificuldade econômica para realizar esse tipo de projeto.
- I:** Meu tio, por exemplo, começou, mas como não tinha muita gente pra comprar não aguentou [...] a pessoa não tem como, precisa vender. Naquela época as pessoas gostavam das marcas que de fora entendeu?
- J:** Seu tio ainda está vivo?
- P:** Meu tio é coronel do exército.
- J:** O que seu tio acha do que você faz?
- I:** Ele realmente gosta [risos]
- J:** Muito obrigado pelo seu tempo Ítalo, continuamos conversando