

## Em busca da brasilidade nos trabalhos de Sonia Delaunay

Maciel, Andréa Gasparini; Magalhães, Lucas Albergaria de;<sup>1</sup>

### Resumo

Partindo de alguns indícios de uma curiosidade da designer Sonia Delaunay acerca da cultura brasileira, investigamos o significado de identidade nacional e os contextos aos quais tanto a profissional em questão quanto nosso país encontravam-se inseridos, estudo este que servirá de base a futuras análises dos croquis de uma determinada coleção de Delaunay com objetivo de investigar se de fato há uma brasilidade expressa nos aspectos conceituais e gráficos de sua produção.

**Palavras-Chave:** moda, cultura visual, estilo.

### Abstract

*Parting from some hints concerning designer Sonia Delaunay been curious about brazilian culture, we investigate the meaning of national identity and the context into wich both the professional and our country were inserted, and this study will serve as basis for a future analysis of a determinated collection of her sketches objecting to investigate if there is a truly expression of a brazilian style in the conception of her production.*

**Keywords:** fashion, visual culture, style.

Como pesquisadores da área do Desenho Industrial volta e meia nos deparamos com uma questão: qual o sentido de promover a identidade nacional e como incorporar este conceito e expressá-lo graficamente no desenvolvimento de nossos projetos? Nossa curiosidade relativa ao assunto aumentou ao verificarmos na pesquisa de Jacques Damase<sup>2</sup> sobre a artista plástica, designer têxtil e de moda Sonia Delaunay, a existência de elementos textuais indicativos de uma curiosidade dessa profissional pela cultura brasileira, que pode ser verificada em seu cartão de visitas, no qual consta a existência de uma filial de seu ateliê ou mesmo uma simples revendedora de seus trabalhos na cidade do Rio de Janeiro próximo ao ano de 1925.

Constatamos também a existência de alguns croquis que supostamente serviram de base para o desenvolvimento de uma coleção de trajes denominada “Rio de Janeiro Carnival”, datados de 1928. A falta de maiores informações acerca deste projeto, visto que a pesquisa em questão não estabelece se houve a encomenda destes trajes por alguma instituição ligada ao carnaval carioca ou mesmo se os desenhos fazem parte de uma produção espontânea da designer, despertou ainda mais a nossa curiosidade acerca do tema aqui proposto para

---

<sup>1</sup> Andréa G. Maciel. Docente nos cursos de Design de Moda, da Faculdade Novo Milênio e Design de Interiores, Senac-ES Lucas Albergaria de Magalhães. Mestrando em Artes Visuais sob a linha de pesquisa em processos de criação artística da Universidade de São Paulo.

discussão. Caso tenha sido uma encomenda feita por um cliente brasileiro, objetivando o uso destes trajes no carnaval carioca, como foi possível à designer projetá-los, determinar as formas e materiais empregados sem conhecer as condições de uso dos mesmos, uma vez que a princípio não existem registros de sua passagem por nosso país? Mas caso se trate de uma produção espontânea, baseada na cultura visual de nosso país com vistas a reproduzir um sentimento de ‘brasilidade’, nos deparamos com estranhamento: as estampas e formas das vestimentas não parecem traduzir nossa realidade cultural e material, pelo contrário: assemelham-se com a produção de uma escola de design modernista, visualmente muito próximos aos trabalhos executados na Bauhaus.

Além disso, nossa dúvida quanto à finalidade destes trajes é reiterada ao fazermos uma análise superficial de dois croquis da mesma coleção. É possível constatar que as formas das vestimentas são distintas entre si: enquanto uma apresenta saia e ombreiras desproporcionais à figura humana, o que nos parece algo proposital com objetivo de causar um efeito visual em um desfile realizado em um local de grandes proporções, a outra é uma vestimenta cujo corte acompanha as formas do corpo da mulher, com a cintura demarcada, possível de ser utilizada em ocasiões do dia-a-dia.

Partindo desses elementos, iniciamos nosso estudo questionando o que constitui a idéia de “Brasil” e verificaremos o contexto histórico no qual tanto a designer em questão quanto nosso país se encontravam, com objetivo de nos aprofundarmos em nossas questões e conhecer melhor nosso objeto de pesquisa. Interessa-nos, futuramente, realizarmos uma leitura dos croquis desta possível coleção de roupas da designer por nós escolhida com a finalidade de averiguar se, de fato, existe a reiteração dos valores de brasilidade nas formas e cores empregadas.

## **Identidade Nacional e Moda**

Entendemos por identidade as características exclusivas de um indivíduo, a consciência que a pessoa tem sobre si mesma. Sendo assim, estendendo o conceito ao de identidade nacional teríamos o que Villas-Boas define como um valor construído, portanto não-natural, formado ao longo da história, em um dado local e em determinado espaço-tempo, utilizando-se de aspectos da cultura, especialmente das camadas da população que não tiveram acesso às culturas estrangeiras, e propagá-los como representantes daquela nação. Ao mesmo tempo, as cores da bandeira, monumentos arquitetônicos e elementos naturais como animais e frutas típicas também são utilizados para construir esta identidade. Trata-se, portanto, de uma

---

<sup>2</sup> DAMASE, Jacques. *Sonia Delaunay - Fashion and Fabrics*. Londres: Thames and Hudson, 1997.

representação redutora da realidade vivida que, no entanto, segundo o mesmo Villas-Boas, é de grande importância construí-la e propagá-la, uma vez que esta se trata de uma estratégia com objetivos claros de conquistar consumidores. Ao mesmo tempo, o autor estabelece que a noção de identidade, apesar de ser propagada como um valor natural e com base em tradições antigas, trata-se de uma invenção recente, surgindo na Europa do pós-guerra com objetivos de atrair turistas.

Partindo desses pressupostos e analisando o período da Belle Époque, no Brasil do início do século XX, constatamos que nas ruas das principais cidades brasileiras como Rio de Janeiro e São Paulo os vestidos eram *Art Déco*, os móveis remetiam ao estilo Luís XV, a arquitetura de largas avenidas imitava os *boulevards*, os livros eram simbolistas e a língua culta era o francês. O pensamento francês se refletia em todas as coisas e, portanto, uma das prováveis consequências desta importação de valores seria a encomenda de indumentárias a serem utilizadas em uma festa popular a uma estilista estrangeira, a qual talvez nem tenha passado pela experiência de pular o carnaval no Brasil.

Nesse contexto encontram-se os modernistas que clamavam em favor de uma identidade nacional. Embora defendessem o resgate das cores, das letras e das melodias brasileiras eram esses mesmos artistas que se inspiravam nas tendências ditadas em Paris para realizarem as suas produções. Estamos falando de Tarsila do Amaral, Oswald de Andrade e dos demais modernistas da Semana 1922, sendo que os mesmos receberam apoio de franceses como Blaise Cendrars, chamando-lhes a atenção para a importância da cultura de seu próprio país. São contradições como essas que marcaram a relação entre brasileiros e franceses, especialmente no início do século 20.<sup>3</sup>

[...] uma atmosfera ansiosa por cosmopolitismo, gerada no Rio de Janeiro, autêntica capital cultural do Brasil na Belle Époque, percorre o país, num desejo sôfrego da europeização e da modernidade. [...] Segundo Antônio Candido, nesse momento manifesta-se paradoxalmente, quase um desejo de ser estrangeiros.<sup>4</sup>

Conforme consta nas narrações de Joffily, na Rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro, vivia-se uma pequena Paris da moda onde se instalavam as lojas de prestígio, todos os nomes faziam alusão à capital francesa. As madames e *mademoiselles* ricas vestiam-se nestes lugares cujo preço pagava-se pelo luxo ao ponto de Machado de Assis afirmar que esta rua era “a via dolorosa para os maridos pobres”. Aquelas que não podiam comprar tais novidades, como as de classe média, usavam costureiras para copiarem, exatamente igual, os modelos dos

---

<sup>3</sup> GIAMATEI, Crícia. *Luzes refletidas entre Paris e São Paulo*. Artigo do jornal eletrônico da USP, ano XIX, nº 675, 16 a 22 de Fev., 2004.

<sup>4</sup> SEVCENKO, Nicolau et alli. *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, Vol.3, 2004, p.292.

figurinos dos últimos lançamentos franceses. Intelectuais e artistas não fugiam a regra, todos se vestiam com trajes estilo *Art Déco* como Tarsila do Amaral que, ao desembarcar de Paris, em 1922, trouxe em sua bagagem modelos de Paul Poiret.<sup>5</sup>

Próximo a esse local, precisamente na Rua 13 de Maio, número 52 situava-se a Casa de Aladim, em cuja loja era possível encontrar os tecidos Simultâneos de Sonia Delaunay. Como esses tecidos foram parar neste lugar, ainda não obtivemos resposta. Cogitamos a hipótese da ligação entre Sonia Delaunay e o Brasil ter ocorrido pelo viés da amizade entre ela e o poeta Blaise Cendrars, sendo que este realizou viagens ao Brasil visitando os estados do Rio de Janeiro e de Minas Gerais.

### **Sonia Delaunay e o Art Déco**

Sonia Delaunay inicia sua investigação sobre os tecidos quando teve a idéia de fazer para seu filho recém-nascido, em 1911, uma colcha de cama em *patchworks*, lembrando as que eram usadas pelos camponeses russos. Após o término do trabalho pareceu-lhe um arranjo cubista e, a partir de então, passa a aplicar o processo a outros objetos e às pinturas.

Em 1925, Paris é surpreendida pela Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas que ficou conhecida como estilo Art Déco, abreviação do termo *arts décoratifs*, na qual Sonia Delaunay participa. Essa exposição marca o advento desta tendência, sobre a qual existem divergências entre teóricos da história da arte se de fato constitui-se como um estilo próprio ou uma simples disposição lado-a-lado da produção advinda de diversos movimentos que ocorriam na Europa ao mesmo tempo, tais como Cubismo, Futurismo, Construtivismo, Bauhaus, além de absorver aspectos visuais da arte hindu, asteca, egípcia e oriental. A mistura de todos estes elementos sem respeitar a fundamentação teórica proposta pelos movimentos artísticos e a curiosidade acerca do exótico, daquilo que é originário de fora da Europa, deflagram as origens do Art Déco, reflexo do consumismo da burguesia francesa que enriquecera no pós-guerra.

Sonia Delaunay encontrava-se inserida neste contexto. Todos os aspectos até aqui levantados por nossa pesquisa levam-nos a crer que a designer em questão não se preocupou em constatar os elementos recorrentemente utilizados para transmitir a idéia de uma identidade brasileira e nem de construir sua própria representação baseada em experiências de vivência pessoal, já que não encontramos quaisquer registros de uma possível vinda a nosso país. E caso o tenha, ou simplesmente baseando-se nos relatos do amigo Blaise Cendrars, certamente teve a impressão de estar em casa, visto que os costumes da então capital de nosso país eram

---

<sup>5</sup> JOFFILY, Ruth. *O Brasil tem estilo?* Rio de Janeiro: Senac, 1999, p.16-17.

reflexo daquilo que era ditado em Paris. Ao longo de nosso estudo pareceu-nos que Delaunay encontrava-se mergulhada em suas pesquisas de cores e formas inseridas nas premissas do movimento orfista, ao qual tanto ela quanto seu marido, o pintor Robert Delaunay, fizeram parte, e aproveitando a febre pelo exótico difundida pelo Art Déco, conferiu a algumas de suas criações títulos que remetessem a 'Brasil', um país longínquo. Acreditamos que, desta forma, seria perfeitamente possível à designer atribuir ao mesmo conjunto de trajes nomes relativos a países africanos, por exemplo.

## **Conclusão**

Não podemos cair na inocência de limitar a “identidade brasileira” a um pastiche constituído por figuras de animais e plantas de clima tropical, imagem genericamente atribuída a qualquer país latino-americano, e nem acreditar que a representação de uma nacionalidade busca abranger todos os aspectos da realidade de sua população e belezas naturais. Pelo contrário, a identidade brasileira é um valor construído, utilizando-se de fragmentos dos dados supracitados, impondo-se sobre as demais camadas sociais daquele país. Seu objetivo não é enquadrar a população a valores pré-estabelecidos, tratando-se na verdade de uma estratégia mercadológica com objetivos de conquistar consumidores dos mercados externos ao nosso.

Acreditamos que a linguagem gráfica expressa nos vestidos de Sonia Delaunay, muito semelhante à dos trabalhos desenvolvidos no auge da Bauhaus e do modernismo em geral, não faz qualquer tipo de referência ao aspecto da cultura de nosso país. Pelo contrário: a “brasilidade” de sua produção resume-se ao título conferido a cada projeto, o que denota que não houve uma pesquisa de nossa cultura, mas apenas uma menção a um país exótico, ponto de vista próprio ao contexto cultural ao qual Delaunay encontrava-se inserida, o Art Déco.

## **Currículos**

Maciel, Andréa Gasparini.

Licenciada em Educação Artística com Habilitação em Desenho, pela UFES e bacharel em Comunicação Visual pela PUC/RJ. Concluído em 1990. Docente nos cursos: Design com Habilitação em Moda, FNMVV/ES, Confecção e Modelagem. CEET Vasco Coutinho, VV-ES e Curso Técnico Design de Interiores, SENAC-ES. E-mail: [andreamaciel@gmail.com](mailto:andreamaciel@gmail.com)

Magalhães, Lucas Albergaria de.

Lucas Albergaria de Magalhães é bacharel em Desenho Industrial com ênfase em Programação Visual pela UFES. Concluído em Out./2005. Mestrando em Artes Visuais pela USP. E-mail: [l\\_albergaria@hotmail.com](mailto:l_albergaria@hotmail.com)

## Referências

- BARNARD, Malcon. *Moda e comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. *Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- BRAGA, João. *História da Moda: uma narrativa*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- CARLI, Ana Mery Sehbe De. *O sensacional da moda*. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.
- CASTILHO, Kathia, MARTINS, Marcelo M. *Discursos da Moda: semiótica, design e corpo*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- \_\_\_\_\_, GALVÃO, Diana. *A moda do corpo o corpo da moda*. São Paulo: Esfera, 2002.
- DAMASE, Jacques. *Sonia Delaunay: fashion and Fabrics*. Londres: Thames and Hudson, 1997.
- GIAMATEI, Crícia. *Luzes refletidas entre Paris e São Paulo*. Disponível em <<http://www.usp.br/jourusp/arquivo/2004/jusp675/index.html>> Acesso em: 11 ab. 2007
- JOFFILY, Ruth. *O Brasil tem estilo?* Rio de Janeiro: Senac, 1999.
- LAVER, James. *A roupa e a moda*. São Paulo: Cia das letras, 2003.
- LEHNERT, Gertrud. *Historia de la Moda del siglo XX*. Barcelona: Könemann, 2000.
- LIPOVETSKI, Gilles. *O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- SEVCENKO, Nicolau et alli. *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, Vol.3, 2004
- URRY, John. Um olhar sobre a história. In: *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel Ltda, 1996.
- VILLAS-BOAS, André. *Porque a identidade nacional voltou a ser uma questão importante*. In: P&D Design 2000 - IV Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2000, Novo Hamburgo. Anais do P&D Design 2000 AEnD-BR Estudos em Design. Rio de Janeiro: Associação de Ensino/Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil, 2000. Vol.2, p. 809-816.
- \_\_\_\_\_. *Identidade nacional é invenção*. In: P&D Design 2000 - IV Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2000, Novo Hamburgo. Anais do P&D Design 2000 AEnD-BR Estudos em Design. Rio de Janeiro: Associação de Ensino/Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil, 2000. Vol.2. p. 791-795.