CAMINHANTES: ELEMENTOS CULTURAIS EM CALÇADOS.

WALKERS: CULTURAL ELEMENTS ON FOOTWEAR.

SOUTO MAIOR, Renata Fróes
Graduada em Design de Moda pela Faculdade da Cidade do Salvador
soutomaior@gmail.com

Resumo: Este artigo consiste na pesquisa a respeito da inserção de elementos da cultura local na criação dos sapatos brasileiros, tendo em vista a atual padronização dos produtos neste setor, levando em consideração seus impactos históricos, políticos, econômicos e sociais.

Palavras-chaves: Calçado, cultura, moda.

Abstract: This article consists in a research regarding the insertion of elements of local culture in Brazilian footwear creation, assuming the contemporary standardization of these products, considering its historical, political, economical and social impacts.

Keywords: Footwear, culture, fashion.

Discutir a inserção de elementos culturais nos produtos de moda brasileiros, em especifico os calçados, é essencial para a compreensão do setor, e seus desdobramentos. Para tanto é necessário observar a disseminação do hábito de calçar os pés no Brasil: antes da chegada dos portugueses não há registro do uso de calçados, ou similar, exceto por relato não comprovado do uso de sandália de borracha por índios do Norte. Quando aqui desembarcaram, os europeus usavam principalmente botifarras[1] e borzeguins[2], além de sandálias com tiras de couro utilizados por ordens religiosas (MOTTA, 2005). Quanto aos negros que para cá foram trazidos, também em sua maioria, andavam descalços.

---

[1] Bota de cano alto, reto ou virado.
[2] Calçados utilizados por oficiais de alta patente e pela nobreza portuguesa.

Nesta realidade o sapato adquire significados diversos: se para os índios, que sempre se negaram a usá-lo, tinham em seus pés livres o símbolo de resistência, era para o negro resultado oposto: o negro de pés no chão era escravo, e o sapato, símbolo de sua alforria, chegando a carregá-los nas mãos, uma vez que os pés, desacostumados, machucavam quando dentro das botas.

O que nos revela que, desde o início da adoção deste hábito no Brasil, o calçado foi símbolo de domínio cultural e poder, seja revelado pelo seu uso, ou, justamente, pela falta dele. Somam-se a isto significados universais agregados a este acessório, que chega a ser considerado o mais revelador de toda a indumentária: "os calçados (...) retratam desejos, intenções, personalidade, fetiches, sensualidade e até sexualidade. Os calçados revelam momentos históricos e políticos, tendências sociais, psíquicas, cultos e idéias" (NOVAES, 2006, p1). A sua escolha e análise, é, portanto, capaz de revelar aspectos da relação entre o usuário e sua realidade particular, suas relações pessoais, posicionamentos, etc.

Sob esta perspectiva analisa-se a falta de elementos de identificação com a cultura local na criação dos calçados brasileiros. As iniciativas nesta direção são poucas e isoladas, uma vez que a maioria dos produtos deste segmento disponíveis no mercado tem inspiração em tendências européias ou norte-americanas; quando trazem elementos de outra cultura, em geral, as trazem sob a perspectiva do *design étnico*[3] desenvolvidos por criadores europeus, ou seja, sob olhar estrangeiro; diante disso Eduardo Motta revela ainda que:

> Se até certa época, a falta de um desenho brasileiro era fruto de determinantes históricas, hoje é um flanco aberto, um descuido estratégico a ser reparado, empurrando perigosamente nossa produção para o segundo escalão da moda mundial (MOTTA, 2005, p161)

Ampliando a discussão para as questões econômicas relevantes nesta prática do domínio cultural, conclue-se que resulta no aprisionamento das possibilidades de expansão da indústria, uma vez que limita à cópia e a repetição das ditas "tendências internacionais" pesquisadas pelos birôs[4] de moda e compiladas a fim de traçar as rotas das criações nacionais, e também na consolidação do produto de moda brasileiro no mercado internacional, pois o torna desvalorizado na medida em que não acrescenta ou

---

[3] Entende-se por *design étnico* objetos com referências a um país, em geral disntinto de sua origem, como influências africanas ou orientais nas criações européias.

[4] Birôs de moda são equipes de pesquisa comportamental, iconográfica, que tem por objetivo prever os desejos do consumidor.

inova em aspectos necessários para o despertar do desejo de consumo no usuário estrangeiro, já habituado às linhas que permeiam o *design* de calçados brasileiros, que muitas vezes se resumem a releitura de coleções anteriores populares no mercado internacional.

Traçar caminhos às possíveis soluções de cunho cultural, na medida em que a valorização de elementos que permeiam o cotidiano e o imaginário através da arte, da religião e dos hábitos brasileiros, favorece também o discurso próprio e, consequentemente, a valorização de sua identidade, ou seja, seu conjunto de características que o tornam dessemelhantes a outro, e portanto, conferem singularidade à sua cultura, afirmando suas características próprias em detrimento das apropriações de culturas européias, norte-americanas, dentre outras; e também propor soluções à questões estéticas, colaborando com a auto-estima de um povo, para que deixe de se ver estrangeiro em seu próprio território, na medida em que passa a se reconhecer naquilo que o cerca, se faz necessário para colaborar junto ao desenvolvimento econômico do país.

Em uma sociedade caracterizada por influências diversas, como o Brasil, parece difícil identificar aquilo que se possa denominar identidade cultural, aquilo que é próprio da região e difere dos outros países, visto que na história da formação do país houve participação das mais diversificadas nações. No entanto, a busca da classificação e da origem de cada hábito do nosso cotidiano, termina por gerar um afastamento do sujeito com a sua história, uma vez que os povos que por aqui passaram não existem hoje da maneira que existiram ao deixar de legado determinadas contribuições de pensamento, ações ou tecnologias, e tem-se a impressão de inércia das ações, como se também o legado aqui deixado tenha permanecido tal qual no período de sua absorção ao cotidiano, o que a caracterizaria como elemento histórico, passado, não moderno o que não é incorporada por uma sociedade que se observa dinâmica.

A compreensão do modo de vida, logo da cultura, deve vir, portanto, da análise do conjunto dos elementos envolvidos, dentro de sua lógica própria, quebrando o conceito de “colcha de retalhos” nos quais os elementos não estabelecem uma lógica entre si (ARANTES, 1990). Faz-se claro então que o questionamento a este respeito não deve ser nunca “de onde veio?”, mas “como essas manifestações são apropriadas pela sociedade?”, pois é isto, e isto apenas, a que se pode chamar de identidade: esta forma única de interpretação. Saber de que forma este ou aquele elemento resistiu às passagens do tempo e às inovações tecnológicas as torna parte de um mecanismo, parte intrínseca de uma sociedade que não sobreviveria da mesma maneira sem este determinado

elemento, o que ao invés do padrão anterior, aproxima o sujeito de sua história, que é observada tal qual ela é.

Dentro desse contexto, analisar as escolhas no vestuário, os motivos que levam a optar por esta ou aquela cor, material ou modelagem, está permeado de significados pertencentes a uma, ou diversas culturas; logo, ao escolhe utilizar um terno, uma bata, camisetas com frases em inglês, o sujeito está, consciente ou inconscientemente, validando determinado modo de ação, como explicitado por Castilho e Martins:

> Como os demais discursos sociais a moda concretiza desejos e necessidades de uma época, circunscrevendo os sujeitos num determinado espaço de significação. Do erudito à cultura de massa, podem ser recuperados, por meio da moda, as identidades do sujeito, uma vez que a moda se constitui como um dos extensores do próprio ser humano, filiando-o a determinados discursos sociais que veiculam a sua visão de mundo (CASTILHO & MARTINS, 2005, p28).

Ou seja, é impossível vestir-se impunemente; ao adotarmos determinado modo de vestir estamos comunicando algo, gerando um discurso que pode ser próprio ou pode ser uma assimilação de um discurso que talvez venha a ser alheio à realidade do usuário. A moda, enquanto fenômeno, assume um caráter diferente do que é comumente associado, um discurso frívolo e fugaz, e assume papel ativo na afirmação de posicionamentos políticos, quando escolhe valorizar um discurso que seja condizente com sua realidade pessoal e regional; ainda que realizada apenas pelo meio de escolhas estéticas, que não contenham uma análise aprofundada, e portanto consideradas vazias, mas é importante esclarecer que mesmo estas escolhas superficiais estão carregadas de valores.

Muitos filósofos que escreveram sobre a Estética[5], ou Filosofia da Arte e da Beleza, definiram a Beleza de diversas maneiras: como um encontro da alma, algo que a alma humana reconhece proveniente da Beleza Absoluta, divina, tal qual supunha Platão[6]; já Kant[7] propôs uma teoria subjetiva, afirmando que a beleza não está no objeto, mas no sujeito que o observa e encontra uma identificação entre si e o objeto

---

[5] "A Estética é, então, uma espécie de reformulação da Filosofia inteira em relação à Beleza" (SUASSUNA, 2007, p26).

[6] Platão nasceu em Atenas, por volta de 427 a. C., discípulo de Sócrates e autor de obras clássicas como O Banquete, A República e Fédon.

[7] Immanuel Kant nasceu em Koenigsberg, na Prússia Oriental, e viveu de abril de 1724 a fevereiro de 1804. Considerado um dos maiores filósofos da era moderna, autor de obras como Crítica à Razão Pura e Os Progressos da Metafísica.

observado (SUASSUNA, 2007). Uma terceira teoria, a teoria plotínica[8], propõe ser a Beleza um reconhecimento entre almas:

> Para ele, a alegria que a alma sente diante de uma obra bela origina-se de que, diante dela, nós sentimos que estamos diante de uma chispa de outra alma humana; o artista colocou em sua obra uma fagulha, um brilho de sua alma, e a nossa, ao captá-la, se alegra porque aquele encontro é, de fato, um reencontro. (SUASSUNA, 2007, p65).

A Beleza é, portanto, o reconhecimento de si no objeto observado, seja através da comunicação com algo divino ou com um semelhante. Daí a importância da observação das questões estéticas do objeto, uma vez que a sua apreciação diz respeito não apeas ao conforto, ou à coerência com o que se acredita ser tendência de moda, mas a construção de um discurso de inserção do sujeito no seu próprio universo, gerando um diálogo mais direto com a realidade em que convive.

Também sob esse aspecto o modo comum de criação em sapatos se faz estrangeiro, não há reconhecimento, enxerga-se uma ilusória percepção do que talvez gostassem de ser. Assim como as tendências são importadas e impostas, absorve-se também o intimo do desejo, almejar uma realidade que se apresenta como superior na forma de modos de vida, objetos de consumo, transformações que ultrapassam até o território do corpo, e que em quase tudo difere à realidade brasileira.

Destaca-se portanto a importância da construção estética do objeto de moda como ferramenta de reconciliação entre sujeito e território, absorvendo-o da condenação de inferioridade, seja como brasileiro, seja como nordestino, a qual se apresentava como realidade, e livrando-se da verdade imposta de que a única melhoria será a busca de soluções distantes de si.

Referências:

ARANTES, Antônio Augusto. **O Que É Cultura Popular** – coleção primeiros passos. São Paulo, 14ª edição, Editora Brasiliense, 1990.

[8] Plotino nasceu em Licópolis, Egito e viveu de 205 a 270. Discípulo de Amônio Sacas e mestre de Porfírio. Assim como Sócrates, não nos legou nenhum livro.

ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz. **A Invenção do Nordeste e Outras Artes.** São Paulo, 3ª edição, Cortez Editora, 2006.

CASTILHO, Kátia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos de Moda:** semiótica, *design*, corpo. São Paulo, Ed. Anhembi Morumbi, 2005.

MOTTA, Eduardo. **O Calçado e a Moda no Brasil:** um olhar histórico. Realização Assintecal, 2005.

NOVAES, Gabriela Caldeira de Castro. **Os Sapatos ao Longo da Existência Humana e sua Contemporaneidade.** AntennaWeb – revista digital do IBModa, edição n2 – outubro de 2006, http://www.antenawev.com.br/edicao2/artigos/artigo4.htm disponível em 01 de abril de 2008.

SANTOS, José Luiz dos. **O Que É Cultura**, coleção primeiros passos. São Paulo, 9ª edição, Editora Brasiliense, 1996.

SUASSUNA, Ariano. **Iniciação à Estética** Rio de Janeiro, Ed. José Olympio, 8ª edição, 2007.

CURRÍCULO RESUMIDO: Renata Souto Maior é Designer de Moda, graduada pela Faculdade da Cidade do Salvador, Salvador-Ba, e trabalha com pesquisa e criação de sapatos desde 2007.