

O Diamante Negro de Gloria Coelho –inverno 2006

Por Mariana Rachel Roncoletta¹

Introdução

Através da Semiótica Estrutural Francesa, conforme proposta por Greimas e seus colaboradores pretendemos observar o *look* número 20 da coleção de inverno 2006 da criadora brasileira Gloria Coelho no intuito de compreender e identificar as similaridades com sua vida pessoal refletidas no trabalho profissional transmitidas ao enunciatário.

Identidade criadora

As modelos da Gloria são sempre muito jovens, andam mais devagar que as de outros desfiles. Movimentam-se lentamente. Lembro-me que a imprensa chegava a ficar irritada (o desfile demorava muito). E ela simplesmente afirmava: Eu quero que as pessoas ‘parem para olhar’ minha coleção, sugerindo o efeito de sentido no foco do objeto.

Suas criações são releituras-identidades, tanto na passarela como na loja. Ela sempre se inspira no passado histórico de reis, rainhas, personagens de outros séculos, filme de gladiadores e até o Harry Potter já contribuiu. Releituras de outros tempos, em outros contextos culturais, inspirações retiradas do tempo-espaço de ontem para passarela de hoje. Afinal ela passou sua infância num castelo gótico em Ilhéus (BA), segundo BORGES (sem ano :374). Essas mesmas inspirações trazidas para o mundo atual em materiais tecnológicos como o Neoprene são características do seu eu, e por consequência do seu trabalho. A releitura para Gloria Coelho é sua fonte de energia, seu caminho pessoal, seu diferencial.

Sempre existiu e existirão suas fantasias góticas, românticas, lúdicas com um pé no passado e outro no futuro. Ela também se ‘apóia’ muito nas

¹ Mariana Rachel Roncoletta, trabalho de Conclusão da Disciplina Desconstrução de Looks sob coordenação de Carol Garcia para o curso de Pós Graduação de Jornalismo de Moda e Estilo de Vida da Universidade Anhembi Morumbi em abril de 2006. Especialista em Moda, Comunicação e Marketing pela Universidade Anhembi Morumbi em 2004. Bacharel em desenho de moda pela Faculdade Santa Marcelina em 1992.

práticas esportivas, o uso do Neoprene, por exemplo. O contraponto de materiais (veludo com mousseline), cor (branco com preto) da coleção citada, proporções (longo com curto), gestualidade (meninas como calmas rainhas), composições pontuadas, volumes e intenções selecionadas geram contrastes significantes contemporâneos. *O supermercado de estilos* de POLHEMUS (1994:130). Tudo muito atual.

Gloria, como criadora de moda brasileira mistura as influências ao seu redor (do mundo e da história, como texto cultural) com seu eu inflado de desejos gerando um trabalho único, portanto também autoral. A releitura para ela é uma “estratégia de autoria”, segundo GARCIA (2005).

Observando suas criações vemos a aspiração (sua necessidade autoral) em transformar as mulheres em heroínas-guerreiras. Neste caso tudo está entrelaçado: usar da história da vestimenta como sua própria infância como identidade da sua *grife*.

Suas coleções são refletidas neste sentido. Suas clientes pressentem... se identificam com suas fantasias. São suas guerreiras do *streetwalk*. Mães, empresárias, enfim mulheres que escolhem optar pelo romantismo louco, *mixado*, difuso e complexo da atualidade. Suas verdadeiras heroínas!

A coleção: Diamante Negro - inverno 2006

Gloria Coelho se inspirou no período Barroco –Vitoriano² e em suas damas comportadas, nos babados, volumes (revistos principalmente nos casacos). Suas jovens recatadas mostram sensualidade versus sobriedade.

Em suas criações a marca sempre brinca com contrapontos plásticos capazes de traduzir (significar) sua criação:

² O mundo *fashion* (jornalistas, editores), erroneamente unificou esta tendência de moda mundial como Vitoriana para o inverno de 2005/2006. Muitos criadores se inspiraram no passado (história da moda), alguns no período barroco, outros no rococó e outros no vitoriano, outros ainda mesclaram diversos períodos.

. Cor: branco x preto – são as cores da coleção, acrescido de cinza e creme. Demonstram a austeridade da coleção, sem meios tons como nas telas de Caravaggio. *Um estilo tão expressivo, em seus efeitos de luz e sombra nas pinturas, quanto ornamental e opulento na arquitetura, buscando retratar a emoção humana.* BRAGA (2005:47).

Matéria prima: tecidos: leve x pesado – mousseline ou tule com veludo. Lã com cetim, um contraste de texturas visuais culminando principalmente no sentido do tato, acompanhado de outro contraponto: diferentes toques - suave x duro – os cintos de gorgurão acabados com pedrarias (cristais, pérolas e até metais). A sutileza da criadora nos detalhes acrescidos das simbologias históricas (suas referências) – são cintos de castidade que nos fazem desejar, sem poder tocar. A preciosidade do ser feminino se encontra também nas texturas e na austeridade sexual dos costumes de época.

. Formas: esvoaçantes x sutil A (longo ou curto) – os casacos em lã pesados e modelagem aberta entram em contraste com os vestidos de tule ou cetim em forma de baby-doll curtíssimos ou longos vestidos *balonê*. Suas intenções são claras: vestirem-se (agirem) como princesas, rainhas, meninas.

. Topologia: volume em cima x seco em baixo, ou vice-versa. Uma grande brincadeira de proporções e exposições. É o lado descontraído-construído³ da criadora revelado neste jogo.

. Assinatura: modernidade x história – as peças barrocas (camisas e casacos) recebem toques urbanos (bermudas de veludo e botas de Neoprene) como acabamento do *look*. Sua característica mais marcante, o mixar da história da moda como acontecimento contemporâneo.

. Gestualidade: sensualidade x inocência – as transparências das blusas de babados usadas com jeans ou com a estampa de ursinhos. Esta dualidade

³ Descontraído no sentido de brincar com as sobreposições como um jogo e construído no sentido de proporções geométricas dos *looks*.

vai além da criadora se encontrando direto com seu público alvo. Mulheres adultas a busca de uma fantasia de princesa, de um conto de fadas infantil.

Em muitos momentos estes contrapontos literalmente se complementam. É assim que uma verdadeira coleção deve ser: coerente com ela mesma, firme com sua marca. O *look* da Carol Trentine (analisado a seguir) traduz toda essa linguagem trabalhada pela criadora.

O *look*: Vinoria-no, Carol Trentine número 20

Este *look* em si é composto por uma menina de cabelo preso e maquiagem leve (inocência). A construção da silhueta alongada é quebrada pelo claro-escuro (de Caravaggio) das peças negras com a pele da modelo e a camisa branca (atenção na relação: proporção da bota curta com bermuda no joelho, um 'a jovem paira no ar'), parece que sua cabeça flutua sobre o corpo. Ela foi decapitada?

O ombro e pescoço são um único membro: o blazer é o membro, o corpo foi transformado pela roupa. A peça de veludo, gola alta com fechamento em zíper metálico dá o toque moderno.

O blazer tem referências históricas do período Barroco, traduzido na gola rufo, porém transformado pelo veludo numa releitura da própria gola, com outro caimento em outras proporções, em outro tempo, para outra cultura. A peça ajustada ao corpo de caimento impecável com bolsos laterais foi utilizada aberta (presa apenas pela gola) lembrando sutilmente a forma A dos trajes masculinos daqueles tempos e em completa harmonia com o *styling* do desfile.

Importante observar ainda em relação ao blazer: a própria peça é um simulacro de si mesma, já que como objeto real ela é ajustada ao corpo com volume apenas na gola, e foi apresentada aberta, optando por outra imagem (em formato de A).

A camisa de babados transparente de mousseline branca 'respira' entre o blazer de veludo negro, abrindo as portas para sensualidade (marca registrada da criadora). Também com gola alta e pequenos babados que acompanham o abotoamento da mesma, chegando aos punhos apresentados

abertos cobrindo as mãos da modelo pousada nos bolsos da bermuda. A camisa foi desfilada completamente abotoada até o pescoço, reforçando a austeridade versus sensualidade.

Quando vemos o *look* passar, fixamos o olhar na sobreposição de cintos com acabamentos duros e preciosos. Feitos de gorgurão: o primeiro com aproximadamente 5cm de largura, preto, concentra a pedraria (um mix de cristais e pérolas) em quatro linhas no sentido da largura, centralizados em apenas 20cm de toda faixa que cai quase até o chão, o segundo, localizado logo abaixo também com aplicação de cristais espaçados (uma tira fina que brilha por toda extensão da cintura) atraem o olhar para a região da mesma. Um símbolo de feminilidade aqui intocável. A sobriedade sexual de inspiração barroca - vitoriana reforça ainda mais sua presença.

A bermuda com modelagem seca, na altura do joelho com bolsos faca e cintura alta também de veludo em conjunto com a bota de Neoprene (material esportivo) de bico arredondado e cano até a canela são os artigos responsáveis pela contemporaneidade do *look*. A bermuda justa e a bota de Neoprene cortam o corpo mais uma vez. Primeiro foi o blazer que separou a cabeça formando 4 linhas distintas: cabeça decapitada, pescoço até os joelhos (comprimento da bermuda) dão um aspecto longilíneo ao *look*, um toco de pernas brancas (pálidas), e por último a bota do meio da canela até os pés.

Conclusão

Nesta coleção observada, em especial o *look* número 20, através dos formantes plásticos, das intenções e gestualidades da composição do *look* sobre a passarela podemos concluir que a criadora se comunica, estabelece vínculos com seu público através da criação. Seus sonhos transformados em realidade (em produto) carregados de significados são o suporte e a mensagem.

As mídias secundárias e terciárias, segundo BAITELLO (2005:20 apud PROST) ainda pressionam sua consumidora que se identifica (conscientemente ou não) com sua marca, com seu estilo, com seu próprio eu,

adquirem seu produto e não outro. Deixam-se levar pelas heroínas criadas no *catwalk* para se tornarem rainhas do *streetwalk*.

Com este processo o Sistema de Moda fecha seu ciclo: criador/mensagem – produto – mídia secundária/terciária – desejo de consumir – consumo – nova criação.

Bibliografia

BAITELLO, Norval Jr. **A Era da Iconofagia. Ensaios de Comunicação e Cultura.** São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BRAGA, João. **História da Moda.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

BORGES, Paulo. **O Brasil na Moda.** São Paulo, Caras, sem ano.

GARCIA, Carol. **Moda é Comunicação: experiências, memórias, vínculos.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

GOMBRICH, E. H. **A História da Arte.** Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1988.

POLHEMUS, Ted. **Street Style.** Londres: Thames and Hudson, 1994.