

**Cultura e criação: o gênio dionisíaco na obra de Lino Villaventura**  
*Culture and creation: the dionysian genius on the work of Lino Villaventura*

Ana Fabíola Pedrosa de Vasconcelos  
Pós-graduação Têxtil e Moda – EACH /USP – Brasil  
[anafabiolapedrosa@usp.br](mailto:anafabiolapedrosa@usp.br)

Vanessa Peixoto Cavalcante  
Pós-graduação Têxtil e Moda – EACH /USP – Brasil  
[vpcavalcante@usp.br](mailto:vpcavalcante@usp.br)

Antonio Takao Kanamaru, Prof.Dr.  
Pós-graduação Têxtil e Moda – EACH /USP – Brasil  
[kanamaru@usp.br](mailto:kanamaru@usp.br)

Resumo: O presente artigo aborda a criação de moda do estilista Lino Villaventura como reverberação de força, arte, cultura e potência criativa, por meio do imaginário estético dionisíaco do filósofo alemão Friedrich Nietzsche. Explora ainda questões imagéticas e referenciais do tecido e traça uma relação entre o trabalho de Lino Villaventura e poéticas que elevam o tecido a um potencial criativo.

Palavras chave: imaginário estético; criação; cultura.

Abstract: This article discusses the fashion creation of designer Lino Villaventura as reverberation of strength, art, culture and creative power, through the dionysian aesthetic imaginary of the German philosopher Friedrich Nietzsche. It also explores referential and imagery issues of textiles and draws a parallel between Lino Villaventura works and poetics that elevate the textile to a creative potential.

Keywords: aesthetic imagination; creation; culture.

## **Introdução**

Poder-se-ia dizer que no Brasil do período pré-colonial as índias “Sempre despidas, usavam o corpo como suporte de enfeites, signos e costumes.” (CHATAIGNIER, 2011). Ainda segundo a autora, com a chegada dos padres jesuítas e o início da catequização dos nativos, estes foram pressionados a cobrir as partes do corpo que os religiosos associavam ao sexo e à perversão.

A palavra moda, costume, provém do latim *modus*, palavra essa que expressa bem os costumes e hábitos de um determinado grupo de pessoas. O termo moda surgiu primeiramente na França moderna, sendo abordada pelo poeta e crítico alemão August Schlegel em seu ensaio *A Doutrina da Arte* (2007). O alemão afirma em tal

ensaio, que a moda vem da palavra gosto, e gosto é atribuído a quem não formou e elevou seu sentido artístico por meio de um estudo profundo, “mas àquele que sabe apropriar-se do que é agradável na arte, muitas vezes apenas de sua base agradável, em sua formação exterior.” (SCHLEGEL, 2007, p. 30). Schlegel ainda afirma que formamos o nosso gosto muitas vezes a custas do idêntico sentimento artístico; não adquirimos a habilidade de eleição e nem de julgamento por meio de reflexão autônoma sobre a nossa própria receptividade, mas por meio de um embotamento da mesma. Abordar tal questão do ensaio sobre a arte de August Schlegel abre para a presente descrição poética do estilo criativo do estilista Lino Villaventura, pois o poeta adiantou uma discussão importante sobre o termo moda como origem, uma vez que em seu ensaio, além de esclarecer a superficialidade ligada à sua origem, afirma que moda vai além da “paródia e caricatura de gosto público”, apontando exigências para algo de mais elevado. Mas, segundo Schlegel, o *conceito moda* em sua gênese é contrário à criação e ao conhecimento, onde a impressão da própria cultura acaba permanecendo na superfície, ou seja, a moda assim provém da dualidade entre o homem e suas origens, desde que o sujeito tenha sofrido influência externa sem ao menos ter o tempo de adaptar-se aos novos padrões.

A dualidade seria a não identificação do vestir com um a priori estético que vigore assim os costumes idênticos às origens do ser enquanto ser estético. Ou seja, o ser que vive e sobrevive na terra enquanto seu próprio código explorador e multifacetado de ideias provindas de um luminar mais profícuo e fértil. Que dirá, no caso, o brasileiro original, de suas riquezas naturais e abundância em todos os níveis, desde os ritos e relações com a própria terra. Esse desejo de renovar-se entre a disparidade de valores onde a natureza que, de um lado era respeitada pela própria natureza da necessidade de sobrevivência e a alta necessidade de ganância. Mas não seria isso um verdadeiro equilíbrio entre a natureza e seu desejo de renovar-se? A linguagem da moda seria nesse caso a mais perfeita confirmação de uma cultura que, ora se faz notar em termos de origem, ora se deixa levar por influências externas e imposições de escambos entre o mais sagrado da terra e quinquilharias supérfluas do velho mundo.

O homem não inventa a linguagem como um ser ociosamente contemplativo, mas como um ser que procura afirmar sua existência sob o ataque das forças físicas (SCHLEGEL, 2007, p.240).<sup>i</sup>

O homem tem uma capacidade quase inata de aperfeiçoar-se como espécie. No caso do presente estudo onde se aborda a questão da moda como um a priori estético, se faz importante frisar que a linguagem da moda nasce exatamente nesse limiar de um povo que se afirma por meio de seus velhos hábitos e padrões, e os padrões vindos de outro tempo. A linguagem da moda aperfeiçoa-se nessa força física entre as disparidades de forças antagônicas: no Brasil, o índio que foi influenciado pelo velho mundo, ficando muito claro a separação de tempo e espaço.

Para falar de moda e criação no Brasil é preciso, antes, contar um conto: que a cultura brasileira faz pouco caso da sempre invasão cultural em que ela própria deixa-se levar, como num canto de pássaro raro no meio do mato implorando para fazer-se ouvir – talvez tenha sido esse lampejo do artista compositor Villa-Lobos em seus instrumentos clássicos e universais.

Contar-se-ia, então, a história de um estilista que há muito surpreende nas passarelas do Brasil com sua autenticidade, beleza e inovação constantes, e seu sussurrar estilístico reverberando sempre à meia noite do São Paulo Fashion Week<sup>ii</sup> e alhures. Refere-se assim, à meia noite - não que os seus desfiles sejam à meia noite - porque a emanção do ápice da beleza se dá nas horas do limiar de um tempo para outro, do crepúsculo, do nascer do sol, ao nascer de um novo dia. Fazendo menção à cultura e ao entardecer, não poderia deixar de apresentar um exemplo poético de Guimarães Rosa: “outrarte o ouro esboço do crepúsculo” (2005, p. 38), o ouro do crepúsculo aqui quer dizer arte que nasce no crepúsculo e vai além, ou seja, é próprio do artista a cultura e o meio no qual se está inserido.

Lino Villaventura nasceu em Belém do Pará no ano de 1951, cearense de coração, e suas origens não negam sua imensa brasilidade nas cores terrosas e fartas; volumes assimétricos e ousadia estilística em sua composição dos tecidos e pedrarias, como se pode ver na figura 1. Segundo Araujo, “É da fugacidade recolhida pelos lugares por onde passa que extrai a seiva a ser transformada em imagens de emoção.” (2007, p. 19). Poderia chamá-lo de gênio da alta costura, mas como o brasileiro não faz parte do sistema da *Chambre Syndicale de la Haute Couture*<sup>iii</sup> parece mais adequado chamá-lo de gênio dionisíaco da moda brasileira.



**Figura 1:** Lino Villaventura – *Look* da coleção verão 1997/98  
**Fonte:** ARAUJO, 2007.

Por que “dionisíaco”? Porque, segundo o filósofo Friedrich Nietzsche, em sua obra *O nascimento da Tragédia* (2007), no dionisíaco, o homem experimenta-se, empenha-se a ser uno enquanto gênio da espécie, da natureza, ou seja, como uma sinfonia harmônica de formas diversas, de cores e volúpia presentes na cultura, junto com ideias remanescentes da alma e imanências. As marcas da originalidade salvas na marca Lino Villaventura são ressalvas de um direto e indireto vislumbre de aceitação quase imagética de um estilo que sobrecorre ao universal, onde a criação se metamorfoseia de ideias legitimando o homem varonil.

O gênio dionisíaco em termos estéticos é a própria conservação da espécie. Na moda, como exemplo, vemos um a priori linguístico fazendo-se notar em termos de força, criatividade e potência.

O filósofo da contracultura se referia aos gregos como cultura e força criativa, e os seus estudos referentes ao tema surgiram na época em que a Alemanha estava sendo influenciada pela cultura francesa no pós-guerra. Mas esse influenciar-se era criticado por Nietzsche pelo fato de existir um certo “afrancesamento” nos modos e costumes alemães – no caso seria uma moral escrava, onde se perde o sentido de

aprimoramento dos estados mais puros de vida e potência criativa. No presente escrito, refere-se à proposta nietzschiana da estética dionisíaca que não poderia existir sem a força oposta complementar apolínea que aparece como luz, força delimitadora e estilo.

Como poder-se-ia inserir a criação de Lino Villaventura ao imaginário estético dionisíaco descrito pelo filósofo Nietzsche? Primeiramente, é preciso deixar claro que o imaginário nietzschiano em termos de força e potência em seu estado mais puro influencia muitos artistas, que isso seja percebido ou não, ao retornar aos clássicos para tentar resgatar a cultura alemã na época do florescimento de sua filosofia no século XIX, onde não havia espaço para a simples repetição de um padrão habitual, e sim, o repouso de duas forças opostas e complementares: a dionisíaca e apolínea:

848 – Para ser clássico é necessário ter todos os dons e apetites fortes aparentemente cheios de contradição: mas de tal modo que eles andem juntos sob um único jugo (...). (NIETZSCHE, 2011, p. 421).

O reverberar dionisíaco só é possível em relação à força apolínea: que o instinto seja um pressuposto da razão, isso é o que mostra o imaginário estético nietzschiano. Nietzsche abordou a questão da arte como duas forças complementares: dionisíaca como sendo inerente ao ser e apolínea como expressão e delimitação da dionisíaca; longe de ser representação, em seu tratado essas duas forças eram complementares e potências criadora de vida.

### **O tecido como base estilística da criação**

O percurso que Lino Villaventura traça no contexto da moda brasileira deixa clara sua capacidade de potencializar o traje como suporte de uma poética. A favor da mulher que quer representar a cada coleção, o estilista explora os tecidos em suas várias possibilidades. Como explicitado por João Braga (2007, p. 9) “Lino sabe lidar com volumes como um escultor, sabe lidar com formas como um arquiteto, sabe lidar com texturas como um designer de superfícies e sabe lidar com cores como um verdadeiro artista plástico.”.

Suas habilidades no trabalho com o tecido evidenciam-se nas soluções formais de suas peças: nervuras que enriquecem a superfície garantem o movimento e volume de saias, barbatanas estruturam vestidos e geram superfícies tridimensionais, peles de animais e escamas de peixe são adicionadas às roupas, não somente por sua aparência, mas também como informação tátil e parte essencial do universo criado pelo estilista. Segundo Araujo:

A pesquisa de materiais e a coragem de desafiar sua técnica manual para criar novas e incomuns padronagens fazem do ateliê de Lino um verdadeiro laboratório de experimentos com pigmentação e manipulação de materiais a altas temperaturas. Artesanalmente, o estilista alimenta o espírito do alquimista, inventor de tramas e tonalidades (2007, p. 35).

Não há dúvida que uma parte importante da criação de Lino Villaventura refere-se às experimentações com as matérias-primas que podem compor suas coleções: o estilista brinca com os materiais, manipula e reinventa fórmulas, transforma o tradicional tafetá, a organza e a seda em suporte artístico e estilístico, como mostra a figura 2:



**Figura 2:** Lino Villaventura – *Look* da coleção 2007/08  
**Fonte:** ARAUJO, 2007.

Para um estilista, o tecido no processo criativo é um aspecto essencial ao desenvolvimento de coleção. Há estilistas que começam a pensar na coleção a partir do tecido, outros começam a partir do conceito, entretanto a criação dedicada à matéria-prima nem sempre se evidencia.

Apesar de parecer óbvio que tecidos são o suporte intrínseco da moda, a invenção, desenvolvimento e manipulação dos tecidos tem há muito tempo permanecido como a arte oculta da moda. Designers de moda escolhem tecidos por suas diversas e variadas qualidades (...) e são extremamente sensíveis ao comportamento do tecido ou o seu potencial de atingir uma silhueta desejada (BLACK, 2006, p. 6).<sup>iv</sup>

No caso de Lino, cujas superfícies das roupas são partes essenciais do processo de criação, pode-se dizer que o desenvolvimento do tecido, ou a arte oculta da moda, é levado ao primeiro plano em suas coleções, demonstrando que cada etapa do processo é essencial não somente como meio, mas também como solução evidente nas peças que compõem a apresentação de suas coleções.

A exploração do tecido, seja na moda ou na arte, evidencia não somente seus aspectos estéticos, mas também sua capacidade de comunicar, como dito por Gilda Chataignier (2006, p. 19) “Por meio de seus signos, o tecido utilizado em roupas, trajes, moda e utilitários é um dos mais fortes e antigos meios de comunicação.”. Portanto, pode-se considerar que o trabalho de quem desenvolve o tecido a partir de suas estruturas iniciais, sejam em termos da tessitura ou da definição de texturas, padrões ou cores, lida com escolhas de materiais, forma e estrutura que, em conjunto, irão comunicar não somente sobre os aspectos de um único trabalho ou coleção, mas também a respeito de todo um universo no qual o criador está inserido. Segundo Castilho (2006, p. 12):

O projeto de arquitetura da trama, a escolha e predisposição do fio para a organização e construção criativa do “tecido”, relaciona-se a um gerar permanente, a uma resignação perpétua, que elabora uma determinada textualidade e se apreende sensorialmente, perceptivamente, visualmente, utilizando todos os sentidos que garantam sua leitura e a possibilidade de ordenação de seus significados.

Vemos em Lino Villaventura a imagem de um artista que se expressa a partir de tecidos, volumes, estruturas e que leva ao máximo a potencia dessa expressão em

seus desfiles. O estilista é um dos poucos do mundo da moda que ousa dirigir os modelos para que na passarela se confundam com artistas em cena. Essa seria uma das maestrias de Lino, transformar tudo em arte, desde o processo criativo até o reverberar da criação em si: “O homem não é mais artista, tornou-se obra de arte: a força artística de toda a natureza, para a deliciosa satisfação do Uno-Primordial, revela-se aqui sob o frêmito da embriaguez.” (NIETZSCHE, 2007, p. 28).

### **Arte, efemeridade e tradição**

Considerando a obra de Lino como expressão artística, podemos aqui traçar um paralelo com outros artistas que potencializaram o tecido à geração de uma poética. Por exemplo, Hélio Oiticica com seus parangolés (1950-1960) rompeu com alguns paradigmas da arte, pois o mesmo almejava que o artista-leitor fosse em si mesmo o próprio fruidor da obra em sua potência viva e criativa. Não é surpreendente que o artista tenha se inspirado no filósofo Nietzsche para criação de seus parangolés, mais uma confirmação que o imaginário estilístico do filósofo que filosofava “artisticamente”, ficou impresso na alma de gerações, mas não era esse seu objetivo: o filósofo alemão queria seguidores que pudessem ir além de sua filosofia.

A complexidade da relação arte e moda por meio da visão histórica tem uma forte conexão e é mediada pela palavra estilo que abrange bem esses dois distintos e quase inerentes universos que se entrecruzam com frequência. No século XX e no início do século XXI alguns criadores associaram seus trabalhos às artes, de início Paul Poiret elaborou estampas com o fovista Raoul Dufy, e a artista plástica Sonia Delaunay, parceira de Robert Delaunay, que elaborou estampas geométricas e foi além da simples associação arte-moda passando por uma tríplice aliança ciência – arte – moda junto ao químico Chevreul. Também a ilustre Elsa Schiaparelli que associou seu trabalho ao movimento surrealista com criações oníricas e ousadas para época. Madame Vionnet que, inspirando-se na Grécia clássica, mais especificamente nos “quítions”, elaborou plissados e drapeados com tanta maestria quanto às mais sublimes mãos que moldaram os mármore antigos. Enfim o *pop art* de Warhol que inspirou outros estilistas de tecidos, e obviamente o Futurista que, percorrendo o caminho inverso criou roupas coloridas para homens, negando assim

o passado opressor do universo masculino. Não esquecendo o criador Balenciaga e Yves Saint Laurent, o primeiro inspirou-se na arte renascentista, enquanto o segundo no neoplasticismo de Mondrian. No século XX, a moda ganha definitivamente status de arte e conquista espaço em museus nos maiores centros artísticos como Paris, Londres, Florença e Nova Iorque, tornando possível a aparição de grandes estilistas ao lado de grandes obras. Como exemplo, Valentino que exibiu seus tradicionais vermelhos ao lado do “Davi” de Michelangelo na *Galleria dell'Accademia*, podendo provar que moda também é expressão de arte um assunto museológico.

A moda como forma de expressão de uma linguagem, vai sempre se esmerar no mundo da arte. Diga-se o próprio Lino Villaventura que em muitos desfiles discorrem implicitamente vários movimentos artísticos como representação da própria linguagem da moda em termos de cultura e autonomia criativa. A expressão dionisíaca reaparece assim como potência acalentadora de novos processos e tramas: estilo esse que leva ao imaginário romântico do homem de desejos, receios e com um quê de nostalgia.

### **Considerações finais**

Lino Villaventura permanece um dos motores culturais da representação estilística da moda brasileira e sua obra se destaca como trabalho estético e autoral por ser formada por tecidos, texturas, volumes e estruturas únicos. Este estudo inova por abordar a percepção da força dionisíaca como um fator de potência criativa e por reconhecê-la no trabalho de Lino Villaventura. O filósofo alemão F.Nietzsche contribuiu com o conceito de Dionisíaco nesse estudo por meio de tramas de tecidos, arte e ofício, mostrando que o trabalho do estilista é um constante *projetar-se a si mesmo* como cultura em termos de criação.

---

<sup>i</sup> “L’homme n’invente pas son langage como um être oisif occupé à Le regarder, mais comme un être qui, au milieu dês forces physiques qui Le contraignent, cherche à affirmer son existence.” (SCHLEGEL, 2007, p.240) (tradução livre).

---

ii **São Paulo Fashion Week** (SPFW) é o maior evento de moda do Brasil, o mais importante da América Latina.

iii Câmara Sindical da Alta Costura, uma instituição francesa criada em 1868.

iv Although it seems obvious that textiles are an intrinsic foundation of clothing, the invention, development and manipulation of fabrics has long remained the hidden art of fashion. Fashion designers choose fabrics for its many and varied qualities (...) and are extremely sensitive to the fabric's behavior or potential to achieve a desired silhouette (BLACK, 2006, p. 6). (Tradução livre).

## Referências

ARAUJO, J. **Lino Villaventura**. São Paulo: Cosac Naify, 2007. (Coleção Moda Brasileira.).

BLACK, S. (ed.). **Fashioning Fabrics**: contemporary textiles in fashion. London: Black Dog, 2006.

BRAGA, J. A ventura de Lino Villaventura. In: ARAUJO, J. **Lino Villaventura**. São Paulo: Cosac Naify, 2007. (Coleção Moda Brasileira.). p. 7-9.

CASTILHO, K. Apresentação. In: Chataignier, G. **Fio a fio**: tecidos, moda e linguagem. São Paulo: Estação das Letras Editora, 2006. p. 11-14.

CHATAIGNIER, G. **Fio a fio**: tecidos, moda e linguagem. São Paulo: Estação das Letras Editora, 2006.

\_\_\_\_\_. Algumas considerações sobre a história da moda no Brasil. **Textos do Brasil** (Moda) – Revista do Ministério das Relações Exteriores, Brasília, n. 18, 2011.

NIETZSCHE, F. **A gaia ciência**. São Paulo: Martin Claret, 2005.

\_\_\_\_\_. **A vontade de poder**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2011.

\_\_\_\_\_. **O nascimento da tragédia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

ROSA, J. G. **Primeiras Estórias**. São Paulo: Nova Fronteira, 2005.

SCHLEGEL, A. W. **La doctrine de l'art**. Paris: Klincksieck, 2007.