

# Roupas e outros trechos como construção de si: a (re)invenção da natureza brasileira<sup>1</sup>

Patricia Reinheimer<sup>2</sup>

## Resumo expandido

Diversas transformações na segunda metade do século XX influenciaram a transformação de valores e contribuíram para a reinvenção de identidades e estilos de vida. No Brasil, a indumentária representada aqui pelo trabalho da artista Olly foi essencial nesse processo.

Jovens e mulheres aparecem principalmente a partir da década de 1960 como categorias relevantes em termos de consumo e mercado de trabalho.

Na música a Bossa Nova projetou o Brasil internacionalmente e criou referências visuais de um tropicalismo moderno também em termos de comportamento. Ipanema e Copacabana são transformadas em metonímias dessa modernidade cultural com o apoio inequívoco da Bienal de São Paulo, do surgimento da Associação Brasileira de Críticos de Arte, vinculada à Associação Internacional de Críticos de Arte, parte da Unesco, e dos Museus de Arte Moderna (Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia e Belo Horizonte).

A “reprodutibilidade técnica” estetizou a vida cotidiana com o surgimento de novos dispositivos de reprodução de som e imagem como o LP de vinil, o projetor de slides de carrossel e o vídeo recorder.

Olly se integrou ao ambiente artístico carioca, a partir de Ipanema, onde morava, na década de 1950. Em 1962 foi ensinar pintura em tecidos no Instituto de Arte Contemporânea, em Lima. No ano seguinte, voltou para expor no The Art Center. Nessas viagens, visitou sítios arqueológicos e adquiriu peças de cerâmica e tecidos Paraca que

---

<sup>1</sup> Esse trabalho é resultado do projeto **Olly e Werner Reinheimer: moda, arte e política. Do arquivo pessoal ao patrimônio nacional**, financiado pelo edital Universal do CNPq. O projeto vem organizando o acervo do casal Olly e Werner Reinheimer que ficará disponível em formato eletrônico através do endereço <http://r1.ufrj.br/olly/index.php/>

<sup>2</sup> Professora de Antropologia do Departamento de Ciências Sociais - UFRRJ

serviram de influência em seu trabalho principalmente na estilização dos pássaros e peixes aproveitados em tecelagens e xilogravuras aplicadas ao tecido.

Em 1966, expos na Pinacoteca do Museu de Arte de São Paulo, MASP<sup>3</sup> 40 peças de

inspiração pré-colombiana. A artista diz que a ideia inicial foi do diretor do museu de arqueologia local, em Lima. O próprio MASP tinha uma coleção de objetos pré-colombianos e em 1978, a *Fundação Cultural Ema Gordon*



Figura 1: amostra de estamparia.  
Referência Olly- PACA-0050-B do Arquivo Olly e Werner Reinheimer

Figura 2: Vestido doado por Maria Luíza Leão à autora em 1998.  
Referência Olly-PACT-24 do Arquivo Olly e Werner Reinheimer

*Klabin* inaugurou também com uma coleção desses objetos. Olly fez parte de sua formação na fábrica Klabin. Provavelmente teve contato com essa família de imigrantes lituanos. No entanto, mais importante do que saber dos contatos de Olly, nesse caso, é saber que esse era um tema em voga naquele momento.

Colecionar peças pré-colombianas constituía

uma forma de distinção valorizada como parte de um acervo artístico e científico que procurava construir a totalidade latino americano em oposição à europeia. É importante lembrar que até a década de 1980, as discussões sobre nação e nacionalismo ainda estavam fundadas na ideia de homogeneidade e totalidades física e culturalmente delimitadas entre si.

<sup>3</sup> MROW-G 26, MROW-G 25 e MROW-G 07. As referências utilizadas nas notas de rodapé desse ensaio dizem respeito ao **Arquivo Olly e Werner Reinheimer** que vem sendo organizado e digitalizado e estará brevemente disponível no endereço: <http://r1.ufrj.br/olly/index.php/>

Desde 1956, a Fundação Bienal de São Paulo tentava apresentar peças de povos pré-colombianos. A primeira tentativa foi com a arquitetura mexicana pré-hispânica, mas só em 1963, na VII Bienal de Arte de São Paulo é que uma mostra de peças do período pré-colombiano de diversos países americanos foi realizada. O resultado da mostra foi a posterior constituição do Museu de Arte e Arqueologia da Universidade de São Paulo, mais tarde renomeado Museu de Arqueologia e Etnologia - MAE (Maziero, 2015).



Figura 3: vestido da linha carajá. Referência Olly-SI-045 do Arquivo Olly e Werner Reinheimer

Em 1969, Olly apresentou no MAM do Rio de Janeiro, uma coleção de roupas em um *happening* com fotografias de David Drew Zing; ambientação de Pedro Sayad; coordenação geral de Karl Bergmüller, da Bauhaus e da Escola de Desenho Industrial; joias de Pedro Correia de Araújo; música de Rogério Coimbra, com as manequins Lúcia Lemos, Maria Teresa, Patricia Niemeyer, Tania, Eunice Araújo e Márcia Rodrigues. Foram apresentados tecidos pintados e serigrafados que usavam como referência elementos naturais da fauna e da flora brasileiras e estampas inspiradas na pintura corporal e nas bonecas dos índios carajá<sup>4</sup>. A exposição inaugurada com música “eletrônica”<sup>5</sup> teve a apresentação de modelos que desfilavam com movimentos estilizados sob a projeção de imagens diversas (infelizmente em nenhum lugar se mencionou que imagens foram mostradas).

Em entrevista sobre a exposição Olly declarou: “*Eu sou brasileira, e o que me importa mais divulgar no estrangeiro são as cores, as formas e o espírito eminentemente brasileiro. Nesse ponto, meus vestidos inspirados nos bonecos dos índios carajá são os mais importantes desta mostra. Os que lembram flores e pássaros são representativos enquanto coisa tropical e agradam sempre, mas há outros países tropicais. Os carajá não: é Brasil puro*”<sup>6</sup>. Trata-se de uma releitura das apropriações indígenas influenciadas pelo romantismo, mas agora não se tratava mais de um índio abstrato, ainda que o grupo ganhasse representação a partir das escolhas de uma



Figura 4: Licocó, boneca em cerâmica, carajá. Referência Olly-SI-1044 do Arquivo Olly e Werner Reinheimer

<sup>4</sup> MROW-G 31

<sup>5</sup> Por oposição à música “ao vivo” e não como um estilo.

<sup>6</sup> MROW-G 38

artista branca de ascendência europeia. No vernissage, um tecido branco foi usado para que as pessoas assinassem e comentassem a exposição. Ali se lê em vermelho: “Brésil, je t’aime”.

Um recorte de jornal do ano seguinte apresenta Duda Cavalcanti com uma roupa da linha carajá<sup>7</sup>. O filho da artista comentou o sucesso da coleção: “foi uma paixão, todo mundo queria uma roupa com pintura carajá. A casa vivia cheia depois dessa exposição”<sup>8</sup>.

Produzir nessa encruzilhada entre arte e moda não foi sempre simples. Olly reclama, por exemplo, da forma como sua exposição em uma galeria de São Paulo foi tratada. Segundo ela, outros artistas que lá expuseram puderam modificar livremente a galeria para expor seus trabalhos, enquanto a ela foi vetado o uso de pregos para pendurar suas coisas. Conta também que quando mostrou sua pintura sobre tecido a Lazzarini, este recusou o rótulo de pintura por não estar em uma tela com chassis. Conhecer algumas dificuldades vividas por ela contribui para percebermos como as convenções limitavam na época um campo que estava se construindo para assumir a ruptura como cânone, ou seja, como a cooperação em sua forma negativa (Becker, 1982) influía nas transformações do mundo artístico da época.

Descrevi duas coleções que assumem mais explicitamente o discurso de uma identidade fundada na ideia de primitividade e ancestralidade para enfatizar essa dimensão no trabalho de Olly. No entanto, a vinculação de seu trabalho com os elementos a partir dos quais se imaginar o Brasil – as cores, a luz, o mar, o céu, o horizonte e o pôr do sol – aparece nos tecidos cujo elemento principal é a cor e que, no discurso, são vinculados a manifestações populares como o bumba-meu-boi, à fauna e à flora, brasileiras.

Em Ipanema, principalmente a partir da década de 1950 teve início a construção dos valores de uma contracultura que teve seu apogeu na década de 1960 e resistiu até o começo da abertura, no final da década de 1970 (Castro, 1999).



Figura 7: referência Olly-DIA-009 do Arquivo Olly e Werner Reinheimer, s/d.

<sup>7</sup> MROW-G 39. Em depoimento a autora, em 2015, Duda disse ter usado o vestido no Festival de Cannes.

<sup>8</sup> Depoimento concedido a autora em 1998.

Os valores das décadas de 1950 a 1970 se constituíram a partir de uma mistura de grupos étnico distintos, sem a predominância aparente de nenhum deles. Entretanto, um grupo profissional aparece como principal responsável pelas transformações nos valores a partir dos objetos que compunham a dimensão mais visível daquela nova mentalidade, os designers – principalmente de móveis, joias, indumentária, interior e o design gráfico. Ainda que nem todos fossem classificados como designers, todos trabalhavam a partir de um projeto original tendo a multiplicação limitada, ou não, de seus produtos como horizonte ideal de comercialização dos mesmos.

A nova linguagem gráfica que incluía capas de discos, livros e revista (a revista *Senhor* sendo a mais paradigmática – de março de 1959 a janeiro de 1964<sup>9</sup>), mas também o uso dos asteriscos como substituição aos palavras, que passaram a fazer parte da linguagem corrente, como mais uma forma de fugir às convenções morais de bom comportamento (Castro, 1999).

Caio Mourão, por exemplo, além de designer de joias internacionalmente reconhecido, integrou com Jaguar e Bea Feitler a editoria de arte da revista *Senhor*, chefiada por Carlos Scliar e Glauco Rodrigues. Essa revista foi uma das responsáveis pela reformulação da relação entre texto e imagem que iria resultar em novos padrões visuais na arte gráfica. Bea Feitler depois foi diretora de arte da *Harper's Bazaar* e influência declarada (no documentário “A vida através das lentes”) da fotógrafa Annie Leibowitz. Juarez Machado, desenhou joias para Caio Mourão e também vitrines de lojas, selos, roupas, rótulos de embalagens e, na década de 1970, ficou conhecido pelo quadro de mímica que fazia no *Fantástico*. Márcio Mattar, ex-aluno de Caio Mourão, tornou-se designer de joias.

Só em Ipanema, pode-se enumerar uma série de lojas de móveis que transformaram o ambiente cotidiano dos cariocas. Em 1955, Sérgio Rodrigues (1927-2014) inaugurou a *Oca*, na praça General Osório. A *Oca* servia de sala de espera para seu vizinho, o *Teatro de Bolso*, de Silveira Sampaio (1914-1964). Nela, Sérgio Rodrigues produziu a “poltrona mole”, que ele inventou e pela qual foi premiado, em 1957. Nos anos 40, o português Joaquim Tenreiro, que chegara ao Rio em 1928, abriu uma loja de móveis em Copacabana e transformou-a em galeria de arte, apresentando nomes como Volpi, Goeldi, Scliar, Dacosta, Serpa e outros. Por sugestão de Sérgio Rodrigues, em 1959 mudou a loja para Ipanema. Na mesma região, outras lojas de design de móveis eram a loja de Emeric

---

<sup>9</sup> Não confundir com a que foi editada pelo grupo São Paulo, em meados de 70.

Macier, a de Chirstian Roule e a Meia-pataca, também de Sérgio Rodrigues, era a versão mais popular da Oca.

Através das revistas de decoração podemos ter uma ideia das transformações suscitadas pela ênfase na fauna e na flora tropical e/ou brasileira, assim como pela revisão do romantismo para incluir nele não mais necessariamente a ideia de uma identidade nacional brasileira, mas a ideia de uma modernidade aliada ao primitivismo. O termo *rústico* apareceu nesse período como uma alusão à mistura de modernidade e primitivismo.

Em 1966, o primeiro número da revista *Interior e Decoração* apresentava no editorial seu objetivo: “*despertar e desenvolver o gosto, aprimorar a habilidade de escolher e aumentar a firmeza de decisões do leitor*”. Rejeitando a noção de valor econômico, investia na estética como critério de distinção fundado na interioridade: “*Não é dirigida a determinado nível de orçamento, pois, basicamente, o chamado bom gosto tem pouco a ver com os preços caros. E sim com a faculdade de reconhecer as diferenças entre as formas belas e formas vulgares, entre as combinações harmoniosas ou não de cores e entre um agrupamento apropriado ou não dos elementos de decoração*”<sup>10</sup>.

Nas fotos, percebe-se que a principal referência para a decoração ainda era a Europa. Tanto as imagens, como a grafia do português apresentavam anglicismos e francesismos: no *living* a “lâmpada a óleo da época de Carlos X”, completava o ambiente francês, exposto no *Design Center de New York*, com peças do período Luís XIV, agradável para passar o *week-end*. Os ambientes apresentados ainda são de museus e filmes que remetem à Europa e aos EUA. Assim, o trabalho de Cecil Beaton em *My fair lady* é apresentado como um exemplo de ambiente romântico, na reprodução de um artigo publicado pela *American Caxon Institute*. É ainda um designer americano, George Nelson, que é apresentado como exemplo de interior moderno pelas linhas retas e aproveitamento de espaço.

O apartamento de Olly é apresentado como exemplo de decoração de interior. Destoando dos outros ambientes, o apartamento é apontado como exemplo de “simplicidade e bom gosto”. A sala, dois quartos e o corredor foram mostrados em dez fotos distribuídas em cinco páginas. As coisas expostas remetiam à ideia de origem e primitividade: o moedor de café antigo, o pilão de madeira carcomida pelo tempo, um ferro provavelmente do

---

<sup>10</sup> MROW-G-80

século XIX, peças pré-colombianas e plantas compunham os diversos ambientes apresentados na matéria. Um quadro Cusquenho, por exemplo, é denominado “arte cusquenha primitiva”. “Uma arca e uma mesa mineira” remetem sem mencionar, ao mesmo tempo, ao modernismo brasileiro de Mário de Andrade e Tarsila do Amaral e ao primitivismo brasileiro do qual esse modernismo se nutriu. “Um colchão forrado com tecido rústico”, “uma cadeira antiga” e “uma mesinha de centro de Gonçalo-Alves” são mencionados. Parece relevante que a madeira seja nomeada: Gonçalo-Alves é uma árvore - *Astronium fraxinifolium* - originária do cerrado.

Os termos rústico, antigo e primitivo compõem o léxico de apresentação da casa da artista. Os “quadros abstracionistas” de Krajberg, Gamarra e diversos outros artistas transformam o sentido dos termos citados em signo de distinção, identidade e ancestralidade em oposição aos possíveis sentidos de pobreza, destituição de cultura ou conhecimento muitas vezes implícitos na noção de primitivo. É dessa mistura de sentidos que se destaca a “originalidade” da artista em sua maneira de compor o ambiente e, em um passe de mágica, passa-se de sua forma particular de decoração para a generalização da ideia de “originalidade” na totalidade dos artistas: “*a qualidade dos quartos e objetos de arte empregados na decoração dá o toque de originalidade, que geralmente caracteriza as residências de artistas plásticos*”.

Treze anos depois, a revista *Casa e Decoração*<sup>11</sup>, traz a chamada de uma de suas principais colunas: “*umas pitadas generosas de peças de artesanato típico brasileiro. Com essa receita do arquiteto Paulo Terra, é possível conseguir mais que uma decoração um habitat*”. “*Um habitat bem brasileiro*”. “*Diz-me como moras que te direi que és*” é como começa a coluna sobre a decoração de Paulo Terra. Na propaganda da página que encerra a reportagem, Óleo de Peroba se vende com a chamada “*A natureza viva em sua casa*”, “*para conservar a beleza, a nobreza e proteger através dos anos*”. A ideia de uma natureza viva em sua casa remete ao mito fundador do Brasil descrito por Marilena Chauí (2001), o paraíso terrestre.

A nação surgiu nas primeiras décadas do século XX, principalmente, a partir da constituição de um patrimônio histórico, geográfico e artístico, como dimensão integradora da sociedade nacional. Nesse processo, as criações culturais de povos autóctones como distintivas da brasilidade – assim como de diversas outras identidades

---

<sup>11</sup> MROW-G-82

nacionais<sup>12</sup> – foram na segunda metade do século incorporadas às representações de uma natureza nacional não somente através valores, mas como matéria-prima para confecção de objetos e também como objetos de consumo. A complexa relação entre natureza e cultura aparece aqui como uma forma de constituir a particularidade brasileira aliando-a a outras produções culturais autóctones que despertavam intenso interesse das ciências: as culturas pré-colombianas e os povos indígenas brasileiros como objeto da antropologia, da arqueologia e da história.

O material usado por esses povos para produção de seus objetos de uso – cerâmica, madeira, lã, algodão – é exaltado como parte de uma natureza cuja nobreza se constrói em oposição à industrialização. Usar esses materiais para projetar móveis, interiores, roupas, joias era criar o novo a partir de valores que, ainda que levassem a indústria em consideração, se afastavam da indústria de massa. Surgia daí um processo dialético de construção entre os objetos, seus criadores e seus consumidores. Esses objetos ao mesmo tempo que eram construídos de atores sociais constituíam as subjetividades desses atores vinculando-os a um pertencimento, paradoxalmente, regional e artístico.

Viver em uma casa com móveis “rústicos”, com plantas “nativas” brasileiras e com objetos que remetessem ao mesmo tempo às ideias de modernidade, funcionalidade e simplicidade era construir-se como autêntico, moderno, criativo e brasileiro. Essa “brasilidade”, foi nesse período, uma construção em grande medida empreendida por estrangeiros de primeira ou segunda geração, como Olly, Joaquim Tenreiro, Norman Westwater, Rubem Gerschman, entre outros. A valorização dessa natureza, das cores que ela apresentava como referências à juventude, aos esportes e à comunicação estavam presentes também em músicas, roupas, na ênfase na praia – o Posto 9, as dunas do barato -, no teatro e no cinema. A Bossa Nova e o Cinema Novo foram nesse sentido importantes agentes de legitimação desses valores.

O Ministério das Relações Exteriores patrocinou diversas exposições de Olly, no Brasil e em outros países. No entanto, não se pode falar em uma intenção sistemática de construção de símbolos de nacionalidade quando o campo artístico se constituía no Brasil, na Europa e nos EUA a partir da rejeição aos pertencimentos<sup>13</sup>. Mas em um mercado artístico – artes visuais, música, cinema etc – que se internacionalizava rapidamente a

---

<sup>12</sup> Ver Reinheimer (2007), onde faço uma discussão sobre a Identidade nacional como estratégia política.

<sup>13</sup> Ver Reinheimer, 2014.

particularidade nacional ainda era a melhor estratégia, especialmente para a obtenção de patrocínio governamental – tanto a Associação Internacional de Críticos de Arte, como a própria UNESCO da qual a AICA era membro, se organizavam em divisões nacionais.

Deve-se assim levar em conta a participação de diversos agentes e agências consagrados na transformação do trabalho de Olly em arte. Entravam nesse processo de produção da crença (Bourdieu, 2004) não somente os objetos e as performances produzidos por ela, mas também os discursos elaborados sobre ela e sua produção com objetivos variados de projeção do trabalho no Brasil e no exterior e de obtenção de recursos. O período de sua atuação foi marcado por fenômenos de escalas bastante distintas independentes, mas ao mesmo tempo interdependentes: a transformação interna dos valores da produção e do produtor artístico, o surgimento de novas instituições artísticas e a internacionalização desse campo através principalmente do surgimento da Bienal de São Paulo e da Associação Brasileira de Críticos de Arte, vinculada a seção internacional dessa Associação – AICA. Esses três fenômenos se interligavam na imprensa impressa vinculadas, de diversas formas, a agentes relacionados seja às instituições de arte, seja à crítica de arte.

Em 1961, um de seus trabalhos foi displicentemente colocado como ilustração de uma coluna que falava sobre o expressionismo alemão e sua expansão pelo mundo devido à Guerra<sup>14</sup>. É interessante o paradoxo de se apresentar no mercado artístico como brasileira e com uma produção relacionada à natureza – no sentido lato – brasileira, mas ser constantemente apresentada como alemã radicada no Brasil. Olly, como alemã, contribuía ao mesmo tempo para retirar da condição de simples exotismo a arte brasileira fundada na “natureza” e elevar essa mesma natureza à condição de “cultura”, “civilização”, reforçando a ideia de indivíduo criador liberto de laços de pertencimento – nacional ou étnico<sup>15</sup>. O tema do fenômeno artístico no Brasil das décadas – 1950 a 1970 – não foi simples nem linear e precisa ser investigado a partir das diversas escalas em que se inscreve, levando em conta o paradoxo da universalidade autodeclarada e do regionalismo institucional.

Até que ponto podemos pensar que nossas identidades/mentes estão distribuídas entre os diversos objetos que nos circundam e nos constituem? A ideia é fascinante, mas para levar

---

<sup>14</sup> MROW-G 02

<sup>15</sup> Está implícito nesse processo também a ideia de assimilação que esteve presente no imaginário brasileiro durante toda a primeira metade do século XX no pensamento, por exemplo, de Silvio Romero.

em conta essa possibilidade precisamos considerar em que contexto foram criados, a partir de que concepções e posicionamentos políticos. Atribuir agência ao mundo material não pode ser uma forma de retirar a intencionalidade e a responsabilidade das pessoas (Macdonald, 2006).

As roupas de Olly eram nesse contexto apresentadas como dimensões constitutivas de um tipo de personalidade – criativa, inteligente, sensível, moderna, jovem (termos que aparecem espalhados nas colunas que tratam de suas criações) – remetendo às vezes ao pertencimento nacional, às vezes ao domínio da criação universal. Se tomarmos a ideia de pessoa distribuída (Gell, 1998), podemos pensar esses objetos de indumentária como portadores da dimensão objetiva dessa identidade, o *mana*, ou seja, a dimensão compartilhada (Mauss, 2003) daquela personalidade. No entanto, a roupa não construía somente a identidade de Olly, mas também a daquelas pessoas que a portavam. Ao adquirir uma roupa de Olly, portava-se consigo o *mana* da própria produtora, no corpo.

É assim que a artista Maria Luíza Leão descreveu, em 1998, a sensação diferencial de usar uma roupa feita por Olly: *“Essas duas roupas que ainda tenho eu comprei quando comecei a namorar meu marido. Na década de 1960. Eram roupas que eu me sentia diferente. Sabe aqueles vestidos que dão sorte? Aquele vestido que cada vez que você põe você se sente bem e que as coisas dão certo. A coisa é fantástica. O vestido pode ser usado de frente e de costa. Tem um lado que é laranja e um que é mais fechadinho. Então conforme meu mood, eu usava um ou outro. O outro acabou por que era de uma fazenda muito fininha. O outro era azul, muito bonito”*<sup>16</sup>.

Daniel Miller (2013) critica o julgamento da roupa – e aqui podemos ampliar a crítica a outros objetos de uso mais ou menos pessoal – como superficialidade por essa concepção ser devedora de uma “ontologia da profundidade”. A partir dessa noção, seríamos pessoas “interiorizadas”, cujas personalidades se constroem nas profundezas de nosso ser. Assim, as roupas e tudo aquilo que fica literalmente à superfície é considerado “mera” aparência e, portanto, descartável. Sua crítica se refere à confusão entre a metáfora da profundidade do ser e a literalidade da superficialidade das roupas. Para Miller (2013), as roupas não representam as pessoas, elas as constituem.

Se levarmos em conta que não existe um amago, um cerne da pessoa a que se chega depois de retiradas as superficialidades, como as roupas e os acessórios, chegamos a um

---

<sup>16</sup> Depoimento à autora em 1998. A roupa que ela descreve é a apresentada na figura 2.

processo constante de construção de si na relação com os objetos, roupas e acessórios, mas também com todos os outros objetos com os quais optamos por nos rodear. Se observarmos os discursos sobre as roupas de Olly e também sobre decoração em relação aos diversos nomes aqui mencionados, assim como ao desenho gráfico, veremos que se trata menos da preocupação em seguir tendências ou estilos e mais na construção de uma estética baseada em como combinar roupas, acessórios, mobiliários etc., assim como uma preocupação com uma forma específica de estruturação do espaço doméstico. Como se relacionar com o espaço – em suas diversas acepções – parecia ser a tônica dessa transformação.

Classificar determinadas cores associando-as a fenômenos da natureza, considerados signos de brasilidade era também atribuir aos objetos construídos a partir desses discursos agência capaz de constituir subjetividades ao mesmo tempo modernas e joviais, tanto no sentido cronológico como no da capacidade de se adaptar às novas exigências<sup>17</sup>. A relação com a natureza, esse espaço físico e conceitual que nos engloba, se dava a partir dos materiais “naturais” – Olly só trabalhava com algodão em plena época da Rhodia e dos tecidos sintéticos –, mas também das cores. A mulher, categoria social mais próxima da noção de natureza, por oposição ao homem relacionado à cultura, era a principal consumidora desses produtos, mas também produto desse contexto de reformulação dos valores acerca da natureza.

---

<sup>17</sup> Diversos entrevistados mencionam a jovialidade de Olly. Um exemplo é Sérgio Campos Mello: “Ela era 18 anos mais velha que eu, mas nossa diferença de idade não transparecia no dia a dia. Ela era de uma juventude incrível. Não aparentava sua idade de jeito nenhum. Em uma conversa ela puxava alguma coisa de dentro da bolsa e começava a costurar ou a tecer. Ela estava sempre produzindo” (1998)

## Referências Bibliográficas

ANDERSON, Benedict. *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso, London-New York, 1983.

Becker, H.S. *Art Worlds*. Los Angeles, University of California Press, 1982

BOURDIEU, Pierre e DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife. Contribuição para uma teoria da magia. In *A produção da crença. Contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Editora Zouk, São Paulo, 2004 [1975].

CASTRO, Ruy. *Ela é carioca. Uma enciclopédia de Ipanema*. Companhia das Letras, São Paulo, 1999.

CHAUÍ, Marilena. *Brasil: Mito Fundador e sociedade autoritária*. Editora Fundação Perseu Abramo. 2001

GELL, Alfred. *Art and Agency. An Anthropological Theory*. Oxford: Oxford University Press. 1998.

Heinich, Nathalie. *Le triple jeu de l'art contemporain*, Les Éditions de Minuit, 1993.

HOBBSAWM, Eric. *Era dos Extremos. O breve século XX. 1914 - 1991*. 2005 [1994]

MACDONALD, Sharon. Words in stone. Agency and identity in Nazi landscape. *Journal of material culture*. Vol. 11(1/2): 105–126. 2006

MAUSS, Marcel. 2003. Ensaio sobre a dádiva In *Sociologia e Antropologia*. Cosac y Naify, São Paulo. [1922]

MAZIERO, Dalton Delfini. *A Arte Pré-colombiana nas Bienais de São Paulo: Um referencial para nossa identidade cultural (1951-2003)*. Acessado em 27 de fevereiro de 2015. [http://www.arqueologiamericana.com.br/artigos/artigo\\_07.htm](http://www.arqueologiamericana.com.br/artigos/artigo_07.htm)

MILLER, Daniel. *Trecos, troços e coisas. Estudos antropológicos sobre a cultura material*. Zahar, Rio de Janeiro, 2013

REINHEIMER, Patricia. Identidade nacional como estratégia política. *Mana* vol.13 no.1 Rio de Janeiro. Abril, 2007

Zolberg, Vera. Incerteza estética como novo cânone: os obstáculos e as oportunidades para a teoria da arte. *Dossiê artes e humanidades. Ciências Humanas e Sociais em Revista, Seropédica* v31 Janeiro/junho, 2009.