

O CENÁRIO DA PRODUÇÃO DE MODA AUTORAL EM BELÉM- PARÁ

The setting of authorial fashion production in the city of Belém-Pará-Brazil

Maia, Maria Felicia Assmar; Mestre; Faculdade Estácio do Pará,

feliciaassmarmaia@hotmail.com¹

Resumo

O presente artigo é o resultado de uma pesquisa sobre o cenário da produção de moda autoral na cidade de Belém-Pará e a trajetória de construção dessa moda que está associada à realização de eventos de moda na região, pois esses tiveram o condão de criar uma “cultura de moda”, fortemente alimentada pela criatividade dos designers locais. O estudo parta de pesquisa de campo sobre a produção artesanal na região metropolitana de Belém, e segue desvendando a trajetória de construção da moda autoral na cidade, evidenciando que a realização de eventos também contribui para a profissionalização do setor.

Palavras-chave: moda autoral; artesanato; eventos de moda.

Abstract

This article is the result of a survey on the scene of authorial fashion production in the city of Belém, Pará and the path of construction of this kind of fashion that is associated with the realization of fashion events in the region, since they have had the power to create a "fashion culture", strongly fueled by the creativity of local designers. The study starts from field research on artisanal production in the metropolitan area of Belém, and follows unraveling the history of construction of authorial fashion in the city, showing that the fashion events also contribute to the professionalization of the sector.

Keywords: authorial fashion; crafts; fashion events.

Introdução: o artesanato na região metropolitana de Belém

O estado do Pará está localizado no Norte do Brasil, em plena região Amazônica, que vive em constante verão sob o sol escaldante do equador, e justamente por causa dessas condições geográficas tem grande quantidade de

¹ Mestre em Artes pela Universidade Federal do Pará, Especialista em Cultura de Moda pela Universidade Anhembi Morumbi-SP e Coordenadora do Curso de Design de Moda da Faculdade Estácio do Pará.

matérias-primas locais. Além disso, a região é rica em capital social. Esses fatores são responsáveis por uma produção artesanal diversificada com traços culturais singulares e com técnicas produtivas peculiares, que se destacam no cenário nacional e internacional.

No estado, encontram-se vários tipos de artesanato, tais como objetos em cerâmica, trançado de fibras, artefatos de madeira, dentre os mais tradicionais; sendo que, nos últimos sete anos, a produção artesanal, antes pouco organizada em relação ao processo produtivo e sem a utilização de elementos de design, o que acabava por influenciar a qualidade do produto final, vem experimentando ganhos significativos através da capacitação de mão-de-obra e do ensino acadêmico de moda e design (MAIA, 2009). Isso fez surgir no cenário urbano de Belém um novo tipo de artesanato, aquele que é objeto de estudo desta pesquisa, e que vem agregando valor à moda local.

Ainda são insuficientes, no estado, os dados sobre as tipologias de artesanato, as variedades de artefatos produzidos por comunidades artesãs e os processos produtivos pelos quais passa o produto artesanal de sua concepção ao consumidor final. Na verdade, não há um estudo aprofundado sobre essa produção artesanal. As informações, ainda incipientes e pouco acessíveis, estão com instituições públicas, como secretarias de estado de governo e instituições privadas como o SEBRAE. A esse cenário, soma-se a escassez de publicações científicas sobre o assunto, o que faz com que o presente estudo sirva-se mais da pesquisa de campo esteirada na experiência de artesãos e designers que militam na economia local.

A consequência desse cenário é a falta de conhecimento por parte da população em geral, do valor dos produtos artesanais, o que acaba por dificultar o desenvolvimento dessa produção em níveis compatíveis para o alcance da competitividade no mercado nacional. Além disso, a falta de conhecimento é entrave para a atuação do Design, que pode contribuir para tornar o produto final mais funcional, mais estético e com a evidência das características simbólicas e socioculturais da região de onde é originário (SEBRAE, 1999).

A pesquisa de campo evidenciou que os artesãos locais aspiram reconhecimento, mas reconhecem que esse só vem se houver melhora de seu produto, por meio da capacitação de mão-de-obra.

A atuação do SEBRAE-PA com programas de capacitação vem demonstrando que, uma vez capacitados, os artesãos tornam-se mais empreendedores e com mais conhecimento sobre o processo de comercialização. E o que é mais importante: começam a entender que valorizar os signos da identidade cultural local é um grande fator de diferenciação do produto no mercado globalizado da contemporaneidade.

A pesquisa evidenciou pontos de estrangulamento em relação à produção artesanal na região metropolitana de Belém. Os mais importantes são a desarticulação do setor e a falta de gestão. Observou-se que não há agregação em entidade de classe, assim como não há políticas públicas no sentido de organizar o setor e promover ações de qualificação e gestão de forma continuada.

Os efeitos da desarticulação tornam-se mais prejudiciais no momento em que o artesão, na busca de sua sobrevivência, muda de tipologia artesanal, seguindo as regras ditadas pelo consumo e não suas habilidades pessoais ou mesmo as tendências de mercado atuais.

Outro ponto que salta aos olhos é a falta de inovação dos produtos, que, com o passar do tempo, não mais se adequam ao mercado. Assim, a não diversificação do *mix* de produtos acaba por reduzir a procura pelos produtos artesanais.

De tudo o que se observou, pode-se afirmar que hoje a grande chance do artesanato na região está nas mãos do design. Só a atuação de bons designers poderá conduzir ao desenvolvimento de novos produtos, à melhoria dos processos produtivos, à pesquisa de novos materiais e à criação de novas identidades visuais. Claro que o ingresso do designer nessa seara deve ser cauteloso, respeitando o saber fazer do artesão para não desconfigurar o artesanato, tampouco para apropriar-se de forma indevida de técnicas artesanais “cochichadas ao ouvido” de geração para geração.

O suporte teórico para as pesquisas foram, entre outros, os autores Carol Garcia e Ana Paula de Miranda (2005), Tita Aguiar (2012) e João Braga (2011).

Moda autoral: trajetória e construção em Belém

Segundo Garcia e Miranda (2005), “o *look* autoral personaliza a aparência graças a um modo de fazer artesanal”. *Look* é uma palavra da língua inglesa, hoje amplamente usada no universo da moda, que está ligada ao exterior, algo que se cria e por isso passível de mudanças. Nos tempos atuais, o *look* é um meio que estilistas e empresas de moda encontraram para propor e difundir tendências. Não se trata de propor um “modelo a ser copiado”, mas torna-se um verdadeiro “guia do imaginário” que permite que cada um combine suas roupas de modo livre e natural. “A partir de inúmeras imagens projetadas e assimiladas, cada pessoa pode saber o que quer e compor seu tipo. Cada um pode fazer o próprio *look*, sem nada perder de chique” (VICENT-RICARD, 1989, p.142). Assim, o *look* autoral “produz alterações no sistema, ainda que sua evidência esteja intrinsecamente ligada à competência do consumidor em percebê-la” (GARCIA; MIRANDA, 2005, p.51).

A individualização é que confere autenticidade à criação, que muitas vezes por seu ineditismo pode parecer estranha a potenciais consumidores, que a percebem como um traje conceitual para ser usado apenas pelas celebridades. Por isso, é mais seguro para o mercado investir em padrões vigentes e aceitos por todos. E o Brasil, por ter se acostumado à tendência colonialista, até meados do século passado, pautava sua criação de moda pelos modelos importados da Europa.

A ilusão da *Paris dos Trópicos* criada em Belém do Pará no período da *Belle Époque*, no final do século XIX e na primeira década do século XX, motivada pelo ciclo da borracha, fez difundir-se e sedimentar-se num modo de viver de faz-de-conta, no qual pontificavam roupas pesadas confeccionadas em tecidos adequados para regiões de clima frio e não de clima equatorial como o do Norte do Brasil. Em nome da “elegância à francesa”, não só a Amazônia, mas todo o país virava as costas para qualquer tipo de criação autoral, que, mesmo em tímidas iniciativas, até chegou a dar o ar de sua graça, mas sem força suficiente para, pelo menos, abalar o sistema estabelecido.

Seguramente, até a metade do século XX, *looks* produzidos de modo eventual foram relegados pelas grandes confecções à função de ressaltar os temas abordados somente em desfiles, jamais nas

vitruines, na tentativa de separar o que, em moda se denomina como “conceitual” daquilo que é visto como “comercial”. A fabricação dos componentes que os integravam, fossem eles roupas ou acessórios, restringia-se às amostras, chamadas “peças-piloto”, confeccionadas com vistas a integrar o acervo das marcas. Sem constituírem produto originalmente destinado à venda, havia mínima preocupação com a qualidade de acabamento desses itens, posicionando-os perante o mercado como artigos de segunda classe. Isto ocorria, em parte, devido à postura majoritária das grifes com dominância mercadológica de não entrarem em choque com o paradigma vigente para evitar encalhes de mercadoria e consequentes riscos de ordem financeira. Como resultado desses procedimentos, *looks* de autoria eram comercializados apenas em bazares, mercados itinerantes e pontas de estoque, fatalmente relegados à adoção por uma parcela diminuta de consumidores, dos quais poucos exerciam liderança de opinião em moda (GARCIA; MIRANDA, 2005, p.58-59).

Antes de 1960, poucas foram as iniciativas de construir um jeito brasileiro de vestir. No início do século XX, foi o movimento modernista que fez irradiar para os quatro cantos deste país um clima de ufanismo verde-amarelo. Era preciso valorizar nossa arte, nossa culinária, nossos valores científicos e literários e nossa moda. Surge em Recife, na década de 1920, um movimento tendente a destacar a culinária afro-brasileira e a buscar um vestuário apropriado ao nosso clima, esse um fator natural absolutamente importante na criação da moda com identidade nacional.

O movimento de construção de uma roupa eminentemente brasileira muito deve ao modernista Flávio de Carvalho (1899-1973), que, em 1944, começou a escrever sobre trajes masculinos para uma região tropical como o Brasil, o que o levou a experimentar, nas ruas de São Paulo, o traje por ele mesmo proposto: blusa de nylon listrada em verde e amarelo, saiate pregueado, sandálias de couro, meias arrastão e chapéu transparente, e, como mecanismo de ventilação, um tubo era inserido por baixo da blusa, deixando-a bufante.

Afinal, o que fazer com tanto calor num país tropical? Uma das primeiras soluções foi adaptar os modelos aos tecidos brasileiros, como o fustão da tecelagem Nova América² e o cetim de algodão da Bangu³. Isso era possível porque o país embarcava na era da industrialização. As primeiras indústrias têxteis se instalavam em São Paulo, que pouco a pouco também incorporava a

² Companhia de Tecidos Nova América, tecelagem inaugurada em 1925, no Rio de Janeiro, e que se transformou numa das mais tradicionais fábricas do país.

³ Companhia Progresso Industrial do Brasil, importante indústria têxtil na década de 1950 no Brasil que era mais conhecida por Bangu, o nome do bairro no Rio de Janeiro onde se instalou.

tradição do comércio de roupas, trazida pelos judeus, que chegaram ao Brasil a partir da década de 1920 (MAIA; ROCHA, 2007, p.31).

Na trajetória de construção da moda autoral no país, ainda nas décadas 1950 e 1960, destacam-se as obras do paraense Dener Pamplona de Abreu e da mineira Zuzu Angel. Dener, embora mantendo laços com as capitais mundiais da moda, foi o primeiro a defender que em solo pátrio se fizesse moda como então era feita na Europa: exclusiva, sem “copismo”, atendendo o gosto de cada cliente e de acordo com seu tipo físico, idade e acima de tudo em consonância com o clima tropical deste país. Sonhador, mas visionário, “Dener soube tirar proveito da mídia para se promover e divulgar suas coleções. Em 1968, criou a primeira grife de moda nacional, a empresa Dener Difusão Industrial de Moda” (MAIA; ROCHA, 2007, p.65).

Já a mineira conseguiu notoriedade por vestir personalidades como atrizes, modelos e bailarinas de fama internacional, por ter buscado inspiração em temas nacionais como o casal de cangaceiros Lampião e Maria Bonita e por ter usado o exclusivo desenho de anjos, inspirados em seu sobrenome, como estamparia de muitas de suas coleções, o que lhe conferiu uma espécie de marca registrada.

A Feira Nacional das Indústrias Têxteis (Fenit), criada em 1958, e os desfiles-show da Rhodia, na década de 1960, em muito contribuíram para aumentar o compartilhamento do valor brasilidade, mesmo o tendo feito apenas para uma elite de formadores de opinião, ainda sem ter o dom de alterar a concepção de que roupa autoral é peça de acervo e não para ser usada por pessoas comuns (GARCIA; MIRANDA, 2005, p.60).

Foi em meados da década de 1990 que o cenário se modificou para o mundo *fashion* no Brasil, pois a criação de *looks* autorais, até então considerada marginal, “começou a interessar o setor pela possibilidade de incentivar o consumo de massa, bem como gerar outros nichos de mercado” (GARCIA; MIRANDA, 2005, p.63). Em 1994, aconteceu o primeiro *Phytoervas Fashion*, evento de desfiles de moda que apresentou coleções de jovens estilistas. Em 1996, a primeira edição do Morumbi Fashion fez nascer um evento que viria a se tornar a maior e mais bem sucedida investida no sentido de criar um calendário oficial para a moda brasileira, que deu ensejo à criação do São Paulo Fashion Week – que, por sua vez, também incentivou o

surgimento de uma incubadora de talentos, o Amni Hot Spot, projeto pioneiro que investiu no trabalho de jovens estilistas por meio de uma série de benefícios e incentivos para estruturarem seus trabalhos (GARCIA; MIRANDA, 2005, p. 66).

A partir dos anos 2000, vários estados brasileiros também começaram a valorizar a produção local de moda e incentivá-la, criando eventos que pudessem divulgá-la. Em Fortaleza (CE) surgiu o Dragão Fashion, hoje o evento mais significativo de moda autoral no Nordeste do País. No Norte, o evento que surgiu em 2007 foi o Amazônia Fashion Week.

Numa iniciativa da Associação de Costureiras e Artesãs da Amazônia (COSTAMAZÔNIA), a primeira edição do Amazônia Fashion Week aconteceu de 6 a 11 de novembro de 2007, com vinte e dois desfiles de grifes locais e nacionais, além de cursos, oficinas e shows de música e dança.

Outro evento local, o Encontro Paraense de Moda e Artesanato (EPAMA), cuja quinta edição aconteceu em 2007, foi objeto de interessante matéria na edição de agosto da Revista *L'Officiel Brasil*, dando ênfase para a criatividade local e para o uso de materiais alternativos para agregar valor à moda.

Figura 1. Matéria na Revista *L'Officiel Brasil*. Fonte: acervo da autora.



Em 2008, foi realizada também a sétima edição do Encontro Paraense de Moda e Artesanato, nos dias 16 e 17 de maio, no Teatro Estação Gasômetro, com palestra da jornalista e pesquisadora de moda, autora de vários livros sobre o assunto, Carol Garcia.

A segunda edição do Amazônia Fashion Week aconteceu de 16 a 21 de novembro de 2008. Um desfile de moda praia a bordo do barco Tribo dos Caiapós, saindo do Porto da Estação das Docas⁴, abriu o evento que somou um total de vinte e sete coleções, sendo que dezessete delas foram assinadas por criadores locais. O evento, que teve o apoio do SEBRAE-PA, contou com a participação especial da jornalista Ana Célia Aschenbach, diretora de redação da revista *Manequim*, que proferiu a palestra: “50 anos de Moda por Manequim”. O evento teve cobertura na revista *Manequim* e no seu *site*: www.manequim.com.br.

No dia 2 de julho de 2009, foi lançado o *site* www.amazoniafashionweek.com.br, o primeiro *site* de moda da região Norte.

Em 2009, foi realizada a nona edição do EPAMA, nos dias 14 e 15 de maio, no Teatro Estação Gasômetro, quando foi apresentado o desfile “Estilistas Paraenses interpretam Dener”: dez estilistas paraenses mostraram na passarela suas interpretações da obra de Dener Pamplona de Abreu, o estilista paraense já falecido, considerado, hoje, o grande criador da moda brasileira.

Em novembro de 2009, aconteceu a 3ª edição do Amazônia Fashion Week, com o tema “Do Sonho à Realidade”, contando com trinta e quatro desfiles, sendo vinte e sete de grifes paraenses. O evento foi objeto de um editorial de moda fotografado no Mangal das Garças⁵, e publicado, em novembro daquele ano, na Revista de Domingo do *Jornal do Brasil*, com o título “A verdadeira moda tropical. O estilo amazônico tem as cores e estampas para o calor tropical”.

⁴ Complexo de lazer situado no antigo porto da cidade de Belém.

⁵ Parque ecológico resultante da revitalização de uma área de 40.000 m², uma síntese do ambiente amazônico na cidade de Belém.

Figura 2. Editorial de Ilesa Rodrigues na Revista de Domingo do *Jornal do Brasil*. Fonte: acervo da autora.



A 11ª edição do EPAMA aconteceu nos dias 14 e 15 de maio de 2010, no Teatro Estação Gasômetro e no Espaço São José Liberto. A jornalista Carol Garcia, de São Paulo, proferiu a palestra “Moda na América Latina”. O evento abriu espaço para a apresentação de seis coleções assinadas por alunos do Curso de Design de Moda da Faculdade Estácio do Pará.

Em novembro de 2010, no período de 7 a 13, foi realizada a quarta edição do Amazônia Fashion Week. Com o tema “Caminhos da Moda”, o evento teve desfile inédito em sua abertura, apresentando uma coleção de vestidos construídos por meio da técnica de Moulage, um trabalho dos alunos do curso de Design de Moda da Faculdade Estácio do Pará. Outra inovação foi a instituição de um dia para a apresentação das coleções dos novos criadores, num incentivo à produção de moda local. Seguindo a trajetória dos anos anteriores e fazendo jus ao seu objetivo, o evento contou com produção local em 70% dos desfiles. O sucesso de público, com mais de 3.000 pessoas passando pelo evento, ratifica sua importância para o cenário da moda na região.

Em novembro de 2011, de 20 a 26, aconteceu a 5ª edição do Amazônia Fashion Week, com o tema “A cor da cultura”, com trinta desfiles de grifes

locais, franquias e multimarcas nos segmentos feminino, masculino e infantil. Uma feira de novos criadores abriu espaço para a produção de novos talentos no mercado da moda.

Em novembro de 2012, o Amazônia Fashion Week, com o tema “A estrela sobe”, apresentou um novo formato com desfiles no Boulevard das Feiras da Estação das Docas⁶. A participação especial ficou por conta do estilista paraense Tony Palha, há muito tempo trabalhando na Europa e no eixo Rio-São Paulo, e que foi a Belém para apresentar sua coleção, que, interpretando o tema do evento, mostrou a trajetória de sua vida da saída de Belém ao sucesso internacional em vinte e cinco anos. Desfilaram grifes paraenses como Ná Figueredo, Celeste Heitmann, Andréa Ribeiro, Ana Miranda, Cheirosa By Léa e Madame Floresta.

Em 2013, em sua sétima edição, o Amazônia Fashion Week aconteceu de 6 a 9 de novembro e apresentou vinte e sete desfiles, com o tema “A moda em ação”. O destaque ficou com a estilista Sandra Machado, que desenvolveu uma pesquisa sobre a vida e a obra da artista plástica mexicana Frida Kahlo e criou uma coleção adaptando Frida ao universo amazônico. A coleção privilegiou o trabalho artesanal com pinturas em seda, crochê e bordados. Em nada folclórico, o trabalho demonstrou que é possível fazer moda local sem perder as referências do universo global.

Com o tema “O futuro da moda”, em 2014, de 5 a 8 de novembro, aconteceu a oitava edição do Amazônia Fashion Week, com a totalidade dos 24 desfiles sendo assinados por criadores paraenses, dentre eles Rogério Vasques, que tem uma grife nacional denominada Maison Revolta, após ter ficado mais de dez anos fora do país estudando na Europa.

A nona edição do Amazônia Fashion Week, que aconteceu de 4 a 7 de novembro de 2015, mais uma vez apresentou apenas designers paraenses, numa sequência de 22 desfiles, tendo sido objeto de referência na edição de dezembro de 2015 da Revista *Manequim*.

⁶ Espaço destinado a eventos no complexo de lazer criado nos antigos galpões do porto de Belém, hoje denominado Estação das Docas.

Figura 3: Matéria na Revista *Manequim*. Fonte: acervo da autora.



Moda autoral em Belém: primeiras iniciativas

Após a realização da primeira edição do Encontro Paraense de Moda e Artesanato, em novembro de 2003, surgiu a Associação de Costureiras e Artesãs da Amazônia, com o objetivo de trabalhar para a valorização da moda autoral e do artesanato paraense. No início eram quase trinta associadas, mas com as dificuldades que apareceram no meio do caminho o grupo reduziu. Em 2015, contava com 12 participantes, entre estilistas, costureiras e artesãs.

O primeiro desfile, ainda tímido, com apenas doze *looks* utilizando matéria-prima da região, como as fibras de juta e tururi, aconteceu em novembro de 2004, na abertura da 2ª edição do EPAMA. Já, ali, naquele desfile, as associadas começaram a colher os primeiros frutos de tamanho

empenho, por meio da divulgação de seu trabalho em rede nacional no programa “Mais Você”, de Ana Maria Braga, na Rede Globo, e de importante matéria assinada por Iesa Rodrigues, na Revista de Domingo do *Jornal do Brasil* (edição de dezembro de 2004). Para a jornalista do Rio de Janeiro, brotava em Belém “mais um polo de moda no país. Há sinais de identidade, fator fundamental no mundo da moda”. Escreveu Iesa, em 2004: “os longos de musselinas e sedas puras são entremeados de faixas de tururi, tecido naturalmente tramado que vem do interior de uma palmeira, os bordados misturam miçangas e escamas de pirarucu, a saia drapeada é complementada por um lindo top de plaquinhas de cuia com desenhos tapajônicos [...]” (JORNAL DO BRASIL, 2004).

O ano de 2006 foi promissor para a Costamazônia, pois o grupo apresentou duas coleções. A primeira em maio, tendo como tema o verão que dura o ano todo para quem mora logo abaixo do Equador, e a segunda em novembro, a Coleção Selva, mostrada na abertura da 4ª edição do Encontro Paraense e de Moda e Artesanato, em desfile realizado no teatro Waldemar Henrique, em Belém. Mais uma vez a Associação recebeu comentários positivos no site www.estiloiesa.com.br, assinado pela jornalista Iesa Rodrigues: “Joana Silva e Elys Cunha, as pioneiras da Costamazônia, desfilaram na quinta-feira e mostraram a habitual variação de longos suntuosos em sedas e crepes, com pinturas rebordadas de vitórias-régias, aplicações de folhas de mangueiras esqueletizadas, decotes e faixas de tururi (palmeira do Pará). Para entender a moda de lá é preciso saber de sementes, folhas e frutinhas locais”⁷.

Outra iniciativa de incentivo de criação de moda autoral é o projeto Caixa de Criadores, que surgiu em 2006 com a união de doze estilistas paraenses que tiveram a ideia de criar um evento que lhes possibilitasse a comercialização de suas criações. O encontro dos estilistas foi propiciado pela participação de alguns deles em um projeto intitulado “Criando Moda”, que fazia parte da programação de um shopping da cidade.

O evento Caixa de Criadores tem como principal objetivo divulgar o trabalho de empreendedores do setor da moda (vestuário e acessórios) da região metropolitana de Belém, por meio de uma plataforma de lançamento de

⁷ Disponível em: <www.estiloiesa.com.br>. Acesso em 3 de dezembro de 2008.

coleções, seja por meio de desfiles, seja por meio de espaços de comercialização. O planejamento do evento constitui-se de um projeto para cada edição, o qual contempla um processo de inscrição para as marcas participantes, a captação de recursos, o estabelecimento de parcerias e estratégias de comunicação, com apoio de assessorias de imprensa.

Considerações finais

A construção de moda autoral em Belém sempre esteve e continua associada à realização de eventos de moda, pois esses tiveram o condão de criar uma “cultura de moda” na região, fortemente alimentada pela criatividade dos designers locais.

A realização de eventos também contribui para a profissionalização do setor, que, entretanto, ainda sofre entraves produtivos, tais como as dificuldades encontradas para a utilização da matéria-prima local. As matérias-primas mais comumente usadas, tais como tecidos planos e malhas, não são tão facilmente encontradas no comércio da cidade, na variedade e na qualidade buscada pelos estilistas, e o preço elevado em função dos custos de logística também se impõe em meio à dificuldade. Se isso já acontece em relação ao material corriqueiro, pode-se inferir que maiores são as dificuldades quando se trata da matéria-prima de origem amazônica.

A consequência desses entraves vai se refletir no preço do produto final, que, sendo mais elevado, perde competitividade tanto no mercado local como fora dele. Outro ponto negativo é a falta de mão-de-obra qualificada para a produção de itens de moda, como costureiras bem capacitadas.

Outro problema é a falta de valorização do produto local, quase sempre considerado inferior ao que vem de fora, pois ainda há a concepção de que o produto que na região é feito está destinado a turistas ou ainda que, com suas características artesanais, não atende ao desejo de consumo do grande público.

Não obstante esse pensamento ainda apareça na cidade de Belém, muitos paradigmas relacionados à moda autoral local têm sido quebrados graças à atuação de estilistas e designers que, com arrojo e competência, abrem pequenas lojas. Com base no diferencial e no valor agregado do

produto, eles tentam dar vida, ou, às vezes, sobreviver, às suas marcas, e mesmo num mercado em crise econômica usam seu “espírito criativo” em prol da valorização da moda autoral na cidade de Belém.

Referências

AGUIAR, Tita. **Moda artesanal brasileira na visão de um personal stylist**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

BRAGA, João. **História da Moda: uma narrativa**. 4º ed., São Paulo, Editora Anhembi Morumbi, 2005.

_____; PRADO, Luís André do. **História da Moda no Brasil. Das influências às autorreferências**. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

CASTILHO, Kathia. **Moda e Linguagem**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

_____; GARCIA, Carol. **Moda Brasil: fragmentos de um vestir tropical**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. Rio de Janeiro. Record, 1987.

GARCIA, M.C. **Imagens Errantes: ambiguidade, resistência e cultura de moda**. Ed São Paulo: Ed. Estação das Letras. 2010.

GARCIA, M.C.; MIRANDA, A.P. de. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos**. Coleção Moda & Comunicação. Coordenação: Kathia Castilho. 2ª ed., São Paulo; Ed. Anhembi Morumbi. 2005.

KNIGHT, Margaret. **Fashion through the ages, from overcoats to petticoats**. New York. Penguin Putnam Inc., 1998.

KÖHLER, Carl. **História do vestuário**. São Paulo. Martins Fontes, 1996.

LAVIER, James. **A roupa e a moda. Uma história concisa**. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

MAIA, F. A. **Fibras da Amazônia na produção de moda: uma proposta de indicação geográfica.** Aparecida. SP: Ideias & Letras, 2009.

_____ & ROCHA, I.A. **O Pará faz Moda: de Dener às passarelas do Século XXI.** São Paulo; Idéias & Letras.2007.

NASCIMENTO, João Affonso. **Três Séculos de Modas.** 2º ed. Conselho Estadual de Cultura. Coleção “Cultura Paraense”. Série – Ignácio Moura, Belém, 1976

SENAC, DN. **A moda no século XX.** Maria Rita Moutinho; Máslova Teixeira Valença. Rio de Janeiro. Ed. Senac Nacional, 2005

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARÁ. **Estudo sobre a oferta de produtos do artesão do Estado do Pará,** 1999.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Termo de Referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato.** Brasília: SEBRAE, 2010.

STEVENSON, N. J. **Cronologia da Moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen;** tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

VICENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda.** Tradução de Maria Inês Rolim. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1989.