

MODA E ARTISTICIDADE NA OBRA DO ESTILISTA NEY GALVÃO (1952-1991)

Fashion and Artisticity in Ney Galvão's (1952-1991) Work

Rodrigues, Luis Fernando Lisboa; Mestre; UFBA, luisflisboa@gmail.com¹

Resumo: A partir de uma abordagem compreensiva, esse trabalho analisa a dimensão de artisticidade contida na obra do estilista baiano Ney Galvão (1952-1991), enquanto resultado de um saber específico e expressão de criatividade. Nesse sentido, verifica-se como é possível constituir um *modo único de formar* no mundo da moda, resultando num estilo e marca social.

Palavras chave: Artisticidade, Estilo; Ney Galvão.

Abstract: Starting from a comprehensive approach, this work analyzes the dimension of artisticity contained in the work of bahian stylist Ney Galvão (1952-1991), while the result of a specific knowledge and the expression of creativity. In this sense, it is verified how it is possible to constitute a unique way to form in the world of fashion, resulting in a style and social mark.

Keywords: Artisticity; Style; Ney Galvão.

Introdução

Pensar a moda como expressão da cultura é uma estratégia analítica eficaz para problematizá-la como fenômeno social, associado a afetos, já que os diversos modos de modular a 'aparência (moda, espetáculo político, teatralidade, publicidade, televisões) formam um conjunto significativo, um conjunto que, *enquanto tal*, exprime bem uma dada sociedade' (MAFFESOLI, 1996, p. 126-127). Tal abordagem faz sentido porque a moda, aqui, é compreendida como elemento constitutivo da cultura, 'um modo, uma maneira de se vestir, um modo individual de fazer, uma maneira de ser, um modo de viver' (CIDREIRA, 2014, p. 85).

¹ Mestre (2017) pelo Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (Pós-Cultura) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Graduado (2012) em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da mesma instituição. Foi repórter de cultura e colunista de moda do jornal A TARDE (Bahia).

Esse trabalho, portanto, segue um horizonte metodológico que aborda a moda por um viés compreensivo (CIDREIRA, 2014), caracterizando-se como uma pesquisa do sentido que procura dar conta de intenções, valores dos atores, crenças, etc. – aspectos que justificam, subjetivamente, ações dos agentes. ‘A lógica compreensiva vai se apoiar sobre uma ‘fenomenologia das pequenas imagens’, sobre um ‘estudo da fisionomia social’, e, certamente, sobre as sensações ou sentimentos que essas não deixam de suscitar’ (MAFFESOLI, 1996, p. 132). Por isso, esse trabalho se afasta de um paradigma positivista e não procura explicar os fenômenos abordados, mas, compreender sua articulação num contexto².

Enfatizando a dimensão artística própria do fazer moda³, esse artigo analisa a obra do estilista Ney Galvão (1952-1991), nome atuante na cena de moda do Brasil entre as décadas de 1970 e 1980. Seguindo um caminho aberto pela mineira Zuzu Angel (1921-1976), o baiano utilizava artifícios e tecidos classificados socialmente como “brasileiros”. Sua relação com o mundo televisivo foi relevante. Na década de 1970, foi convidado para apresentar o programa *Ponto Cinco*, ainda na Bahia. Depois, integra o quadro *A Grande Chance*, no programa *Boa Noite, Brasil*, da Rede Bandeirantes. Em 1982, foi convidado por Nilton Travassos para substituir Clodovil Hernandes no quadro de moda do *TV Mulher*, da Globo⁴, ganhando maior projeção nacional.

A dimensão artística da moda

Luigi Pareyson (1997) ‘procurou teorizar uma estética da *formatividade*, que concebe as obras de arte como organismos vivendo de vida própria e dotados de legalidade interna, e que propõe uma concepção dinâmica da

² “É preciso mencionar que a sociologia compreensiva (que se define em função da escolha de uma *abordagem*) é já certo desdobramento da sociologia do conhecimento (que se define em função da definição de um objeto, mantendo-se, assim, ainda no universo epistemológico, preocupada com o resultado científico) que desponta como uma crítica às ciências sociais, de modo amplo, sob influência do campo dos filósofos” (CIDREIRA, 2014, p. 14-15).

³ “[A moda] serve à estrutura social, acentuando a divisão em classe; reconcilia o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós (necessidade de afirmação como pessoa) e o socializador (necessidade de afirmação como membro do grupo); exprime ideias e sentimentos, pois é uma linguagem que se traduz em termos artísticos” (SOUZA, 1987, p. 29).

⁴ “Conquistou o Brasil e rondou o imaginário popular com seu jargão: “Um cheiro com sabor de dendê” e com a piscada de olho que se torna marca registrada. [...] Ney vira um ídolo, uma espécie de “consultor de moda” das massas” (SOUZA, s/a).

beleza artística' (p. 27). Ele sugere uma noção de obra adequada para a abordagem sobre Ney Galvão: '[...] as obras são sempre singulares, pode-se afirmar que é impossível fazê-las sem que ao fazê-las se invente o modo de fazê-las' (*idem*, 1993, p. 21).

De resto, a arte, como qualquer outra atividade, jamais chegaria a se definir como operação específica se toda a vida espiritual não a contivesse e preparasse de certo modo, se toda a experiência não tivesse já ela mesma um caráter de esteticidade e artisticidade. Como operação própria dos artistas a arte não pode resultar senão da ênfase intencional e programática sobre uma atividade que se acha presente em toda a experiência humana e acompanha, ou melhor, constitui toda manifestação da atividade humana. Essa atividade que, de modo genérico, é inerente a toda experiência e, se oportunamente especificada, constitui aquilo que propriamente denominamos arte, é a "formatividade", um certo modo de "fazer" que, enquanto faz, vai inventando o "modo" de fazer [...] As atividades humanas não podem ser exercidas a não ser concretizando-se [...] em movimentos destinados a culminar em obras (PAREYSON, 1993, p. 20).

As perspectivas apontadas por Alfredo Bosi (2004), a partir de Luigi Pareyson, fazem lembrar que os conceitos estão conectados a perspectivas históricas, também visando demarcar e ratificar posições no contexto social. Quando Pareyson retoma a discussão dos temas caros à Estética, 'considera como decisivos do processo artístico três momentos que podem dar-se simultaneamente: o *fazer*, o *conhecer* e o *exprimir*' (id., *ibid.*, p. 8). Essas noções, descritas por Bosi, ganham novos contornos através da contribuição de Valverde (2007), que amplia/reenquadra o alcance de cada uma delas:

1º) arte demanda uma técnica revertida em trabalho, 'um conjunto de atos pelos quais se muda a forma, se *transforma* a matéria oferecida pela natureza e pela cultura' (BOSI, 2004 p. 11), mas, 'isso não significa que ela seja uma prática exclusivamente ativa, imune a toda passividade e inteiramente voltada à tarefa de dominar [...]', já que a continuidade de ações do artista 'depende de um *feedback*, através do qual [ele] é afetado, como receptor, por sua própria atividade' (VALVERDE, 2007, p. 119).

2º) no âmbito do conhecimento, afastando-o da ideia de "representação", há implicada uma percepção aguda das estruturas sem abrir mão das sensações, 'o ver do artista é sempre um transformar, um combinar, um

repensar os dados da experiência sensível' (BOSI, 2004, p. 36); Monclar Valverde (2007, p. 121) destaca que 'conhecer algo seria nascer para o que se conhece, na medida e no momento em que aquilo se revela para nós; seria um *advento* conjunto e recíproco de sujeito e objeto'. Estabelece-se, então, a noção de co-nascimento, origem comum, no processo artístico.

3º) por fim, se em toda atividade artística está presente uma forte motivação, 'as formas expressivas são geradas no bojo de uma intencionalidade que as torna momento integrante ou resultante do *pathos*' (BOSI, 2004, p. 52), materializando-se em atos concretos:

Se a expressão pode ser vista como a tradução de uma força numa forma, essa força não remete apenas a uma capacidade individual, mas também à potência e às possibilidades de um determinado modo de ser, que é coletivo e que se compartilha nas formas simbólicas da cultura (VALVERDE, 2007, p. 121).

Não há, aqui, a intenção de equiparar as lógicas internas da moda e da arte. Mas, sim, reconhecer o potencial de artisticidade no fazer moda. '[...] O fato de reconhecer a especificidade da arte (cuja finalidade é o êxito de sua realização), não nos autoriza a desconsiderar que existe uma dimensão de artisticidade nas atividades humanas' (CIDREIRA, 2005, p. 86). Em alguns empenhos criativos do campo vestimentar pode-se reconhecer essa dimensão de artisticidade.

Mas, mesmo que possuam demandas específicas, as duas expressões criativas possuem níveis de articulação mais explícitos: além do intercâmbio entre campos através de coleções com estampas ou modelagens assinadas por artistas⁵, ou quando a moda usa de correntes artísticas (a linguagem gráfica da *op art* como um exemplo) para propostas vestimentares, é também importante avaliar tais fenômenos a partir de uma abordagem filosófica:

Tanto a moda quanto a arte acabam incitando uma reflexão sobre a aparência, sobre a imagem do indivíduo e a imagem do corpo,

⁵ "[...] Chamado a participar ativamente de manifestações artísticas menores, o criador aplica os seus princípios teóricos não só na obra de arte desinteressada, de mais difícil aquisição, mas na propaganda e na indústria, aceitando encomendas de cartazes, capas de livros e desenhos de tecidos. Ainda agora vemos a indústria têxtil norte-americana arremessar em torno de certas firmas, como a *Onondoga Silk Company* e a *Scalamandré Silk Incorporation*, conhecidos nomes da pintura. A mulher poderá assim atar ao pescoço uma echarpe fanstamal de Salvador Dalí, ou deixar correr sobre seu corpo os fogosos cavalinhos de De Chirico [...]" (SOUZA, 1987, p. 38).

prolongação da arte do retrato e do auto-retrato, eterna análise sobre a apresentação e presentificação do outro e de si mesmo. A imagem de si e a imagem do corpo são e continuam a ser um campo de exploração maior da arte. A imagem do corpo atravessa uma parte significativa da produção artística contemporânea, seja de uma forma metafórica, metonímica ou concreta e é bem mais vasta do que o que nos propõe o filtro da relação arte-moda (CIDREIRA, 2005, p. 82).

[...] Qualquer atividade prática, desde que seja integrada e se mova por seu próprio impulso para a consumação, tem uma qualidade estética (DEWEY, 2010, p. 115)'. Nesse sentido, 'toda obra de arte segue o plano de uma experiência completa, fazendo que ela seja sentida de maneira mais intensa e concentrada' (id., *Ibid.*, p. 134). Como faz Dewey (2010) ao acentuar o caráter estético da experiência, as roupas e croquis assinados por Ney Galvão são compreendidos como resultados de um saber específico, uma expressão (lembrando que um estilista é, sobretudo, um desenhista que materializa em tecidos perspectivas criativas). 'Para que a habilidade seja artística, no sentido final, ela precisa ser "amorosa"; precisa importar-se profundamente com o tema sobre o qual a habilidade é exercida' (id., *ibid.*, p. 127).

Em *Cortar é pensar: arte & moda* (1999, p. 169), o crítico de arte Germano Celant aponta que 'o golpe da tesoura marca uma superfície que gera uma realidade; o corte dá significado e seu uso une artista e fotógrafo, designer e costureiro que retalham uma visão do magma das matérias: sejam elas tintas e bronze, tecido e película, metais, lãs, madeira ou tela'. Ele evidencia a dimensão artística contida na criação e produção de moda, apresentando possíveis laços com movimentos de arte⁶.

Ney Galvão: modo único de formar

Enfatizando laços mais óbvios entre arte e moda na trajetória de Ney Galvão, destaca-se a experiência vivida por ele na Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia (UFBA), durante a década de 1970. Nas suas

⁶ "Mas não apenas os estilistas vão se aproximar da arte. No Brasil, por exemplo, o artista Hélio Oiticica exhibe, em 1965, seus *parangolés* na exposição Opinião 65, no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro e, em 1967, na Galeria Signals, em Londres. Os *parangolés* eram capas que as pessoas podiam vestir, participando, assim, ativamente da obra, interagindo com ela. Inspirados pelo movimento concretista, tanto Hélio Oiticica, como Lygia Clark e Roberto Lanari constroem objetos vestíveis" (CIDREIRA, 2005, p. 81).

próprias palavras: 'eu já entrei na faculdade estilista, por isso, saí estilista, sem, no entanto, saber disso. Cheguei a pintar, mas acho a pintura uma arte solitária'. Ao *Jornal da Telebahia* (1982), conta: 'fiz vestibular de medicina e perdi. Eu desejava ser psiquiatra, sonhava em fazer esse curso. Como não deu, eu entrei na Escola de Belas Artes para fazer Artes Plásticas, mas deixei o curso no último ano, que foi quando eu me decidi mesmo ser figurinista'.

Em setembro de 1982, ele diz para *A TARDE*: '[na faculdade], sempre procurei me concentrar na área de moda. Fazia desenhos de roupas de amigas, aquelas coisas... Nessa época era um duro'. A nota na coluna *Gente*, da revista *VEJA* nº 881, 24 de julho de 1985, ao noticiar o lançamento da empresa do estilista, diz: 'não conseguiu ser um grande pintor, como era seu sonho na juventude. Em compensação, tornou-se um costureiro famoso e agora vai poder pintar o rosto das mulheres'.

Além disso, Ney Galvão enfatiza seu interesse pelo exercício do desenho desde a infância, criando vestidos para as bonecas, que eram costurados em casa e vendidos aos vizinhos; quando trabalhou numa empresa de processamento de dados, criava modelos para as secretárias da empresa (depois, ocupa um cargo de criação na Propeg, agência de publicidade). Ao lembrar a reprovação no vestibular para medicina, reforça a ideia de um destino voltado à criação de roupas: 'primeiro, chorei muito. Depois, dei graças a Deus, porque nasci para ser figurinista' (informações em perfil do jornal *O Globo*, edição do dia 29 de agosto de 1982).

O perfil publicado pelo jornal *Folha de São Paulo*, no dia 28 de junho de 1981, conta que, no começo da década de 70, Galvão emendava panos de prato para fazer um vestido de noite: 'não tinha dinheiro para comprar tecidos. Mas vocação tinha pelo menos desde os 7 anos de idade, quando desenhava roupas de bonecas que a irmã de criação vendia para as amiguinhas'. Na *Manequim – Especial Tricô (s/a)*, ele escreve: 'eu ainda não era famoso, mas as pessoas já pediam para desenhar suas roupas. E Marlene, minha irmã, me dava a maior força. Ajudava-me, mandava fazer etiquetas para mim, bordava escondido para todo mundo pensar que eu fazia tudo sozinho' (p. 25).

Tenho muitos vestidos inesquecíveis. Hoje, por causa do sucesso, acho que perdi um pouco do descompromisso que tinha. Não posso fazer, como já fiz, vestido de toalha de mesa, tipo camponesa, com um babado de pano de prato estampado com enormes tomates que rebordei em paetês, fitas de enfiar, mangas bufantes e lacinho. Não, as pessoas não aceitariam. Tais situações não me impedem de sonhar, de ser criativo. Posso me lembrar do mar, daquelas superproduções de Hollywood, dos brilhos que nos deslumbrava nas telas, e criar vestidos, peças que evoquem aquela atração pelo exotismo e sonhos do Havaí [...] (GALVÃO, s/a, p. 28).

O jornalista e ator Jacques de Beauvoir, amigo de Ney Galvão desde os anos 1970, conta⁷ que as primeiras criações do estilista eram desenvolvidas para o próprio grupo de amigos. ‘Naquela época, discutíamos o dia inteiro que roupas seriam usadas nas festas à noite, e Ney se incumbia de desenhá-las. Chegávamos com ‘modelitos’ incríveis: chapéus com plumas, maquiagens exuberantes, roupas de couro’. Beauvoir, que atuou como modelo do estilista baiano, e a cantora Zizi Possi foram os primeiros a protagonizar uma exibição performática – ‘não chegou a ser um desfile’ – das roupas do estilista numa emissora local. Ele engrena na criação de roupas, mas atendendo pedidos das amigas próximas, seja de Salvador ou de Itabuna.

As pessoas começaram a ficar encantadas: tinha uma cor, uma coisa de vida no trabalho. Era impressionante. Ney Galvão desenhava como ninguém e também pintava. Tenho um quadro deslumbrante dele que parece um croqui. Nos programas de tevê, realmente fazia os croquis ao vivo. Nem todo estilista que atuou atendendo pedidos de moda das telespectadoras fez isso (BEAUVOIR, 2017).

Ao jornal *Tribuna da Bahia*, na edição de 24 de abril de 1978, ainda sem projeção nacional, Ney Galvão afirma: ‘O figurinista tem de ensinar como interpretar um desenho, estar muito atento na colocação de cores, coisas que, se desenvolvidas nos cursos existentes, dariam melhor oportunidade a esses profissionais’. No texto *O Fazer Moda*, disponível no *UOL – seção Moda Brasil* -, ele escreve sobre uma nova coleção de verão, apresentando sua perspectiva criativa explorada na produção de roupas: o que sugere é um modo de abordagem sensível em relação ao ato vestimentar⁸.

⁷ Entrevista concedida ao autor deste trabalho no dia 07 de fevereiro de 2017.

⁸ “Tenho diante dos olhos uma série de gravuras de moda que se inicia no período da Revolução e termina um pouco depois do Consulado. Essas roupas, que fazem rir tanto os insensatos como as pessoas sérias desprovidas de

Fazer moda é fazer expressão, é brincar com a vida, vestir a alma e falar da verdade. A verdade que vem fruto de uma sedução de formas, proporções e referências. Uma sensação de estar bem dentro e fora da roupa, sem perder a cumplicidade com ela. É uma emoção de saber carregar, usar e abusar de uma roupa. Tudo isso provoca uma palavra mágica chamada estilo (GALVÃO, s/a).

Essa é uma das portas de entrada para analisar a perspectiva criativa de Ney Galvão como gesto desinteressado, a serviço apenas de uma inspiração “anterior e superior”, esquecendo o potencial de troca entre artesão e matéria, em que, através da técnica, pode resultar num *modo único de formar*. O *Jornal da Telebahia* aborda: ‘como é que você consegue produzir tantos desenhos. Você estuda, se atualiza de que forma?’, O estilista responde: ‘até eu desejaria saber. Eu acredito muito numa coisa que venha de cima, não sei de onde, porque eu não sei como é que a coisa chega. Eu estou aqui conversando e, de repente, chega a ideia, eu pego um papel, risco e a coisa sai’. À revista *Mon Tricot Griffé* (s/a), ele conta: ‘posso estar dançando e crio um vestido’. No suplemento de tricô da *Manequim*, o estilista reforça:

Pra falar a verdade, não sei como é o meu processo de criação. Ele vem do tudo e do nada. É muito alguma coisa do dia-a-dia. Posso me inspirar numa manga de alguém numa flor para tirar um decote... Posso puxar uma lembrança e tirar um modelo de histórias das mil e uma noites, do Aladim, Ali Babá, coisas que gravam. Tem dias que não pinta nada e outros nos quais faço sete ou até oito desenhos. E, se desenho um vestido e não fico satisfeito, não sinto alegria. Fico naquela insatisfação, como que elaborando por dentro. Aí, de repente, eu mudo alguma coisa e encontro a solução. Então, meus olhos brilham; é como se soasse uma campainha (GALVÃO, p. 32).

No entanto, em entrevista publicada em 1978, na *Tribuna da Bahia*, Ney Galvão aproxima seu contexto criativo de um diálogo entre sujeito criador e demanda cotidiana, nascida de clientes reais:

[...] Quando eu atendo uma pessoa eu me interesso por quem vai vestir, a vida que ela ou ele leva. Aí, geralmente eu tenho aquele papo, faço palestra mesmo, sessão de análise. Onde você vai, quem

verdadeira seriedade, possuem um encontro de dupla natureza, artística e histórica. Frequentemente eles são belos e desenhados com espírito; mas o que me importa e que tenho a satisfação de encontrar em todos, ou quase todos, é a moral e a estética do tempo. A ideia que o homem faz do belo se imprime em cada caimento, ela amassa ou engoma suas roupas, arredonda ou retifica o gesto e chega até mesmo a penetrar sutilmente, com o passar do tempo, os traços de seu rosto” (BAUDELAIRE, 2004, p. 123).

são seus amigos, e como é seu marido, ele se incomoda com seus decotes, com suas roupas? Olho o físico, mando levantar, mando andar, olho as pernas. Deixa eu ver, é fininha, é grossa? Tenho de conhecer a pessoa bem, afinal a roupa vai vestir alguém.

Jacques de Beauvoir (2017)⁹ ratifica uma investigação sobre a cliente:

Mesmo que chegassem dizendo a ele como queriam as roupas, elas acabavam saindo com as sugestões dele. Ney conseguia convencê-las porque fazia um estudo psicológico de cada cliente. Ele conversava muito, observava o corpo e dizia: 'sua roupa vai ser assim'. Nunca gostou de receber várias clientes ao mesmo tempo.

No jornal *Correio da Bahia* (1981), quando perguntado se os croquis de cada coleção são produzidos com rapidez e em quantidade, ele responde:

Se eu tenho bem definida a imagem, certo. Se não, fica difícil. Não sei criar em cima de ficção. Visualizada a imagem, começam a acontecer as cores, os tecidos, os acessórios. Quero deixar claro que esta mulher não é uma ilusão, ela pode estar a dois passos de você, no dia-a-dia da cidade do Salvador.

Figura 1 – Marília Jatobá no ateliê de Ney Galvão na década de 1970



Fonte: Crédito - Eva Cristina Freitas

Em 24 de fevereiro de 1981, uma nota na coluna *Sociedade* (July) fala sobre um desfile com 18 de fantasias de carnaval assinadas por Ney Galvão,

⁹ Entrevista concedida ao autor deste trabalho em 07 de fevereiro de 2017.

no Regine's. Nos concursos de fantasias e bailes de carnaval promovidos pelo Meridien (na trilogia *Baile dos Artistas*, *de Oxum* e *Gala Gay*), o estilista exercitava dimensões criativas em propostas exuberantes, como contam os jornalistas Jacques de Beauvoir e Roberto Pires¹⁰. A pedido do jornal *A TARDE*, na coluna *O assunto é... Moda* (18 de fevereiro de 1979), os estilistas Ney Galvão e Roberto Guerreiro desenham croquis para as leitoras.

Figuras 2 e 3 – Croquis de fantasias de carnaval assinados por Ney Galvão



Fontes 2¹¹ (esquerda) e 3¹² (direita): *A TARDE* (1979)

Considerações finais

Percebe-se, aqui, a produção de Ney Galvão como uma obra porque “atividades humanas não podem ser exercidas a não ser concretizando-se operações, i. é, em movimentos destinados a culminar em obras” (PAREYSON, 1993, p. 20). Já que essa operação citada implica um “fazer”, interessa a *formatividade* aí contida. Com as proposições de Cidreira (2005), além do

¹⁰ Entrevistas concedidas ao autor deste trabalho em, respectivamente, 07 e 20 de fevereiro de 2017.

¹¹ Na legenda do croqui, a seguinte descrição: “mansa ou feroz a ‘tigresa’ entra no carnaval com garra e originalidade. Veste tecido com estampa pele de tigre, decote audacioso em punhal, costas à vista, saias rasgadas em tiras longas, cabelos esvoaçantes. A coroa de tigre e bijuterias selvagens (tipo africana) imprimem fascínio e agressividade ao tipo indomável e charmoso”.

¹² Também na legenda do desenho: “pouco tecido e muitos adereços fazem o gênero ‘caia na gandaia’. Short de cetim vermelho, camiseta preta, paetês, luvas, meias de ‘vedete’, meias de ‘dancin days’ e purpurina preparam a ‘surfista’ charmosa que enfrentará os salões de óculos gatinho e gravata borboleta”.

auxílio teórico de Bosi (2004), Dewey (2010) e Pareyson (1993, 1997), a dimensão artística na moda implica pensar o *modo de formar* e na localização dos traços estilísticos.

Uma marca que incorpora o nome próprio do estilista, também apresentador de televisão, apresenta produtos culturais com um traço que lhe é único e apreendendo subjetividades (SIMMEL, 2014). Tais aspectos imateriais e pessoais também compõem esse *modo de formar*, estabelecido através do jogo criativo (CIDREIRA, 2005), nas trocas entre sujeito e matéria-prima. Expressão numa materialidade, que também conduzirá o espírito criador, o estilo conjuga dimensões pessoais e contextuais, no mesmo ato, encontrando as respostas no processo, além de absorver o erro como elemento do trajeto (VALVERDE, 2007). Traços estilísticos expressam a convergência de posições criativas, mas apontam para o tipo geral (SIMMEL, 1998).

Esses elementos estão em diálogo com o momento histórico onde foram produzidos (tendências, desejos sociais, relações comerciais, etc.), mas também estão em sintonia com as perspectivas pessoais de Galvão, surgidas, por exemplo, na infância em Itabuna; no convívio com as irmãs e seus rituais de beleza na década de 1960 – pensando aí no impacto do *new look* por Dior; a afeição criada nas imagens de mulher constituídas no cinema americano das décadas de 1930, 1940 e 1950; e até mesmo as experiências na Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Vale lembrar que uma marca de moda provoca adesão, desperta sensibilidades e aciona muitos gostos. Escolher uma roupa, borrifar um perfume específico ou optar por determinado acessório podem apontar concordância com certo estilo de vida, partilha de visões de mundo. Os afetos e sensações, por mais que estejam localizados num contexto histórico – que também molda, culturalmente, os modos de sentir e perceber – não são meros moldes da base econômica. Os vetores são complexos.

Referências

ANDRADE, M. **O artista e o artesão (1938)**. In: O baile das quatro artes. São Paulo: Editor Digital projeto livro livre, 2016.

BAUDELAIRE, Charles. **O pintor da vida moderna (1863)**. In: LICHTENSTEIN, Jacqueline (org.). A pintura - Vol. 4: o belo. São Paulo: Editora 34, 2004.

BOSI, Alfredo. **Reflexões sobre a arte**. 7ª edição. São Paulo: Ática, 2004.

BRAGA, João; PRADO, Luis. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. São Paulo: Disal Editora, 2011.

CELANT, Germano. *Cortar é pensar: arte & moda*. In: CERÓN, Ileana; REIS, Paulo (Org.). **Kant: Crítica e estética na modernidade**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1999.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. 2ª edição. São Paulo: Annablume, 2005.

_____. **As formas da moda: comportamento, estilo e artisticidade**. São Paulo: Annablume, 2013.

_____. **A moda numa perspectiva compreensiva**. Cruz das Almas/BA: Editora UFRB, 2014.

DEWEY, John. **Ter uma experiência**. In: DEWEY, John. Arte como experiência. Editado por Jo Ann Boydston. Tradução de Vera Ribeiro. São Paulo: Martins Martins Fontes, p. 109-141, 2010.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Tradução de Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

PAREYSON, Luigi. **Estética: teoria da formatividade**. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

_____. **Os problemas da estética**. Tradução de Maria Helena Nery Garcez. 3ª edição. São Paulo, Martins Fontes, 1997.

RODRIGUES, Luis Fernando Lisboa. **Estudo sobre Ney Galvão: moda e cultura no Brasil**. (Mestrado em Cultura e Sociedade). Salvador: Universidade Federal da Bahia (IHAC), 2017.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda e outros escritos**. 2ª edição. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2014.

_____. **El problema del estilo.** Traducción del alemán: José Almaraz. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, España, número 84, out-dez, 1998.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove.** São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

VALVERDE, Monclar. **Estética da comunicação.** Salvador: Quarteto, 2007.

JORNAIS, REVISTAS E WEBSITES

FOLHA DE S. PAULO. **Um doce jeito baiano de vestir.** São Paulo, jun. 1981.

GALVÃO, Ney. **O fazer moda.** UOL Moda, São Paulo, sem data. Disponível <<http://www2.uol.com.br/modabrasil/biblioteca/grandesnomes/ney/fazer.htm>> Acessado em 15 set. 2016.

GONDIM, Vera. **Ney Galvão e a nova coleção: inspirada na luz do olhar das mulheres bem amada.** Correio da Bahia, Salvador, mai. 1981.

JORNAL DA TELEBAHIA. **Ney Galvão: “o que uma mulher quer mesmo é que acendam o seu cigarro e lhe abram a porta do carro”.** Salvador, fev. 1982.

KOELLREUTTER, Michael. **Ney x Clodovil: luta de tesouros no ringue da moda.** A TARDE, Salvador, set.1982.

MANEQUIM – ESPECIAL TRICÔ. **Ney Galvão. Saravá!** São Paulo, s/a.

MON TRICOT GRIFFE. **Ney Galvão.** São Paulo, Editora Abril, s/a.

O GLOBO. **Ney Galvão: valorizando as coisas simples da moda.** Rio de Janeiro, ago. 1982.

REVISTA VEJA. **Receita baiana: Ney Galvão reforça seu lado de estilista.** São Paulo, mar. 1984.

SOUZA, Jô. **Ney Galvão, simplesmente.** UOL Moda, São Paulo, sem data. Disponível<http://www2.uol.com.br/modabrasil/leitura/ney_galvao/index.htm> Acessado 03 nov. 2014.

TRIBUNA DA BAHIA. **Ney Galvão: “moda é mercado de trabalho, só não temos mão-de-obra”.** Salvador, abr. 1978.