

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

MARIANE VELHO DA SILVA

**O AVERSO DA MODA EM *THE TRUE COST* (2015): A INDÚSTRIA
DO *FAST FASHION* NO CINEMA DOCUMENTÁRIO**

CURITIBA

2018

MARIANE VELHO DA SILVA

**O AVESSO DA MODA EM *THE TRUE COST* (2015): A INDÚSTRIA
DO *FAST FASHION* NO CINEMA DOCUMENTÁRIO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação – Stricto Sensu – Mestrado Acadêmico em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Linguagens.

Orientação: Prof.^a Dra. Sandra Fischer

CURITIBA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na fonte
Biblioteca "Sydney Antonio Rangel Santos"
Universidade Tuiuti do Paraná

S586 Silva, Mariane Velho da.

O avesso da moda em The True Cost (2015): a indústria do fast fashion no cinema documentário / Mariane Velho da Silva; orientadora Prof^a. Dr^a. Sandra Fischer
112f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2018.

1. Moda. 2. Cinema. 3. Documentário. 4. Fast fashion.

I. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens / Mestrado em Comunicação e linguagens. II. Título.

CDD – 791.437

TERMO DE APROVAÇÃO

MARIANE VELHO DA SILVA

O AVESSE DA MODA EM *THE TRUE COST* (2015): A INDÚSTRIA DO *FAST FASHION* NO CINEMA DOCUMENTÁRIO

Esta dissertação foi julgada e aprovada para a obtenção de título de Mestre em Comunicação e Linguagens pelo Programa de Pós-graduação - Stricto Sensu – em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná da Universidade Tuiuti do Paraná.

Curitiba, 27 de março de 2018

Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens
Universidade Tuiuti do Paraná

Orientadora: Prof^a Doutora Sandra Fischer
UTP – PPGCOM

Prof^a. Doutora Mônica Fort
UTP – PPGCOM

Prof^a. Doutora Valquíria John
UFPR – Universidade Federal do Paraná

À

Terezinha, João e Douglas.

E a todos os trabalhadores da indústria da moda.

AGRADECIMENTOS

A todos aqueles que contribuíram na materialização desse trabalho:

Terezinha e João, mãe e pai que, com seu exemplo diário de humildade, esforço e perseverança me ensinaram que se “eu quero, eu posso e então, eu consigo”.

Douglas, meu amigo, amor e companheiro, culpado por plantar em mim a semente da fome por conhecimento.

À humana orientação da prof.^a Dr^a. Sandra Fischer e por não ter permitido que eu desistisse no meio do caminho.

As contribuições das professoras Dr^a. Mônica Fort e Dr^a. Valquíria John que, sem dúvida, proporcionaram significativas melhorias ao trabalho.

Ao CNPq, pelo auxílio financeiro concedido durante uma parte do Mestrado.

Por fim, à minha ansiedade, por ter me desafiado bravamente a cada momento de leitura e concentração. Ao Zoloft (sertralina) e à minha psicóloga, grandes coadjuvantes neste tempestuoso período acadêmico. (Seria cômico se não fosse trágico).

“Aprender a ser ‘gente boa’

(...) o conhecimento é importante, mas não é o suficiente. É preciso chegar à sabedoria de vida para saber colocar o que se sabe em prática de forma ética.”

*JULIATTO, Clemente Ivo.
Cartas Aos Estudantes e aos que procuram cultivar-se.*

RESUMO

Para além dos figurinos trajados e costumes apresentados em filmes, cinema e moda costuram-se em outras possibilidades nas telas contemporâneas. No presente estudo a temática **moda no cinema** se faz abordada por meio do documentário *The True Cost* (2015), de Andrew Morgan, no qual o diretor apresenta mediante um discurso construído por imagens, relatos e entrevistas, o funcionamento da indústria do *fast fashion*, sistema de moda vigente nos dias atuais, que visa alta velocidade de produção e consumo de bens com informação de moda. Ao analisar tais características do citado filme, problematizamos questões pertinentes a verdade e ética no documentário; o quanto a produção de Morgan pode ser fidedigna, eloquente, persuasiva a depender do modo como se faz vista e interpretada. Para discorrer sobre o discurso presente em *The True Cost* (2015), o trabalho utiliza-se dos estudos propostos por autores como Fernão Pessoa Ramos (2013), Bill Nichols (2005), dentre outros, e suas teorias pertinentes à verdade, realidade e ética nos filmes documentários. Outro ponto apresentado e discutido nesta pesquisa, refere-se à própria temática discorrida em *The True Cost* (2015); os impactos sociais e ambientais do *fast fashion*, bem como as mudanças de comportamento de consumo e seus reflexos nos modos de fazer moda na contemporaneidade.

Palavras-chave: Moda; Cinema; Documentário; *Fast fashion*.

ABSTRACT

In addition to the wore figurines and costumes featured in films, cinema and fashion are sewn into other possibilities in contemporary screens. In the present study the theme of fashion in the cinema is approached through the documentary *The True Cost* (2015), of Andrew Morgan, in which the director presents through a discourse constructed by images, reports, and interviews, the operation of the fast industry fashion, current fashion system that aims at high speed of production and consumption of goods with fashion information. In analyzing such characteristics of the film, we problematize issues pertinent to truth and ethics in the documentary; how Morgan's production can be reliable, eloquent, persuasive depending on how it is seen and interpreted. To discuss the present discourse in *The True Cost* (2015), the paper uses the studies proposed by authors like Fernão Pessoa Ramos (2013), Bill Nichols (2005), among others, and their theories pertinent to the truth, reality, and ethics in documentary films. Another point presented and discussed in this research refers to the very theme discussed in *The True Cost* (2015); the social and environmental impacts of fast fashion, as well as changes in consumer behavior and its reflexes in contemporary fashion.

Keywords: Fashion; Cinema; Documentary; Fast fashion.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: VELOCIDADE DE CONSUMO E PRODUÇÃO ESTÃO INTERLIGADAS	30
FIGURA 2: A CADEIA TÊXTIL.....	34
FIGURA 3: MOLDE E ENCAIXE DE ZERO WASTE.....	39
FIGURA 4: PÔSTER DE LANÇAMENTO MUNDIAL DE <i>THE TRUE COST</i> , 2015 ..	42
FIGURA 5: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015; MOÇA É FOTOGRAFADA EM <i>STREET STYLE</i>	43
FIGURA 6: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. MENINAS INDIANAS	44
FIGURA 4: BASTIDORES DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015.....	46
FIGURA 7: <i>FRAMES</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. CENAS ILUSTRAM DISCURSO DE MORGAN SOBRE PATRIOTISMO AMERICANO.....	46
FIGURA 8: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. COLBERT NO <i>CENTRAL COMEDY</i>	47
FIGURA 9: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. ATIVISTA JOHN HILARY	48
FIGURA 10: <i>COLAPSO DO RANA PLAZA</i> , 2013.....	49
FIGURA 11: <i>FRAMES</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. SOBREVIVENTE DO DESABAMENTO DO RANA PLAZA	50
FIGURA 12: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. O ABRAÇO FINAL	51
FIGURA 13: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. A VISÃO DE UM DONO DE CONFECÇÃO	52
FIGURA 14: <i>FRAMES</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. SHIMA E NADIA	54
FIGURA 15: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. ALGODÃO ORGÂNICO COMO OPÇÃO MAIS SEGURA	56
FIGURA 16: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. A ESPERA DA MORTE	57
FIGURA 17: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. MARK MILLER	58
FIGURA 18: <i>FRAMES</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. JOVENS YOUTUBERS	59
FIGURA 19: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. LIXO TÊXTIL	60
FIGURA 20: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. FEIRA LIVRE DE ROUPAS USADAS: <i>PEPE</i>	61
FIGURA 21: <i>FRAME</i> DO FILME <i>THE TRUE COST</i> , 2015. STELLA MCCARTNEY	62

FIGURA 22: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. PRODUÇÃO DE SAPATOS</i>	63
FIGURA 23: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. O CHORO DE SHIMA</i> ..	64
FIGURA 24: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. COP15, DINAMARCA</i> ..	65
FIGURA 25: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015 TRABALHADORA CAMBOJANA</i>	66
FIGURA 26: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. SHIMA E NADIA EM DESPEDIDA</i>	68
FIGURA 27: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. SHIMA NO TRABALHO</i>	68
FIGURA 28: <i>PÔSTER DE NANOOK, O ESQUIMÓ, 1922</i>	71
FIGURA 29: <i>IMAGEM DO FILME O HOMEM DA CÂMERA, 1929</i>	72
FIGURA 30: <i>PÔSTER DE DRIFTERS, 1929</i>	73
FIGURA 31: <i>PÔSTERES DE PRELÚDIO DE UMA GUERRA, 1942</i>	74
FIGURA 32: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. PÚBLICO ADENTRA LOJA DE FAST FASHION</i>	83
FIGURA 31: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. TRANSPORTE DOS TRABALHADORES INDIANOS</i>	84
FIGURA 34: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. AMBIENTE INTERNO DE LOJA DE VESTUÁRIO</i>	85
FIGURA 35: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. AMBIENTE INTERNO EM CONFECÇÃO TÊXTIL</i>	85
FIGURA 34: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. DESTROÇOS DO RANA PLAZA</i>	86
FIGURA 37: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015 PELO JORNAL TELEGRAPH</i>	87
FIGURA 38: <i>FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. DOENÇA DE PELE ASSOCIADA A RESÍDUOS QUÍMICOS DA INDÚSTRIA TÊXTIL</i>	88

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	PRIMEIRAS COSTURAS DA MODA: A SOCIEDADE VESTE UM NOVO ETHOS	16
2.1	A MODA E O JUÍZO ESTÉTICO: TRANSMUTAÇÕES DO CONCEITO DE BELO NA HISTÓRIA DO VESTUÁRIO	21
2.2	A MODA CONTEMPORÂNEA VESTE MAL ALINHAVADOS RETALHOS.....	30
2.3	A CONTRACORRENTE SURGE COM O SLOW FASHION.....	38
3	THE TRUE COST (2015): UM DOCUMENTÁRIO SOBRE O AVERSO DAS ROUPAS.....	41
3.1	SOBRE A PRODUÇÃO E ASPECTOS TÉCNICOS E SUAS ASSERÇÕES....	41
4	REPRESENTAÇÕES DA REALIDADE: O CINEMA DOCUMENTÁRIO.....	71
4.1	ÉTICA NO CINEMA DOCUMENTÁRIO.....	80
4.2	A RETÓRICA EM THE TRUE COST (2015).....	82
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	91
	REFERÊNCIAS.....	94
	FILMOGRAFIA	98
	IMAGENS.....	98
	ANEXOS	100
	ANEXO 1.....	100
	ANEXO 2.....	108
	ANEXO 3.....	110

1 INTRODUÇÃO

As linhas que costuram os retalhos dos atuais sistemas da moda são débeis e constituem pontos disformes, tornando perceptíveis tortuosidades de uma costura “em alta” no seio da atual sociedade de consumo. Essa é a tônica abordada em *The True Cost* (2015); um documentário sobre moda, mas que não está para a moda: com a escolha de uma temática e uma produção diferenciadas da maioria dos outros já produzidos sobre o universo *fashion*¹, *The True Cost* (2015) discute a problemática do sistema de moda atualmente predominante, o *fast fashion*, oferecendo visibilidade aos seus impactos sociais, ambientais e econômicos em escala global.

O *fast fashion* consiste em um sistema de produção de mercadorias com informação de moda com uma lógica capitalista, na qual visar lucros é o ponto principal de toda uma cadeia de processo de produção entrelaçada por um frágil alinhavo. A total discrepância entre as etapas de obtenção dos produtos, constitui um sistema comercial que se fez autossuficiente e geriu-se fortemente nos últimos anos no mercado internacional. O economista italiano Enrico Cietta (2012, p. 19) afirma que “as empresas *fast fashion* foram consideradas empresas capazes de utilizar o design, promotoras de um consumo “*fast*” semelhante ao que aconteceu na alimentação com as cadeias *fast food*.” Tais afirmações se farão melhor elucidadas no decorrer deste estudo, que também visa propor reflexões acerca dos sistemas de produção e comercialização de produtos de moda na contemporaneidade.

Dentre os componentes constituintes do presente trabalho, está presente aquele selecionado como objeto de estudo: o documentário *The True Cost* (2015), cuja temática central (*fast fashion*) está diretamente relacionada com a indústria da moda e do vestuário. Faremos, desse modo, uma apresentação e familiarização do leitor junto a essa temática. No entanto, para adentrarmos à discussão deste que é um forte sistema de produção e comercialização de moda na atualidade, julgamos necessário um resgate histórico do surgimento e desenvolvimento da moda enquanto *ethos*, tornando possível o entendimento da lógica de ser e acontecer da moda no decorrer de sua história, em compasso com a história das sociedades. “Filha dileta do capitalismo”, como consagrou Walter Benjamin², a moda segue como

¹ Vide Anexo 3 (p. 107) que lista outros filmes sobre a temática.

² Frase célebre de Walter Benjamin, em seus estudos sobre moda, na primeira metade do século XX.

um espelho da sociedade, refletindo em si o contexto ao qual a mesma está imersa em determinado momento. Tais reflexos são influenciados pela economia, política, religião e toda a realidade cotidiana. Impressa nas coleções, a realidade dos valores de uma época é consumida pelos seus contemporâneos, que desfilam nas ruas elementos que discursam visualmente e fazem sentido para toda uma geração que participa da construção e leitura destes mesmos signos culturais.

O conceito do belo, sempre atrelado à moda, e suas variantes no decorrer da história da sociedade são aqui abordados a fim de reafirmar o aceleração no ritmo das mudanças na moda por meio do juízo estético de cada época, e explorar a velocidade com que se dá esse ritmo, se é constante ou se acompanha a aceleração do desenvolvimento social nos seus demais âmbitos.

Ao abordarmos o desenvolvimento da indústria da moda ao longo do tempo, veremos que a mesma sofreu diversas mudanças e que os modelos existentes hoje são díspares aos vistos quando do início daquilo a que se atribuiu o nome **moda** e, por esse motivo, veremos a existência de correntes que propõem uma virada na maneira de se fazer moda, a fim de caminhos mais viáveis nos âmbitos econômico, social e ambiental. Buscaremos, ainda, apresentar medidas e novos rumos propostos para a regularização da indústria da moda, visando corrigir as significativas falhas no sistema, bem como as sequelas por elas causadas. Dentre essas propostas, o trabalho apresentará ações de empresas e marcas, na corrente contrária, chamada *slow fashion* que, como o nome sugere, visa desacelerar a maneira de produzir e consumir moda, fazendo-os de maneira consciente, tanto por parte dos processos de criação e obtenção do produto, pelo designer de moda, quanto pelo consumidor final, no uso da peça e na valorização de sua vida útil. Tal corrente já abrange nomes significativos do universo da moda, como a estilista britânica Stella McCartney e inúmeras pequenas novas empresas que vem se lançando e crescendo no mercado mundial, trazendo consigo uma identidade voltada ao consumo consciente e sustentável de produtos de moda.

O estudo tratará também das questões sociais que envolvem os trabalhadores das indústrias têxteis, mulheres em sua maioria. Acompanhar o cotidiano de Shima, uma jovem trabalhadora da indústria têxtil de Bangladesh em *The True Cost* (2015), possibilita algumas ideias sobre as diferenças culturais a que estão submetidos, a partir da ótica culturalista ocidental.

A agricultura voltada a produção de matérias primas e insumos para a indústria têxtil também é abordada no filme, apontando não só questões de ordem ecológica e sustentável, mas ainda, o abalo psicológico sofrido por muitos produtores em situação de crise econômica, o qual culmina, muitas vezes, em casos de suicídios como relatado no documentário. A participação de ativistas ambientais como a indiana Vandana Shiva, corrobora as dimensões tomadas pelo incoerente sistema atual de fazer moda.

O terceiro capítulo deste estudo adentra à apresentação do objeto epistemológico e empírico, o documentário *The True Cost* (2015), abordando seus aspectos técnicos e observando-o enquanto objeto portador de signos a serem interpretados pelo espectador. Far-se-á um resumo da obra, que disserta sobre as questões levantadas pelo filme por meio de *frames* selecionados para melhor ilustrar o que aqui é enunciado. O trabalho segue oferecendo ao leitor um estudo teórico sobre o cinema documentário por meio de alguns dos principais estudiosos da área, abordando desenvolvimento histórico, conceitos e definições. Neste momento, tendo em vista a temática abordada no documentário aqui analisado, se faz indispensável retomar uma discussão bastante pertinente neste campo de estudo, a qual dá conta das questões de verdade *versus* encenação (RAMOS, 2013) no filme documentário.

A partir de um compêndio daquilo que é apresentado por Morgan (2015), se faz possível verificar que, por intermédio de diversificados vieses, o diretor busca deslindar uma faceta oculta aos consumidores de moda, sobre como são feitas as roupas ofertadas em redes de *fast fashion*. O estudo desenvolvido a seguir, baseado na análise de *frames* mediante teorias do cinema documentário, objetiva analisar tais vieses a fim de concluir qual caráter implícito no filme: se sua finalidade consiste em mostrar algo da realidade, se possui intensões de persuadir o espectador e induzi-lo a percepção de uma realidade transmutada pelas lentes, se seu caráter é publicitário, dentre outras possíveis conclusões a serem formadas com base na análise daquilo que pode ser visto e sentido em *The True Cost* (2015).

De antemão, a autora do presente estudo esclarece ao leitor que, além dos objetivos explícitos do trabalho, que giram em torno de uma análise teórica de um filme documentário, há implícita e fortemente o anseio de promover conhecimentos teóricos sobre a moda, sua história, seu desenvolvimento, sua aura e seus objetivos que vão muito além de cobrir corpos. Por muito tempo, estudos no campo da moda não foram considerados pela comunidade científica como dignos de interesse

intelectual, os temas pertencentes à área tendiam a ser vistos como superficiais, efêmeros, ou ainda “a expressão de uma manipulação social que visa sustentar o consumo de maneira artificial” (GODART, 2010, p. 9). No ano de 1987, o filósofo Gilles Lipovetsky (1987) inicia uma de suas obras em que trata da moda, com a seguinte afirmação:

A moda não faz furor no mundo intelectual. (...) é celebrada no museu, é relegada à antecâmara das preocupações intelectuais reais; está por toda parte na rua, na indústria e na mídia, e quase não aparece no questionamento teórico das cabeças pensantes. Esfera ontológica e socialmente inferior, não merece a investigação problemática; questão superficial, desencoraja a abordagem conceitual; a moda suscita o reflexo crítico antes do estudo objetivo, é evocada principalmente para ser fustigada, para marcar sua distância, para deplorar o embotamento dos homens e o vício dos negócios: a moda é sempre os outros. (LIPOVETSKY, 1987, p. 9).

Conforme Frédéric Godart (2010), o desenvolvimento acadêmico na área se deu por volta da década passada, quando se percebe o início de estudos com temas de moda enquanto objeto epistemológico, revelando uma gama de possibilidades, inclusive diálogos interdisciplinares, que possibilitam análises e entendimentos nos âmbitos históricos, sociais, econômicos, dentre outros que caminham entrelaçados à moda.

Há, ainda, no presente trabalho, o propósito de dar voz à problemática existente no atual sistema de moda, o *fast fashion*, a fim de que, por meio de conhecimento e conscientização do maior público possível, possam se tornar pensáveis e factíveis as necessárias mudanças em prol da recuperação da saúde ecológica e social da contemporaneidade.

2 PRIMEIRAS COSTURAS DA MODA: A SOCIEDADE VESTE UM NOVO *ETHOS*

A moda tal como a conhecemos nos dias atuais assemelha-se pouco com o que era considerado moda quando de seu surgimento na sociedade. Porém, se “a moda imita a vida”³, é fácil entender o porquê de tamanha mudança e transformação num sistema que acompanha e espelha o ritmo e direção do caminhar da sociedade.

Para melhor compreendermos o caminho seguido pelo sistema de fazer e acontecer da moda no decorrer dos tempos, traçamos um resumo da história mundial da moda, desde seu início, datado da Idade Média, até o cenário contemporâneo.

A origem da moda, segundo o filósofo francês Gilles Lipovetsky (2009), se deu ao final da Idade Média e início da Idade Moderna na Europa⁴, provinda do anseio da Aristocracia de se diferenciar das camadas mais baixas da sociedade.

Usando produtos diferenciados, trazidos do Oriente, criavam-se novas modas na indumentária para serem exibidas pelos nobres da sociedade a fim de que se sobressaíssem dos demais, buscando sua singularidade traduzida no *status* portado através de suas vestes. As camadas inferiores, por sua vez, buscavam, ainda que em adequação a sua realidade, se parecer com os nobres e, à sua maneira, imitavam as modas usadas pela aristocracia, usando dos materiais que dispunham que eram diferentes daqueles usados pela moda aristocrática, provenientes de importação oriental.

Assim que uma novidade caía no uso mimético do restante da sociedade, a aristocracia tratava de inventar algo novo e inédito para poder se destacar dentro de sua própria classe e das demais e, inevitavelmente seria imitado novamente. Esse círculo vicioso baseado no mimetismo daria origem ao que conhecemos por moda. Corroboramos com a eloquente afirmação de Immanuel Kant (2006) a qual atesta que:

É uma propensão natural do homem comparar o próprio comportamento com o de alguém mais importante (a criança com o adulto, o inferior com o

³ Parafraseando CARVALHAL, André. 2016.

⁴ Abre-se um parêntese para relatar que neste período, as Cruzadas levaram os europeus ao Oriente, onde encontraram um Oriente muito mais desenvolvido que o Ocidente, e os que retornam ao Ocidente, levam consigo uma série de mercadorias ainda desconhecidas em suas terras, como por exemplo: perfume líquido, tapetes, tecidos brocados e adamascados, e revendem esses produtos pela Europa Ocidental. Esse fato, hoje conhecido como Mercantilismo deu início a todo um processo dinâmico de produção e consumo que veio a desaguar no sistema capitalista.

superior) e imitar suas maneiras. Uma lei dessa imitação, para meramente não parecer inferior aos demais e onde de resto não se pensa em tirar nenhum proveito, chama-se *moda*. Esta pertence, pois, ao item *vaidade*, porque em seu fim não há nenhum valor interno, da mesma maneira que ao da *loucura*, porque nela há uma coerção a nos deixar dirigir servilmente pelo mero exemplo que muitos nos dão em sociedade. (...). Pois se o jogo da imitação for fixado, então se tornará *costume*, onde já não se visa o gosto. (...) – Por conseguinte, a moda não é propriamente uma questão de gosto (pois pode ser extremamente contrária a ele), mas da mera vaidade de querer se distinguir, e de competição, a fim de superar os outros (...). (KANT, 2006, p. 142-143)

Apontando o mimetismo como fator psicológico, que impulsionou e difundiu a moda pela sociedade, Ana Paula Miranda (2008) diz que o indivíduo possui uma tendência psicológica de imitar o outrem a fim de sentir-se em coletividade de suas ações. A imitação nasce do anseio ou necessidade de assemelhar-se ao outrem.

Em seu discurso acerca das origens e de como a moda se difundiu na história da sociedade, Lars Svendsen (2010) cita a teoria do gotejamento⁵, na qual as inovações ocorrem nos níveis mais altos e, posteriormente, se espalham pelas camadas inferiores da sociedade. O filósofo remete o pensamento a Europa Medieval, onde a Igreja e o Estado contestavam o luxo, proveniente do uso dos materiais (tecidos, pedras, etc.) vindos do oriente durante as cruzadas, como citado anteriormente. Então, na tentativa de controlar as competições de luxo e ostentação entre as pessoas, Igreja e Estado criaram as Leis Suntuárias, que estipulavam regras e padrões que “vinculavam o uso de determinados artigos à posição social, reservando certos trajes e objetos a classes específicas; classes inferiores ficavam proibidas de adquiri-los, mesmo que tivessem recurso para tanto.” (SVENDSEN, 2010, p. 40). Com efeito, a proibição tornava os objetos ainda mais atraentes para aqueles que não os deveriam possuir, conforme as leis e, por conseguinte, estas eram frequentemente violadas. Conforme Svendsen: “Elas serviram precisamente para reforçar o papel das roupas como um marcador importante, ao criarem critérios relativamente claros para o status social ligado a vários objetos.” (SVENDSEN, 2010, p. 41). Outro fator que contribuiu para a difusão da moda, segundo o autor, foi a rápida expansão da produção e do consumo, que passou a ser muito mais de símbolos do que de meros objetos em si, “isto é, ocorre de modo a produzir uma identificação com aquilo que o item *representa*” (SVENDSEN, 2010, p. 42). O autor

⁵ Caldas (2004) corrobora com a difusão proporcionada através do *trickle effect* que o autor conceitua como sendo um fenômeno de difusão da moda onde o novo se alastra como uma cascata sobre as classes inferiores, através do mimetismo em busca de identificar-se com as classes superiores.

explica que este desejo por itens simbolicamente poderosos, acarretou em forte desigualdade social, causa e consequência do efeito de gotejamento, que mantém as classes subalternas sempre em atraso às superiores.

Se até aqui a imitação pareceu ser a força motriz do sistema da moda, apontamos aquilo o que é tido como o paradoxo que faz possível existir o sistema de moda, Barnard (2003) relata a teoria de Simmel que diz:

(...) “duas tendências sociais são essenciais para o estabelecimento da moda” e, caso uma delas esteja ausente ou falte numa sociedade, “a moda não se formará” (Simmel 1971: 301). A primeira dessas tendências é a necessidade de união; a segunda, o anseio pelo isolamento: os indivíduos devem possuir o desejo de ser, e de serem considerados como separados do todo maior. (BARNARD, 2003, p. 28).

Todo o contexto, acima citado, de desigualdade social passa a ser repudiado com o Iluminismo e as mudanças decorrentes da Revolução Industrial, que teve seu início no final do século XVIII e início do XIX, fortalecendo e marcando seu apogeu em meados deste século (1850-1860). Com o lema: Liberdade, Igualdade, Fraternidade, que inspirou a Revolução Francesa, era o momento de busca por um nivelamento social democrático:

Um novo espírito de modernidade conduziu o século XIX. A Revolução Francesa derrubou as tradições que, durante séculos, dominaram a Europa. Os súditos franceses tornaram-se cidadãos e uma nova constituição foi escrita. Com a abolição da nobreza, a sociedade agora se baseava em novos conceitos de tolerância e igualdade perante a lei. (COSGRAVE, 2012, p. 189).

A vida pública conflita com a privada, os revolucionários traçam uma distinção entre público e privado com o discurso de que os interesses particulares não poderiam prejudicar os interesses da revolução. Neste momento, o indivíduo se volta a sua família, no espaço doméstico fechado. A simplificação do vestuário como prova de patriotismo era a voz dos *Sans-culotes* impondo-se contrários aos aristocratas. A revolução, desta forma, contribuiu para a redução do número de roupas, além de deixá-las mais soltas. O homem deixa de se enfeitar, pois não se impõe mais pela sua aparência, mas sim por aquilo que produz. Para os homens, a roupa inglesa é adotada, com simplicidade e praticidade, para as mulheres, o

abandono do *panier*⁶ e espartilho acompanham a entrada do vestido estilo império⁷; um traje mais simples e com modelagem ampla. Atenta-se aqui para o aparecimento de uma indumentária agora carregada de signos, revelando publicamente o significado do homem privado e revolucionário.

Neste contexto do século XIX, surge a massificação (industrialização) da confecção, bem como o desenvolvimento da máquina de costura. As roupas passam a ser produzidas em série e chamadas de “Roupas de confecção”. Charles Frederick Worth (1825-1895), considerado o pai da alta-costura revoluciona a história da moda com fundamento no conceito de sofisticação das roupas. Se o homem da revolução não precisa mais se impor por sua aparência, mas por aquilo que produz, ele usa sua esposa como porta voz de seu sucesso e poder, e Worth é quem costura para essas mulheres (BRAGA, 2004). Assim, toma-se por conclusão que a Revolução Industrial trouxe mudanças que marcaram e transformaram significativamente o mundo da moda.

No século XX, “a era da diversidade” (COSGRAVE, 2012, p. 213), tanto a história da sociedade quanto a da moda são marcadas pelo surgimento de grupos –ou tribos, conforme MAFFESOLLI (1998) – constituídos por indivíduos que dialogam entre si e se comunicam com linguagens compatíveis, proporcionando interação entre eles. Este século apresentou uma sociedade cada vez mais urbanizada e foi marcado por crises e conflitos sociais, como as Guerras Mundiais. A tecnologia em pleno desenvolvimento ganhou seu lugar na história do século XX, com o surgimento de produtos que mudaram a vida da sociedade. O século produziu muitos estilistas, os quais passam a ser vistos não mais como artistas, mas sim como profissionais da moda. A moda transformou-se em um negócio fortemente influenciador da economia global. (COSGRAVE, 2012).

A moda propagou-se e veio a se tornar o fenômeno global que vivenciamos nos dias atuais. Uma das maneiras mais compreensíveis e eficazes para se compreender o contexto histórico de determinada época se dá por meio da análise da moda vigente no momento em questão. Ela nos fala dos valores sociais, econômicos, políticos, religiosos dentre outros aos quais a sociedade possa estar submetida. No decorrer da história da sociedade, a indumentária exerceu com

⁶ Armações largas de metal na qual os vestidos se abriam lateralmente desde os quadris (até 150 cm). (COSGRAVE, 2012). Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

⁷ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

maestria seu papel de *estratificadora social*. Disseminada por todos os possíveis meios e indivíduos, enquanto sistema discursivo, a moda caracteriza-se como um poderoso meio de comunicação não-verbal através de seus signos.

Isto posto, a moda arquitetou-se como um fenômeno que abrange aos níveis sociais, culturais, históricos, tecnológicos e econômicos. Com a moda nasce um dispositivo de poder e prestígio, cuja cópia legitima o reconhecimento social de quem é copiado, a aristocracia concorria entre si em uma acirrada disputa dentro da própria classe. Já os burgueses, buscavam copiar a aristocracia, mas adequando a sua realidade social, pois um burguês que copiava tal e qual um traje da aristocracia era ridicularizado, rechaçado e desprezado pelos aristocratas e por sua própria classe. Este ciclo de invenção-imitação deu-se de modo contínuo e acarretou ao processo que conhecemos como moda. Esta teoria acerca do surgimento da moda, postulada Lipovetsky (1999) deixa claro que o nascimento da moda se deu do desejo de diferenciação do indivíduo, que buscou nas suas vestes, uma maneira de diferenciar-se dos demais.

A sociedade sofre constantes mudanças nos âmbitos sociais, culturais, econômicos, ideológicos, políticos, etc., no decorrer do tempo. E o comportamento dos indivíduos acompanha estas mudanças. A moda, vista enquanto *fato social total*, conceito de autoria do sociólogo e antropólogo francês Marcel Mauss (1923), caminha em sintonia com essas viradas dadas pela sociedade ao decorrer da história. Conforme Godart (2010):

Um fato social total é, portanto, um fato social que implica profundamente os indivíduos e o grupos sociais e cuja compreensão considera o ser humano em sua totalidade. (...) A moda é um fato social total, visto que além de ser simultaneamente artística, econômica, política, sociológica, ela atinge questões de expressão da identidade social. (GODART, 2010, p. 17).

Expressão do desejo pelo novo e pela diferenciação, a moda constrói e reconstrói seu discurso à medida que acompanha, e busca suprir, as necessidades do indivíduo no contexto social ao qual o mesmo encontra-se inserido. Apontada aqui como *ethos*, ou costume que exprime, através do consumo, o espírito do momento vivido, a moda articula as relações humanas.

O juízo estético sempre esteve entrelaçado ao caminhar da moda, as variações daquilo que se deveria considerar belo em variados momentos da história da moda vem corroborar a afirmação de seu fascínio pelo novo, pela negação ao velho, ao

familiar e já conhecido. A mudança de conceitos e valores se faz presente em todo decorrer da história da moda, a observar no tópico a seguir, com um breve histórico das mudanças do "belo" na moda.

2.1 A MODA E O JUÍZO ESTÉTICO: TRANSMUTAÇÕES DO CONCEITO DE BELO NA HISTÓRIA DO VESTUÁRIO

Bonito ou feio, *fashion* ou *démodé*, em alta ou "cafona"... Tais julgamentos de ordem estética remetem o pensamento diretamente ao universo da moda, mais especificamente do vestuário, daquilo que é vestido e que adorna o corpo social. Gosto não se discute? No que diz respeito ao vestir e, sob o olhar de Kant, tal discussão é sim, possível e se faz necessária quando se tenta entender o que levou a mudanças esteticamente contraditórias nos gostos do vestir durante o decorrer da história do vestuário e da moda.

Com o termo **estética**, segundo Abagnano (2000, p. 367),

designa-se a ciência (filosófica) da arte e do belo. O substantivo foi introduzido por Baumgarten, por volta de 1750, num livro (*Aesthetica*) em que defendia a tese de que são objeto da arte as representações *confusas*, mas *claras*, isto é, sensíveis, mas "perfeitas", enquanto são objeto do conhecimento racional as representações *distintas* (os conceitos).

Em uma de suas famigeradas obras, a *Crítica da Razão Prática* (2002), Immanuel Kant, considerado por alguns historiadores da filosofia como o último dos modernos, apresenta argumentos a respeito do gosto. Para Kant a estética estaria ligada com a moral, pois a beleza e o sublime nos proporcionariam um sentimento de moralidade ou até mesmo uma experiência da liberdade, conforme comenta Wood (2008). Na *Crítica da Faculdade do Juízo* (1993), Kant faz uma diferença entre o belo e o sublime. Enquanto que a contemplação do belo (*sensus communis*) mantém o espírito numa condição de tranquilidade, o sentimento do sublime ocasiona um movimento do espírito. Sublime seriam as coisas absolutamente grandes como, por exemplo, tempestades, raios, vulcões, etc. Segundo Kant (2008), esses fenômenos, pela grandeza que tem, seriam incomparáveis. Dessa forma, podemos nos encontrar com coisas belas e sublimes.

Emitir juízos de gosto é algo que fazemos diversas vezes em nosso cotidiano. Porém, sabemos, discutir gostos e preferências entre indivíduos pode ser um exercício fatigante e, muitas vezes, com um fim sem resultados definidos. O senso

comum traduz a afirmação em ditos populares como: “Gosto não se discute”; “Quem ama o feio, bonito lhe parece”; etc. Como, então, resolver essas disputas de gosto? Haveria um imperativo, um modelo que poderia sanar a peculiaridade estética (o gosto) de cada indivíduo? Como Kant havia dito, os juízos de gosto são paradoxais, pois apesar de representarem para nós uma característica objetiva do objeto ou indivíduo, essa não é uma característica intrínseca do seu portador, mas sim subjetiva aos olhos dos demais leitores e interpretadores de seus signos e significados. No entanto, quando percebemos alguma coisa como bela, nos é proporcionado um prazer, mais especificamente, o prazer estético.

José Luiz Fiorin (1997) caracteriza gosto a partir da definição do sujeito do gosto, o qual, segundo ele, “possui a paixão da preferência, da predileção (...) a preferência é um estado de alma que conjuga um desejo, definido por um querer ser, e uma repulsa, uma aversão, caracterizadas por um não querer ser” (FIORIN, 1997, p. 16). O autor complementa, ainda, que “o gosto de um (sujeito) define-se pela aversão ao gosto dos outros ” (FIORIN, 1997, p.16). Já Eric Landowski (1997) nos afirma que gosto se discute sim, ao contrário do dito popular e, o autor admite a pluralidade para conceituar o gosto: “parece normal que cada indivíduo adote posições e atitudes que lhe sejam próprias e, portanto, que o distingam dos demais.” (LANDOWSKI, 1997, p. 98). Ele defende a liberdade de escolha ao indivíduo para aquilo o que lhe convém.

Ao observarmos o gosto enquanto conceito social imposto aos indivíduos em sua subjetividade, podemos perceber suas variantes no decorrer da história da sociedade. Conforme Cox (2013, p. 14):

(...) o que é considerado bonito para uma época será, talvez, quase horroroso para outra. Um egípcio antigo via um único pelo de sobrancelha – sobrevivente de uma meticulosa depilação – como algo abominável. O cavalheiro vitoriano, entretanto, cultivava bigode longo e lustroso, escovando-o e lustrando-o.

Outro exemplo é o padrão estético do corpo feminino: no renascimento, mulheres mais curvilíneas eram tidas como as mais belas, antes disso ainda, na pré-história, podemos citar a *Vênus de Willendorf*⁸, enquanto em nossos dias o corpo

⁸ Estatueta de terracota (argila cozida) com 11,1 cm de altura com a representação estilística uma mulher, sem pretensão realista, mas ilustrando o que era tido como ideal estético feminino da época (entre 24000 e 22000 a.C.), com seios fartos e quadris largos como símbolo de fertilidade. Encontrada em sítio arqueológico situado perto de *Willendorf*, na Áustria. Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

feminino ideal é alto e magro ilustrado em modelos esguias que desfilam para grandes grifes em todo o mundo, sendo que, por vezes, o gosto social atual remonta a época Helenística e a imagem da *Vênus Calipígia*⁹ com suas formosas nádegas ofertadas por Zeus, onde um abundante *derrière* tem apreciação de cunho sexual.

Assim sendo, sabemos que os padrões de beleza mudam, com curvas ou não: tudo depende dos valores da época e da sociedade, deixando claro que o corpo e gosto são fenômenos culturais que refletem o pensamento, a ideologia e o comportamento de uma época, corpo este coberto e adornado pelo vestuário pertencente ao sistema de moda que, igualmente, funciona como dispositivo reflexivo da sociedade, fortemente influenciada por fatores históricos, a moda reflete em si causas e consequências dos acontecimentos vivenciados pela sociedade. Apertados em espartilhos¹⁰, com cinturas marcadas, soltos e livres, em suas mais diversas configurações, os corpos sempre sofreram modificações oriundas das modelagens impostas pelo vestuário, pela moda, pelo gosto, por aquilo o que se passava a considerar como belo no decorrer da história social. O belo traduz-se no sistema de moda em tendências que ditam o que está em voga, o que deve ser usado pela massa a fim de que cada indivíduo se torne pertencente ao grupo social que lhe interesse.

Iniciamos uma breve análise do que se considerava belo no que concerne ao vestuário, e as antagônicas mudanças na representação de tal conceito no decorrer da história da moda ocidental¹¹. Neste ponto, se faz necessário um adendo sobre como funcionava o vestir antes do surgimento do conceito de moda que consideramos atualmente; tratava-se de indumentária, ou seja, vestes impostas por meio de tradição, hierarquia, prestígio social. Aqui, o belo era um conceito imposto pela tradição de cada povo, sem distinções entre as vestes de homens, mulheres e crianças.

Dito isso, remontamos ao período Gótico, do final da Idade Média, na chamada Era Aristocrática da moda (LIPOVETSKY, 2009), na qual as camadas de maior poder e prestígio social ditavam o que era belo nas vestes. Na idade das Trevas, o Igreja

⁹ Entre as várias representações de Vênus, a deusa romana do amor, há a Vênus Calipígia, exposta no Museu Nacional de Nápoles, na Itália, que aparece levantando a roupa para mostrar as nádegas, perfeitamente proporcionais. Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

¹⁰ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

¹¹ Surgida na Idade Média, do desejo de diferenciação, distinção social entre as classes da sociedade. Dada através do mimetismo, onde a aristocracia inventava algo novo para usar e era copiada pela burguesia, em adequação a sua realidade social e econômica.

era tida como a única organização que podia formar a base da unidade social, assim sendo, a elevação para Deus era representada tanto nas altas e pontiagudas torres das igrejas, quanto nas formas alongadas das roupas, que apresentavam ainda uma certa influência Bizantina, proveniente das roupas importadas do Oriente por meio do Mercantilismo das Cruzadas. Eis que surge o alfaiate profissional, na figura masculina. Observa-se, pela primeira vez e de forma sutil, a presença de preferências individuais em representação do belo em elementos da indumentária usada, como na cor, no tecido utilizado, além do uso de acessórios. Porém a distinção social, ainda que não mais imposta por tradição, mantinha-se presente quando os nobres passam a usar acessórios com símbolos e brasões representativos da família a que pertenciam. Na alta Idade Média, homens e mulheres usavam uma túnica ajustada com um cinto na cintura, por vezes com uma sobre-túnica de pele¹². A mulher imitava os estilos da indumentária masculina, adequando-a gradualmente ao tamanho e formas do seu corpo. Com a chegada da peste bubônica o belo buscou adequar-se ao funcional, tomando uma estética quase austera, as saias deixaram de ser tão longas para que não arrastasse no chão, o decote subiu e as mangas passaram para a altura dos cotovelos. As têmporas rapadas e o chapéu cônico, *Hennin*¹³, comuns e simbólicos da época soam estranhos aos olhos do belo vigente hoje na sociedade.

No Renascimento, o corpo cheio contrapõe-se ao esguio e alongado do período anterior, na representação do belo enquanto divindade na estética humana. Arte e beleza eram vistas como expressões da divindade humana. Renascida de um difícil período, a Europa surge com novas ideias e ideais voltados para a racionalidade e a lógica, refletidos na indumentária. Preparando a chegada da Idade Moderna, a junção da ciência ao humanismo fez nascer no homem o espírito racionalista e mentalidade científica, sem medo da subjetividade, o homem buscou individualidade, se tornou competitivo, aberto ao diferente. Aqui podemos marcar o início do *ethos* Moda, com a quebra da ancestralidade na imposição dos trajes, a individualização dos sujeitos e a valorização do novo. Inicia também a diferenciação dos trajes conforme os sexos: para os homens gibão e braie¹⁴, para as mulheres o vestido.

¹² Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

¹³ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

¹⁴ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

Na tentativa de controlar as competições de luxo e ostentação entre as pessoas, Igreja e Estado existiam as Leis Suntuárias, que estipulavam regras e padrões que “vinculavam o uso de determinados artigos à posição social, reservando certos trajes e objetos a classes específicas; classes inferiores ficavam proibidas de adquiri-los, mesmo que tivessem recurso para tanto.” (SVENDSEN, 2010, p. 40). Com efeito, a proibição tornava os objetos ainda mais atraentes àqueles que não os deveriam possuir, conforme as leis e, por conseguinte, estas eram frequentemente violadas. Conforme Svendsen: “Elas serviram precisamente para reforçar o papel das roupas como um marcador importante, ao criarem critérios relativamente claros para o status social ligado a vários objetos.” (SVENDSEN, 2010, p. 41). Comparar uma imagem feminina do período gótico com uma imagem de uma mulher renascentista torna claramente visível a ruptura estética compreendida nessa transição, principalmente nas formas vistas em cada uma delas, que mudam do estilo gótico para o barroco, influenciando na arte, moda e arquitetura, linhas antes alongadas passam a ser horizontalizadas.

A tendência barroca buscava provocar emoção, em contraposição a frieza gótica. O belo era visto agora até mesmo nos defeitos físicos, muitas vezes inventados, como mancar ao caminhar. A exuberância nas formas e a dramaticidade, teatralidade, dinamismo, conflito e apelo emocional são características do momento. Tal exuberância, desejo de individualização, distinção, principalmente das camadas mais altas da sociedade, desencadearam ao exagero visto no Rococó. Falar de padrões estéticos deste período é um tanto quanto perverso, tendo em base os padrões aos quais estamos inseridos na atualidade. Alguns itens do vestuário que desfilavam pelos corredores de Versalhes na época parecem piada aos olhos contemporâneos, como as evidentemente artificiais perucas usadas pelos homens como dispositivo de poder, além do fato de empoar-se. Já as mulheres deveriam usar o *Fontange*¹⁵, penteado preferido de Luiz XVI. Para estruturar os vestidos, as mulheres carregavam pesadas estruturas de armação, o *panier*, que foi crescendo cada dia mais, se tornando inconstante, fazendo com que as portas aumentassem a largura para que as mulheres não precisassem adentrar recintos passando de lado por conta do exagerado volume de seus quadris vestidos. Os trajes femininos do rococó poderiam ser usados hoje em um desfile de carnaval, pois a estética da época

¹⁵ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

se assemelha a uma fantasia carnavalesca de porta-bandeira atual. “Se não há pão, que comam brioques”, frase da “Rainha da Moda”, Maria Antonieta, que ilustra o patamar de futilidade que atingiu a alta sociedade naquela época. (STENVENSON, 2012).

Do momento de euforia do Rococó, a França mergulhou de cabeça naquela que seria um marco transformador em sua história, a Revolução Francesa, encabeçada pela burguesia, que recebeu forte apoio e participação popular dos demais cidadãos pertencentes ao terceiro Estado, impulsionados por sua insatisfação frente a desigualdade entre as classes (Estados) e alimentados por ideais Iluministas, que defendiam o fim do Absolutismo, o terceiro Estado avança em direção as mudanças das quais almejava, quebrando paradigmas até então seguidos e respeitados. Ao derrubar tradições que dominaram a Europa durante séculos, a Revolução conquistou a queda da sociedade estamental (dividida em Estados) e do absolutismo monárquico, onde o poder passou a pertencer a pessoas comuns, eleitas democraticamente. Uma nova Constituição foi escrita: leis eram criadas sem seguir a tradição. É neste momento que surgem os conceitos de Política de Esquerda (apoio as ideias revolucionárias) e de Direita (defesa da tradição, do antigo regime). Direitos naturais, liberdade política regida pela democracia, liberdade econômica e igualdade jurídica foram alguns dos principais ganhos do povo através da revolução. (HOBBSAWM, 2014). Todas essas mudanças refletiram-se na moda por meio de uma “limpeza” estética, agora chegara a vez do simples e prático, sem luxos, sem exageros, totalmente contrário a moda da corte Francesa antes da Revolução, entra em voga a moda Império, imitando estátuas gregas com o *robe em chemise*¹⁶, por exemplo, branco, com cintura alta (abaixo dos seios), de tecidos leves como musselina ou cambraia. Houve o abandono do *pannier* e dos espartilhos. Os homens adotaram a roupa de campo inglesa. A mudança das aparências retratava os contrastes dos valores aristocráticos e burgueses, a roupa possuía significado político, portanto, a simplicidade do vestuário ilustrava prova de patriotismo, de amor as causas defendidas pelos revolucionários o ideal estético do momento questionava: “Como chegar à igualdade se a distinção social continua a se manifestar no vestuário?” O gosto passou a ser por trajes simples, nas formas e nos tecidos usados, um movimento minimalista, como diríamos nos dias de hoje. Em suma, a moda pós-

¹⁶ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

revolução fazia referência ao classicismo, que preparava a sociedade para receber o movimento romântico. (COSGRAVE, 2012).

Com a chegada do Romantismo, em meados do século XIX, após a fria e racional filosofia Kantiana, o tema razão perde a vez para o sentimento, a nostalgia e a fantasia. Ressaltando essa tendência, podemos citar Rousseau, um filósofo iluminista que falou sobre a importância do sentimento, reprovando a frieza da razão. No Romantismo, o indivíduo era livre para a interpretação pessoal da existência. O período Romântico trouxe a contradição ao racionalismo típico do Iluminismo e defendeu a liberdade das emoções. Surge a proposta do ser humano espontâneo e emocional (sentimentalismo exacerbado), trazendo à tona o individualismo (subjetivismo) e o egocentrismo. Na moda romântica, dão-se continuidade os padrões estáticos previstos pelo pós-revolução, um período de reestruturação onde a moda era ditada pela política, com rejeição a imagem que lembrasse a aristocracia. (BRAGA, 2007)

Durante o século XIX, já na Idade Contemporânea, a moda passa por importantes transformações, como o surgimento da Alta costura em 1858, impulsionada pela volta do espírito materialista na Europa, durante o segundo império de Napoleão III na França. A imperatriz Eugênia, que possuía um genuíno apreço pela moda, foi uma representante da ostentação nos seus vestidos feitos por Charles Frederick Worth que consolidou sua *Maison* como a pioneira da *haute couture*, sendo o mais famoso, inovador e caro *couturier* da França. Worth agregou valor artístico a estética de seus vestidos, que eram desejo de muitas mulheres, mas possível para poucas. (COSGRAVE, 2012) Ainda hoje a Alta-costura conserva seus valores artísticos e inacessíveis para a grande maioria da população, pois tem como ideal, manter a aura da roupa enquanto objeto artístico, na época de sua reprodutibilidade técnica¹⁷ pelas redes de *fast fashion*.

Chegado o século XX, a Alta Costura continua imperando, com nomes como Paul Poiret e suas criações com estilo Oriental na década de 1910, Coco Chanel¹⁸ revolucionando o vestir feminino com o estilo andrógino na década de 20. A silhueta da mulher do novo século sofreu mudanças, mais uma vez. As modelagens são amplas, a marcação da cintura desce ao quadril, dessa vez, os peitos quem são apertados com faixas, para reduzir seu volume, o padrão estético se resume em linhas

¹⁷ Parafraseando Walter Benjamim em seu famigerado texto publicado em 1955.

¹⁸ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

retas e formas quadradas. Muito do que se considerou belo no século XX, continua presente na moda atual, como o uso das pérolas, por exemplo, lançadas por Chanel e consideradas ainda hoje como atemporais. (LAVÉ, 1989).

Nos anos 30 e 40, o corpo feminino é militarizado, condizente ao contexto bélico vivido na época. Em 1942 a *Vogue* proclamou em Londres: “Elegância é *démodé*”. A utilidade estimulou avanços em estilos que visavam a utilidade, funcionalidade. A escassez de meia de náilon junto da exigência do ingresso na mulher na força de trabalho, levou as mulheres mais jovens a adotarem o uso de calças, antes restritas ao vestuário de lazer. (STENVENSON, 2012).

Passados os tempos difíceis, o padrão estético da década de 50 traz de volta as curvas definidas na silhueta feminina, o padrão “mulherão” é ilustrado pelas *pin ups*¹⁹ no intuito de devolver os padrões de feminilidade a mulher que era ilustrada sempre no ambiente doméstico, exercendo funções do lar, mas com pegada sexy, feminina, mostrando como devia ser a mulher naquela época. O New Look²⁰, de Dior, traz a linha corola, com silhueta em forma ampulheta, muito usada até os dias atuais. (STENVENSON, 2012). Outro item proveniente dessa época e em voga na atualidade da moda são os vestidos com estampa floral, ícone de feminilidade e leveza, continuam pertencentes ao padrão estético vigente hoje.

Nos anos 60, surge o *Prêt-à-porter*, a moda pronta para vestir, agora podia-se comprar interpretações insípidas de modelos da alta-costura em lojas de departamentos. Foi uma década de muitas mudanças e muitas adaptações. Os anos sessenta foram da cultura jovem, dos estilos variados, do *rock and roll*, do homem pisando na lua pela primeira vez, dos movimentos pacifistas do final da década. Foi a década também da moda unissex, proveniente do ideal jovem, passando a ideia de coletivo e gerando uniformização. Dentro desse cenário de crescimento do espaço conquistado pelos jovens, a transformação da moda foi radical, com o fim da moda única, que passou a ter várias propostas e a forma de se vestir se tornava cada vez mais ligada ao comportamento. O jeans se firmou como ícone da moda jovem, com diversos modelos. Os padrões estéticos ditavam a volta da androgenia que se une ao corpo magro e aos olhos grandes, na figura da modelo Twiggy²¹. (BRAGA, 2007). O movimento *Pop Art* agrega cores e estampas psicodélicas as roupas, que seguem o

¹⁹ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

²⁰ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

²¹ Vide anexo 1 – Glossário Ilustrado.

mesmo padrão na década seguinte, com algumas mudanças trazidas pelo movimento Hippie, como o ato de customizar, tingir, fazer intervenções de forma autêntica e natural nas roupas, o que temos como releitura a prática do DIY (*do it yourself*) disseminados pelas redes sociais nos dias atuais. Ainda ilustrando os padrões estéticos da moda de 1970, houve uma grande diversificação na moda, quando diversas opções e estilos se tornaram referências, sempre tomando como base os ideais de conforto e praticidade.

O surgimento de tribos urbanas que adentraram o século seguinte adiante, influenciou drasticamente os conceitos e padrões estéticos na moda, agora há vez para todos os gostos e estilos, basta adequar-se a algum grupo que traduza seus anseios e gostos. Por falar em gosto, este é mais subjetivo do que nunca. A moda dos dias atuais se diz democrática e individualista ao mesmo tempo, paradoxo este discutido por Barnard (2003) que dá conta de como adequar a questão do gosto individual as tendências ditadas pela moda a cada novo lançamento de coleção, o autor propõe que se busque um ajuste entre aquilo que se considera belo, e aquilo o que as grifes julgam ser pertinente aos padrões estéticos vigentes, adequando estilo e tendência àquilo o que se quer comunicar através das roupas, ou seja, visando construir corretamente o discurso dos signos que o indivíduo deseja portar por meio de sua imagem. Podemos verificar que nos séculos anteriores, os padrões estéticos mudavam com menos frequência e, basicamente influenciados por questões sociais vivenciadas no momento. Já no decorrer do século XX a cada década o padrão estético ditava conceitos diferentes de belo, ainda baseado em fatores históricos, mas também ouvindo e traduzindo a voz do povo. No presente século, as coisas aceleraram de forma bruta no mundo da moda, bem como em todos os campos da sociedade. A influência da tecnologia em nosso cotidiano transformou as formas de pensar, produzir e consumir a moda. Dessa forma, a aceleração de que muito se fala no ritmo cotidiano da sociedade, é visto refletido na história da moda. Por mais que o discurso contemporâneo fale de valores individuais e pregue, muitas vezes, a valorização da subjetividade, o que de fato acontece é que:

A tirania da aparência mudou apenas de rosto e território. Ela estava centrada no vestuário, mas agora depende cada vez mais do corpo; era caprichosa, tornou-se “científica” e mais performativa; desejava a mudança perpétua, agora desejamos uma eterna juventude. (...) Estamos em uma época em que a moda é cada vez mais leve e cada vez menos leve. (LIPOVESTKY, 2016, p. 169).

2.2 A MODA CONTEMPORÂNEA VESTE MAL ALINHAVADOS RETALHOS

Como visto, a moda desde seu surgimento foi o impulso pelo novo, pela mudança e negação ao passado. Passamos, agora, a tratar da moda nos dias presentes, na sociedade Hipermoderna (LIPOVETSKY, 2004), ou Modernidade Líquida (BAUMAN, 2001), na qual esta busca incessante pelo novo parece mais ávida do que nunca. A experiência da compra é extremamente prazerosa, impulsionada pela publicidade envolvida nos produtos de moda (indumentária, ou não necessariamente) e a satisfação pelo uso é breve, passageira. O baixo preço ou facilidade nas condições de uma nova compra faz com que os produtos sejam precocemente descartados e substituídos por novos, ciclicamente.

Consolidou-se o ideal de moda como um processo democrático, no qual “as pessoas usam a sua realidade cotidiana e as suas referências de vida, como amigos e família, para compor a sua forma de vestir” (MIRANDA, 2017, p. 92). Paradoxalmente, desta forma, o indivíduo utiliza-se da moda também no processo de afirmação, conforme Ana Paula Miranda (2017, p. 92-93) continua:

De fato, segundo Greimas e Courtés (1985), o conceito de identidade opõe-se ao de alteridade, servindo para “(...) designar o traço ou o conjunto de traços (...) que dois ou mais objetos têm em comum” (p.224). Estes elementos, em boa parte, vão se alterando e se modificando à medida que os sujeitos buscam produzir diferenças para professar a afirmação de si diante do Outro.

A globalização tornou possível o acesso entre bens e indivíduos, facilitando processos de informação e obtenção de produtos em escala global. No mesmo dia em que um produto é lançado em outro país, ou continente, por meio da rede (*internet*) é possível conhecer e adquirir o produto com um clique, sem ao menos a necessidade de sair de casa.

Esse amplo acesso a informação foi aproveitado pela publicidade como forte arma de persuasão e incentivo ao consumo, que construiu acerca dos produtos um discurso permeado no ideal de felicidade ligado à posse de produtos e serviços. O momento ápice do consumo é, justamente, a experiência da compra, que logo perde seu efeito e faz com que os produtos sejam descartados cada vez mais precocemente, em uma busca incessante pelo novo, a nova compra, a nova experiência, a nova posse. (QUESSADA, 2003)

A moda também leu essa macrotendência escrita pela sociedade e a traduziu nas redes de *fast fashion*, que tomaram conta do comércio mundial de roupas, sapatos, acessórios e demais bens com informação de moda. O ritmo de produção acelera em resposta a aceleração do ritmo do consumo e este, em contrapartida, se torna cada vez mais sedento por novidades, pelo novo e inédito (relido pelas entrelinhas do velho). Dessa forma, tem-se uma cadeia que se autogere, onde o consumo alimenta a indústria e a indústria alimenta o consumo de maneira autotrófica. Sobre a velocidade das coleções, Matilda Lee (2009, p.17) constata que:

A moda costumava ser ditada pelas estações. Uma coleção era feita para “Primavera/Verão” e outra para “Outono/Inverno”. No início da década de 1990, varejistas como Gap e Esprit criaram uma coleção para cada uma das quatro estações, ainda dentro do real significado do termo “estação” – uma das quatro divisões naturais do ano. Mas isso levou alguns varejistas a aumentarem ainda mais e a oferecerem seis ou oito estações, depois dez a 12. Hoje, alguns varejistas têm 15 estações todos os anos. Muito distantes das estações verdadeiras, nossas lojas se tornaram um carrossel constantemente girando com novas modas que mudam no espaço de semanas.

FIGURA 1: VELOCIDADE DE CONSUMO E PRODUÇÃO ESTÃO INTERLIGADAS



Consumo e colapso; duas facetas da indústria do *fast fashion*.
Fonte: Imagens do Pinterest, montagem da autora

Aos poucos, os estudos no campo da moda, têm se voltado para as questões de mercado atuais. Um exemplo é a publicação do economista italiano Enrico Cietta (2012), que, ao contrário do documentário de Morgan abordado neste trabalho, apresenta o *fast fashion* como um modelo de sucesso que causou uma verdadeira revolução no mercado da moda. Cietta (2012) dedicou a íntegra da obra ao tema,

tratando de estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. Ele justifica que no modelo *fast fashion*

A velocidade de resposta ao mercado é considerada a verdadeira alavanca competitiva; os custos baixos dos seus produtos são obtidos principalmente pela exploração de seus fornecedores, aos quais impõem preços e condições de entrega que levam, inevitavelmente, à exploração de mão-de-obra. (...). Este livro solicita ao leitor que utilize lentes capazes de ver além desses aspectos que existem, mas que não representam o conteúdo revolucionário do modelo *fast fashion*. (CIETTA, 2012, p. 19).

Em contrapartida, a maioria dos estudos referentes ao tema vão ao encontro da ideologia pregada por Morgan, que transmite uma visão negativa desse sistema de moda. Esses estudos abordam os impactos sociais e ambientais da indústria de moda rápida e, em alguns casos, buscam fomentar ideias que gerem uma mudança nesse sistema e no consumo atual dos produtos de moda. Nesse segmento, o autor brasileiro André Carvalhal (2016) propôs um “manifesto pela grande virada em prol de uma moda com propósito”.

Pelo viés do design, levantam também a bandeira por mudanças, Kate Fletcher e Lynda Grose (2011), em um livro que apresenta variados vieses acerca da sustentabilidade na moda. Este também é o tema do estudo que propõe uma reflexão tida como necessária pela autora Lilyan Berlim (2016), *designer* têxtil com carreira acadêmica como coordenadora na Pós-graduação em design de moda com foco em sustentabilidade da universidade La Salle, Rio de Janeiro. Alisson Gwilt (2014), formada em moda e têxteis pela Central Saint Martins College of Arts (eleita como a melhor instituição para ensino de moda), pesquisadora de moda especializada em sustentabilidade propõe um guia prático para a aplicação de estratégias de sustentabilidade em cada um dos passos que compõem o processo de criação e produção de moda.

Já a abordagem de Matilda Lee (2009) ao tema, em “Ecochic”, se dá por meio do que a autora chama de um guia de moda ética para a consumidora consciente. A abordagem ética parece relevante nas discussões, apesar de a autora se fazer tendenciosa ao direcionar seu livro ao público feminino já no título.

Esses são apenas alguns estudos publicados no Brasil, em forma de livros, que podem ser encontrados por meio de pesquisas das palavras-chave “moda; sustentabilidade”. Além da provável existência de outros títulos que passam pelo desconhecimento desta autora, além de teses, dissertações, artigos acadêmicos e

outras publicações de pesquisadores do campo da moda e de outros campos que dialogam com as questões tratadas.

Outro ponto a ser discutido no atual cenário da moda diz respeito a capacidade de criação e o teor artístico da moda que parece ter se perdido ao longo de seu desenvolvimento no decorrer dos anos. Com exceção das grifes de *Haute Couture* (*alta costura*) reservadas ao acesso de um número seleto de clientes nos dias atuais, o *Prêt-à-porter* (*pronto para vestir*) desvencilhou-se em meio ao furacão da chegada do *fast fashion* no mercado mundial. Até mesmo algumas marcas de luxo e *designers* de renome no mundo da alta moda, renderam-se às parcerias com redes de *fast fashion*, alegando o intuito de democratizar o acesso aos produtos de marcas famosas e/ou luxuosas.

Hoje, a indústria funciona de maneira fria e rasa, baseada na cópia, na reprodutibilidade técnica²². Características como funcionalidade deixaram de constar nos ideais de compra, a voga é o desejo do momento, aquilo o que se vê na tela do celular. Os produtos de moda atuais, em sua maioria, parecem desprovidos de aura, puramente estéticos e mais ainda, atrelados a valores sociais de posse, de pertencimento. Miranda (2017, p.93) diz que:

Segundo Belk (2004), em certos níveis de materialismo, as posses assumem um papel central na vida pessoal e são creditados como grande fonte de satisfação e frustração na vida. Isso causa uma relação entre consumo cultural e felicidade, que vem a ser o sentimento de “se sentir bem”.

A mecanização de tudo afeta também as pessoas que trabalham na fabricação desses produtos, nem elas parecem ter aura. São meras peças substituíveis que devem executar seu trabalho na maior velocidade possível.

Vivemos, dessa forma, o que Lipovetsky & Serroy (2015) consideram a estetização do mundo na era do capitalismo artista. Os autores instigam o leitor à reflexão quando interrogam se “A hipertrofia das mercadorias vai de par com a atrofia da vida sensível e das experiências estéticas?” (p.13).

Tal afeição ao valor estético dos produtos, vinculado ao ideal publicitário de poder ligado à posse desses produtos, faz cada vez mais efêmero o modo como

²² Termo de Walter Benjamim, 1955.

ocorre o consumo, e a relação consumidor-objeto²³. Daí, mais uma vez, citamos o pensador francês Lipovetsky (2016) que, em sua mais recente obra cunha a sociedade “da leveza”, afirmando que caminhamos rumo a uma civilização sem peso. Essa leveza estende-se, conforme o autor, aos mais variados âmbitos da vida contemporânea; a leveza é buscada no ideal de bem-estar, na economia, no consumo, no ideal de corpo (bonito e saudável), no digital, na moda, na arte, na arquitetura, no design, e assim por diante. Por trás desse desejo de sentir-se leve, o homem contemporâneo, individualista como nunca, carrega os pesos da sua existência baseada em relações tão fluidas, efêmeras e passageiras quanto tudo o que cerca. “O leve preenche cada vez mais o nosso mundo material e cultural; invadiu nossas práticas comuns e remodelou nosso imaginário.” (LIPOVETSKY, 2016, p.19).

A sociedade contemporânea, como analisa Zygmunt Bauman (2008) deixou gradualmente de ser de produtores para tornar-se uma sociedade de consumidores. Volta-se a vida para o consumo, a um ponto em que até mesmo o indivíduo se torna mercadoria. O sociólogo distingue que “na era sólido-moderna da sociedade de produtores, a satisfação parecia de fato residir, acima de tudo, na promessa de segurança a longo prazo, não no desfrute imediato dos prazeres.” (BAUMAN, 2008, p. 43). Embalados por uma ideologia que prega a felicidade alcançada por meio da posse de produtos e bens materiais do momento, os consumidores assumem um padrão de conduta que clama pelo novo a todo momento. E quando chegado esse momento, a experimentação do novo, passa de maneira muito breve, leve, líquida. E de volta o desejo se volta ao querer ter.

O consumo é uma prática natural da vida humana e tem ligação com necessidades básicas do indivíduo. Já o consumismo pode ser visto como um estado doentio do consumo, a cólera da sociedade contemporânea. Nas palavras de Bauman (2008, p.41) “de maneira distinta do *consumo*, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o *consumismo* é um atributo da *sociedade*.”

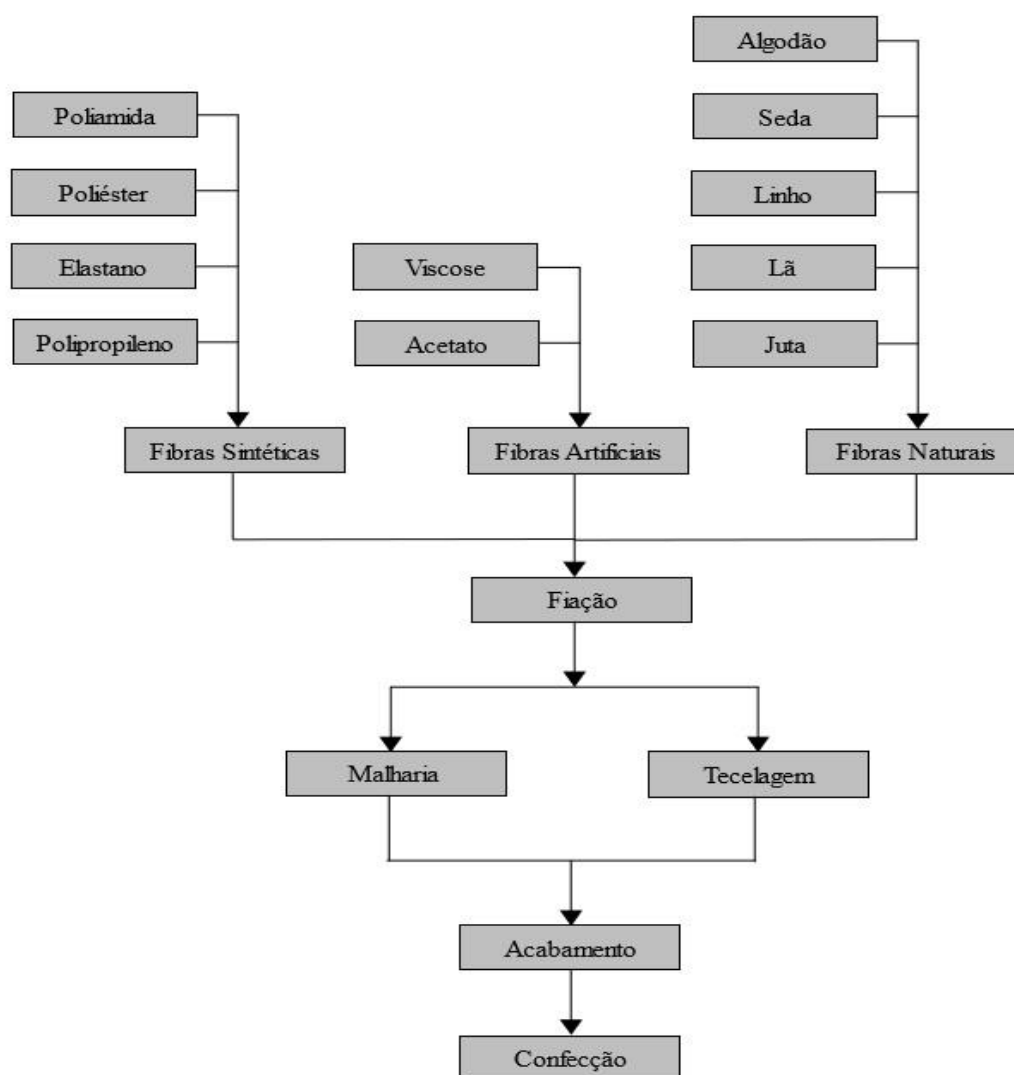
A indústria têxtil encontra-se entre as atividades industriais mais antigas da humanidade e, segundo Berlim, (2016, p. 27) é considerada uma das maiores áreas

²³ Miranda (2017, p. 36) afirma que “a relação, na verdade acontece entre as pessoas e o mundo, sendo o objeto o instrumento, como um porta-voz, para que essa relação seja possível dentro do escopo do que é desejado pela pessoa possuidora e definida pelo objeto possuído ainda dependente da interpretação da audiência.”

industriais do planeta. Com a Revolução Industrial, houve um intenso desenvolvimento do maquinário têxtil, a produção que até então se dava de maneira artesanal, industrializou-se e os produtos passaram a ser produzidos em série a partir da introdução da divisão do trabalho, isto é, a confecção de um artigo que antes era realizada de uma só vez passa a ser executada em diferentes operações, fazendo com que cada uma delas fosse realizada por um operador em uma determinada máquina especializada. O sistema de produção passa de manufatura à produção em massa e, com isso, origina-se o sistema econômico que conhecemos por capitalismo.

Atualmente, a cadeia produtiva têxtil é composta de variados segmentos de setores responsáveis pelo fornecimento de matérias primas e equipamentos.

FIGURA 2: A CADEIA TÊXTIL



Assim que a matéria-prima principal (malhas e/ou tecidos) juntamente dos demais insumos utilizados (aviamentos como botões, zíperes, pedrarias e aplicações para bordados, etc.) chegam nas confecções, se inicia todo um novo processo rumo à obtenção do produto final. Este processo, que varia muito conforme a confecção, compreende etapas como criação de peças, modelagem, corte, costura de peça piloto, construção de ficha técnica e, enfim, produção do número pré-estabelecido de cada peça. (TREPTOW, 2004).

No *fast fashion*, todas essas etapas anteriormente citadas, se dão em uma velocidade muito alta, conforme demanda o atual mercado, como já citado anteriormente. Por esse motivo, em muitas dessas etapas é possível encontrarmos falhas como as citadas neste trabalho e que podem ser vistas no documentário a ser analisado, em questões ecológicas/sustentáveis, econômicas, sociais.

O desrespeito ao trabalhador da indústria têxtil do *fast fashion* é uma das questões mais problemáticas desse sistema. A mão-de-obra barata encontrada nos países subdesenvolvidos revela a existência de um descompasso nos princípios éticos e políticos vigentes nestes lugares, que vai além de salários baixos: a falta de segurança nas estruturas onde operam as confecções, a ausência de sindicatos eficazes que delimitem horários de trabalho justos e condizentes ao salário recebido e ao trabalho executado, entre outras questões que podem ser vistas no filme de Morgan.

Porém, é justa uma reflexão sobre a história do trabalho, para verificarmos ser um mito a afirmação de que a sociedade atual é pior, mais depravada, decadente, etc., do que os modelos de sociedade anteriores ao nosso. Isso expressa um sentimento nostálgico que não contribui no enfrentamento dos problemas sociais atuais. Não é verdade que a sociedade atual é pior que as anteriores. Tomamos como exemplo o universo do trabalho, pelo viés da indústria da moda discutida neste estudo. Atualmente falamos das fábricas de suor (*sweatshop*), do trabalho escravo nas fábricas têxteis em países como Bangladesh, Índia, Vietnã e outros. Nesses países a legislação trabalhista não existe e se existe não é observada pelos órgãos responsáveis de fazê-la ser cumprida. A procura capitalista por altos lucros com baixos investimentos leva muitos países desenvolvidos a procurarem países subdesenvolvidos para instalarem suas fábricas e usufruírem de uma massa de trabalhadores à espreita de um 'emprego' – é assim que muitos pensam sobre a forma e as condições que essas pessoas trabalham.

Tais questões são tratados como se fossem uma novidade da pós-modernidade. Para refutar essa visão, recorremos a Michel Foucault que em seus meticolosos e precisos exames estruturais, apontou exemplos de que esse tipo de situação já acontecia na França, na Suíça e na Inglaterra, do século XIX. Na ocasião em que esteve no Brasil, em sua última conferência na PUC-Rio, ele cita um caso real de trabalho na França que se apropriava não somente do tempo dos indivíduos para o trabalho, mas dos seus próprios corpos. Segundo Foucault, uma rígida disciplina era exercida sobre o tempo dessas mulheres. Elas “deviam levantar-se todas as manhãs às 5h; às cinco e cinquenta deveriam ter terminado de fazer o *toilette*, a cama e ter tomado o café; às seis horas começava o trabalho obrigatório, que terminava às oito e quinze da noite” (FOUCAULT, 2005, p. 108). Foucault se pergunta qual seria o motivo para o rígido controle do tempo dessas trabalhadoras e responde que é por essa lógica de prosseguimento que se alcança o controle dos corpos, isto é, a disciplina dos mesmos para o trabalho, para a vida em sociedade, etc. A esse modelo de trabalho Foucault denominou de fábricas-prisões. Foucault (2005, p. 109-110) explica que nessas fábricas-prisões, “o tempo do operário é inteiramente comprado, de uma vez por todas, por um prêmio anual que só é recebido na saída”. Enfim, em tom de denúncia, Foucault (2005, p. 110) afirma que “em uma única região da França, no Sudeste, havia 40.000 operárias têxteis que trabalhavam neste regime, o que era, naquele momento, um número evidentemente considerável”.

A transposição da análise de Foucault (2005) para o século XXI dá-se em muitas características. Nas fábricas têxteis atuais dos subcontinentes, o controle do tempo das trabalhadoras é feito, muitas vezes, pelo próprio empregador local, que também se vê envolvido na trama do controle de seu próprio tempo. Tempo para ele é dinheiro. É necessário produzir mais, em menor tempo e com alta qualidade para responder aos padrões exigidos pelo faminto mercado internacional. Para atingir esses resultados, ele precisa controlar não só o seu tempo, mas o tempo de seus funcionários. Ele precisa organizar uma estrutura capaz de ‘discipliná-los’ ao trabalho. Por essa razão, devem ficar em silêncio, em seus lugares, sem risadas ou piadas, vigiados a todo momento por um supervisor ou pelo próprio empregador, etc. Desta forma, otimiza-se o tempo pela disciplina dos corpos. É isso que podemos notar em certas partes do documentário, principalmente quando Shima fala do caso em que foram agredidas por que reuniram-se e requisitaram um aumento aos supervisores.

Utilizando ainda do pensamento de Foucault (2013) para uma análise do documentário, vemos em alguns momentos a ideia de corpo supliciado, descrito pelo filósofo em *Vigiar e Punir*, como uma maneira de chocar aqueles que o assistem. Morgan tenta produzir, em alguns frames específicos, essa ideia de corpos supliciados, ou seja, corpos flagelados pela dura realidade que vivem. O suplício, da perspectiva foucaultiana, serve como um ato corretivo por parte do poder, onde toda a comunidade deve participar como espectadora. No caso de Morgan (2015), toda a tela global. Conjecturando uma postura entre Foucault e Morgan, ousamos afirmar uma relação direta entre *Vigiar e Punir* e uma das possíveis conclusões que o documentário pode levar seus espectadores, a saber, uma possível conscientização dos problemas proporcionados à uma parcela da sociedade – as trabalhadoras desse sistema - por outra parcela da sociedade tida como ‘sociedade consumista’ ou ‘sociedade do consumo’.

Quanto ao possível panorama futuro desse sistema de fazer moda que, a cada dia demonstra maior fragilidade quanto a questões éticas, sociais e ambientais, em um estudo intitulado “A Quarta Revolução Industrial do Setor Têxtil e de Confecção: a Visão de Futuro para 2030”, Bruno (2016, p. 42) afirma que:

Atualmente, consultorias e analistas especializados no setor assumem que está próximo o fim das vantagens competitivas da manufatura de baixo custo dos países de baixa complexidade econômica. Atraso tecnológico, ineficiências produtivas, qualificação insuficiente, infraestruturas físicas e de comunicação precárias inserem custos adicionais àqueles assinalados anteriormente, no caso da China, enquanto instabilidades políticas regionais introduzem ameaças e aumentam os riscos de investimento, assim como longas distâncias aumentam os custos com energia.

Dessa forma, entende-se que o próprio fator econômico será responsável por uma remodelação na indústria do *fast fashion*.

2.3 A CORRENTE SUSTENTÁVEL SURGE COM O *SLOW FASHION*

É uma árdua tarefa falar em consumo consciente em tempos de *fast fashion* e felicidade baseada no consumismo em uma sociedade individualista (Lipovetsky, 2016). Convidar um indivíduo a pensar nos demais e propor a ele uma brusca mudança de hábitos de consumo em prol do bem-estar alheio parece um tanto quanto utópico no contexto em que vivemos. Porém, para que haja mudança, são necessários esses pesados primeiros passos que, nas questões voltadas ao

consumo de moda, têm sido dados de maneira gradual por pessoas que resolveram tomar uma consciência coletiva e partir a uma mudança vista como necessária para o equilíbrio social, econômico e ecológico reestabelecer-se no mundo contemporâneo.

Como visto no desenvolvimento deste trabalho e na produção de Morgan, muitas são as mazelas existentes no *background* das grandes lojas de varejo espalhadas pelo mundo, aumentando suas vendas dia após dia, graças ao uso de mão-de-obra análoga à escravidão, à falta de consciência ecológica e de compromisso social, à um trabalho de publicidade em massa que prega o consumismo, mas oculta os processos de produção praticados pelas grandes marcas de *fast fashion*, entre outras.

Para, então, buscar-se soluções para tais mazelas, se faz necessário pensar em sociedade, nos mais diversos âmbitos, desde social, econômico, ecológico e assim por diante, a fim de oferecer práticas que substituam as maneiras atuais de fazer e consumir moda, e que atinjam de maneira eficaz a todos as etapas envolvidas nesse processo que compreende desde a criação até o descarte da mercadoria.

Há, na história da moda, a percepção de que uma tendência sempre vem em oposição aquela que esteve em voga até o momento.

Nesse contexto, surgem as marcas que hoje chamamos de *slow fashion*, contrárias em todos os sentidos às varejistas de *fast fashion*, na moda lenta, todos os detalhes que permeiam a produção de peças em baixa escala, são pensados de forma sustentável e consciente. Berlim (2016, p. 77) aponta que a pesquisadora de moda sustentável já citada neste trabalho, Kate Fletcher foi uma das pessoas que exerceu grande influência na criação do conceito *slow fashion*.

A escolha das matérias-primas que serão utilizadas, com acompanhamento de sua origem e processos pelos quais possa ter passado, como por exemplo, fibras naturais para tecidos que concentrem menor ou nenhum percentual de insumos químicos na sua produção.

No momento da produção das peças, o uso dos tecidos e aviamentos também é feito de maneira sustentável, utilizando-se de técnicas que possibilitem o melhor aproveitamento possível dos materiais, como o *zero waste*, por exemplo, técnica de encaixe de moldes que resulta em 100% do aproveitamento do tecido, sem sobras resultantes do corte.

FIGURA 3: MOLDE E ENCAIXE DE ZERO WASTE



Fonte: <http://okadadesign.blogspot.com.br/2010/01/zero-waste-pattern-desgin.html>

A conscientização dos consumidores também é primada pelas marcas de *slow fashion* que pregam princípios de comprar por necessidade e não por preço baixo ou por tendência momentânea. Dessa forma, evita-se um guarda-roupas massivo bem como o descarte prematuro de peças simplesmente por que já não atendem ao que é ditado pela tendência do momento.

Outro fator repensado no consumo de *slow fashion* faz jus à qualidade das peças, que são pensadas para serem duradouras, além de saudáveis ao contato da pele. (FLETCHER; GROSE, 2011) Já no *fast fashion* o fator de toxidade das fibras não é levado em conta, visto que para ter matéria-prima suficiente para suprir a rápida produção, uma quantidade muito maior de insumos tóxicos como pesticidas é utilizada nas plantações, como Morgan mostra no documentário. O quesito qualidade também é propositalmente omitido pelas indústrias de *fast fashion*, seu objetivo é que as peças sejam baratas e descartáveis para serem rapidamente substituídas por novas.

O atual cenário da moda aqui contextualizado, direciona o presente trabalho ao objeto empírico que será apresentado no capítulo a seguir.

3 THE TRUE COST (2015): UM DOCUMENTÁRIO SOBRE O AVESSO DAS ROUPAS

Produzido graças a uma campanha bem-sucedida no *Kickstarter*²⁴ e lançado em *Cannes*, no ano de 2015, o documentário *The True Cost*, sob direção de *Andrew Morgan*, dos Estados Unidos, relata os impactos sociais e ambientais da indústria da moda, mas especificamente das marcas que atendem ao conceito chamado *fast fashion*. Tal sistema, pertencente ao modelo econômico baseado no crescimento, consiste na produção em altíssima velocidade e de baixo custo de produtos de moda. (BERLIM, 2016) É é nesse ponto que se iniciam os problemas: para conseguir o baixo custo busca-se a mão de obra barata disponível em países subdesenvolvidos. N O *fast fashion*, que iniciou como apenas mais um processo de produção, se transformou em um novo modelo de negócios resultante de mudanças nos processos e estratégias empresariais das empresas varejistas de vestuário internacional. (CIETTA, 2012)

A temática abordada pelo documentário vem ganhando espaço nas discussões pertinentes à moda, mercado e consumo. Morgan, por meio de suas lentes, produziu para o mundo a sua representação da realidade de uma das facetas da indústria da moda contemporânea. Logo, a partir daqui, o presente trabalho visa apresentar o documentário para, posteriormente, executar uma análise a fim de sanar o questionamento tido como objetivo desse trabalho,

3.1 SOBRE A PRODUÇÃO, ASPECTOS TÉCNICOS E SUAS ASSERÇÕES

The True Cost (2015) apresenta-se em 92 minutos de imagens altamente contrastantes, divergentes em sentido e discurso, sobre algo tão pertencente a ordem do cotidiano (socialmente obrigatório) que uma discussão do calibre da apresentada por Morgan parece discrepante: as nossas roupas e sua produção. Iniciamos um resumo do filme, com apresentação de *frames* significativos, ao olhar da autora deste estudo, os quais num primeiro momento elucidarão o discurso do

²⁴ Site de financiamento coletivo mundial que busca apoiar projetos inovadores: https://www.kickstarter.com/projects/truecost/the-true-cost?ref=nav_search&result=project&term=THE%20TRUE%20COST

documentário apresentado e, no próximo capítulo deste trabalho, servirão de objetos epistemológicos para análise das entrelinhas do discurso de Morgan (2015) por intermédio de teorias que dizem respeito a produções cinematográficas e suas linguagens, bem como, em um terceiro momento, oferecer uma reflexão das problemáticas referentes ao *fast fashion*, embasada em teorias da Moda.

As legendas de apresentação de pessoas ou lugares que aparecem no decorrer do filme são cor-de-rosa, cor essa, culturalmente associada ao feminino, ao passo que a cor azul é relacionada à figura masculina. A moda, da mesma forma, é comumente ligada ao universo feminino e somada de adjetivos pejorativos de frivolidade, e superficialidade. (LIPOVETSKY, 2009)

Na maior parte do tempo, a câmera é plana, a altura da câmara compara-se à altura do olhar de um indivíduo de estatura mediana, confere a sensação de olhar o cotidiano e poder perceber-se parte dele. Por vezes, a câmera alta ou *Plongée* é usada em enquadramentos de planos abertos revelando o espaço interno de fábricas têxteis, além de remeter ao "olhar de cima" a problemática (NICHOLLS, 2005), o olhar do espectador se fazendo superior àquelas pessoas em seus locais de trabalho. As pessoas entrevistadas ao longo de todo o documentário aparecem em plano médio, enquadrados da cintura para cima.

Uma imagem utilizada no lançamento do documentário de Morgan tende a chamar a atenção e despertar o interesse do espectador que pode vir a se ver logo no pôster usado para o lançamento mundial do filme (figura 1), como sendo um daqueles modelos que representam consumidores cegos da cadeia da moda. A imagem pode funcionar como um espelho, proporcionando um estranhamento (*das unheimliche*)²⁵, um certo inquietamento para aquele e naquele que olha para e se vê no cenário retratado.

²⁵ A palavra alemã 'unheimlich' é obviamente o oposto de 'heimlich' ['doméstica'], 'heimisch' ['nativo'] - o oposto do que é familiar; e somos tentados a concluir que aquilo que é 'estranho' é assustador precisamente porque não é conhecido e familiar. Naturalmente, contudo, nem tudo o que é novo e não familiar é assustador; a relação não pode ser invertida. Só podemos dizer que aquilo que é novo pode tornar-se facilmente assustador e estranho; algumas novidades são assustadoras, mas de modo algum todas elas. Algo tem de ser acrescentado ao que é novo e não familiar, para torná-lo estranho. (FREUD, 1996).

FIGURA 4: PÔSTER DE LANÇAMENTO MUNDIAL DE *THE TRUE COST*, 2015.



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OaGp5_Sfbss

O documentário é repleto de momentos que permitem esse tipo de inquietamento, haja vista ao uso de imagens que tendem a atingir ao espectador, ao mesmo tempo que são reconhecidas como pertencentes ao seu dia a dia, contrastadas com a triste realidade que há por trás dessa cotidianidade.

Em voz *over*, as primeiras falas do diretor apresentam o que suas câmeras estão prestes a desvelar e o motivo da realização da produção:

– Esta é uma história sobre roupas. Sobre as roupas que vestimos, as pessoas que fazem essas roupas e sobre o impacto que está tendo no nosso mundo. É uma história sobre cobiça e medo, poder e pobreza. É complexo, já que se estende por todo o mundo. Mas também é simples, revelando o quanto estamos conectados aos inúmeros corações e mãos por trás de nossas roupas. Eu entrei nessa história nessa história sem nenhum conhecimento de moda, começando com nada além de algumas simples questões. O que eu descobri mudou para sempre a forma como eu penso sobre o que visto, e minha esperança é que faça o mesmo para você. (*THE TRUE COST*, 1'22". 2015).

Tal fala se faz acompanhada de imagens iniciais que tendem a submergir o espectador ao paradoxo a ser abordado no filme, por meio de cenas que alternam entre luxo e *glamour* de produções de marcas e desfiles, e ambientes de produção

têxtil (fábricas), ou retratos do cotidiano dos trabalhadores da citada indústria. Neste momento inicial, se faz, sutilmente, possível perceber que a divergência "Ocidente *versus* Oriente" estará presente no discurso que seguirá; traços ocidentais (vestuário, peles claras, assim como olhos e cabelos, em sua maioria claros, e um certo ar de despojamento para com as câmeras) para as cenas que mostram o *glamour* da moda; traços orientais (indumentária tradicional da cultura, como sáris, peles morenas, cabelos escuros, traços asiáticos, etc.) para as cenas que retratam a indústria da moda e suas problemáticas.

FIGURA 5: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015; MOÇA É FOTOGRAFADA EM STREET STYLE.*



A moça de pele e cabelos claros posa para fotógrafos em evento de moda; ela gira como uma dançarina para dar movimento à saia que veste, enquanto sua *t-shirt* traz a frase "IN VOGUE WE TRUST", fazendo referência à famosa revista de moda.

Fonte: Recorte da autora

FIGURA 6: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. Meninas indianas.*



Meninas vestem *saris* muito parecidos enquanto aguardam suas refeições. As feições revelam uma certa timidez e seriedade, impostos às mulheres nessa cultura em sinal de respeito e recato.

Fonte: Recorte da Autora

As cenas seguintes acompanham o caminhar de Lucy Siegle, jornalista e apresentadora, que aparece como primeira entrevistada no documentário e tem a palavra mais algumas vezes ao longo do filme. Lucy também é diretora executiva do documentário. Sob a imagem que corre, o espectador ouve a voz de Morgan novamente, mas agora dirigindo-se à Lucy, o diretor sugere à Lucy que inicie dizendo seu nome e falando sobre como aconteceu seu interesse nas questões do *fast fashion*. No restante do filme, a voz do entrevistador não aparece nos diálogos, apenas como narrador em voz *over*. Este recurso de locução, também conhecido como voz de Deus é comum em documentários, como “(...) uma voz que possui *saber* sobre o mundo”. (RAMOS, 2013, p. 23). Todas as outras entrevistas apresentadas no decorrer do documentário se dão desta forma, apenas os entrevistados aparecem em cena, discursando suas narrativas sem a exposição do questionamento que lhes fora feito.

FIGURA 4: BASTIDORES DO FILME *THE TRUE COST*, 2015

Making of de The True Cost (2015). Lucy Siegle é entrevistada por Morgan.
Fonte: www.thetruecostmovie.com

Às falas de Lucy são adicionadas falas de Orsola de Castro, *designer* de moda, uma das fundadoras do *Fashion Revolution*²⁶, realiza trabalhos de *upcycling*, que cria novas peças a partir de tecidos e materiais reciclados. Enquanto Lucy fala sobre

²⁶ Movimento criado após o colapso do edifício Rana Plaza, onde funcionavam confecções que prestavam serviços para marcas de *fast fashion*, marcando a morte de milhares de trabalhadores. O movimento tem por objetivo informar e conscientizar os consumidores de moda sobre o *fast fashion*. O tema é abordado mais amplamente no capítulo 3 deste trabalho.

seu passado consumista, Orsola fala de sua paixão por materiais, cores, texturas com os quais trabalha de maneira artesanal. Intercalados, os discursos de ambas expõem as mudanças ocorridas nos modos de produção e consumo da moda nos últimos anos. Seguindo a cena, Morgan fornece informações sobre essas mudanças, apresentando números sobre terceirização de produção nos EUA; as fontes de tais informações, porém, não são citadas pelo diretor. Ao fundo de sua voz, como se o espectador assistisse a um televisor antigo com imagem centralizada e cantos arredondados, cenas que denotam certo patriotismo, com famílias reunidas e a bandeira dos EUA, são embaladas ao som de uma marcha que vem a corroborar o teor ufanista que compõe um discurso irônico e crítico.

FIGURA 7: *FRAMES DO FILME THE TRUE COST, 2015. CENAS ILUSTRAM DISCURSO DE MORGAN SOBRE PATRIOTISMO AMERICANO.*



Fonte: Recorte da Autora.

Conduzindo o espectador ao contexto industrial, a entrevista que segue a narrativa de Morgan se dá em Dongguan, na China, com o CEO no grupo *TAL Apparel*, Roger Lee. O mesmo afirma que o grupo conta com cerca de 25.000 (vinte e cinco mil) trabalhadores apenas no setor de fabricação de vestuário, que produzem uma a cada seis camisas sociais vendidas nos EUA. Roger defende que o preço final do produto abaixou significativamente nos últimos 20 anos e o custo de produção desses produtos não acompanhou a queda, ao contrário, aumentou.

O apresentador Stephen Colbert surge na tela, participando de uma entrevista em um programa de televisão, com a seguinte crítica sobre o mercado americano: "O mercado global é um lugar onde exportamos trabalho para acontecer nas condições que quisermos, e depois os produtos voltam para mim, baratos o suficiente para jogá-los fora sem nem pensar nisso".

FIGURA 8: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. COLBERT NO CENTRAL COMEDY.*



Stephen Colbert, em entrevista na qual discursa sobre o mercado atual. Morgan não revela a data da referida entrevista.

Fonte: recorte da autora

O diretor executivo da *War on want*²⁷, John Hilary, defende que a globalização da produção mundial consiste na terceirização para economias de baixo custo de países subdesenvolvidos onde os salários são muito baixos. A pressão de mercado por parte dos empreendedores, os quais John situa no topo da cadeia, alimenta esse tipo de competitividade de preços, pois haverá sempre uma outra fábrica que aceite executar a produção por um preço mais baixo, suscitando, dessa forma, uma disputa entre fabricantes que, para não perderem o cliente, prestam serviços a preços muito baixos e quem paga essa conta é o trabalhador que se sujeita a um salário extremamente baixo e condições precárias em longas jornadas de trabalho.

²⁷ Instituição de caridade do Reino Unido que combate a pobreza nos países em desenvolvimento em parceria com organizações de base e pessoas afetadas pela globalização. Eles combatem as causas profundas da pobreza global, desigualdade e injustiça. Disponível em: <https://truecostmovie.com/john-hilary-interview/>. Acesso em 12/08/2017.

FIGURA 9: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. ATIVISTA JOHN HILARY.*



Fonte: recorte da autora

Seguindo o filme, cenas do cotidiano de moradores de Dacca, capital de Bangladesh, introduzem a fala de Arif Jebtic, um proprietário de fábrica de roupas que aceitou ser entrevistado, seu discurso defende que os baixos preços praticados no Ocidente "dificultam as coisas" para ele, enquanto prestador de serviços, e ele, então, enquanto chefe, "tem de dificultar as coisas" para seus empregados. Segundo ele, ceder a essa pressão de mercado e aceitar propostas de baixo custo é uma questão de sobrevivência. Suas palavras são corroboradas em uma nova fala de Roger Lee.

Em meio a cenas das ruas de Bangladesh, Morgan narra o incidente de 24 de abril do ano 2013; um prédio com estrutura comprometida, de oito andares chamado Edifício Rana Plaza no qual funcionavam fábricas têxteis prestadoras de serviços a marcas de *fast fashion*. No ocorrido, muitos trabalhadores ficaram feridos e, alguns dias após o desabamento, o fim das buscas contabilizou 1129²⁸ mortos (corpos encontrados). Morgan apresenta o fato com fortes imagens do resgate de feridos,

²⁸ O número de mortos é variável nas diversas fontes onde são encontradas notícias sobre o colapso do *Rana Plaza*, portanto, a informação aqui adotada provém do próprio documentário (12'05").

corpos em sacos enfileirados no chão, o desespero de familiares de pessoas que estavam no prédio no momento do desabamento. Gritos, choro, correria, apitos e uma melodia dramática servem de fundo para vozes dos noticiários comunicando o acidente.

FIGURA 10: COLAPSO DO RANA PLAZA, 2013



Figura 5: Colapso Rana Plaza, em Bangladesh, 2013. Fonte: <http://ffw.com.br/noticias/verde/apos-quase-3-anos-corte-de-bangladesh-vai-julgar-responsaveis-pelo-colapso-do-rana-plaza/>.

Uma garota sobrevivente ao colapso, cujo nome não é indicado no documentário, conta como foi sua experiência durante os momentos em que esteve presa aos escombros, com as pernas soterradas, sem conseguir mexer-se. Inicialmente o enquadramento em câmera plana um pouco mais fechada, a mostra da altura do peito para cima, ao fim de seu relato, a imagem se abre e revela-a sentada em uma cadeira de rodas por conta da perda de suas pernas; eis que Morgan oferece ao espectador uma fratura que parece intensificar a seriedade com que Morgan vê e pretende ser vista, a questão, por seu espectador.

FIGURA 11: *FRAMES* DO FILME *THE TRUE COST*, 2015. SOBREVIVENTE DO DESABAMENTO DO RANA PLAZA.



Fonte: Recorte da autora

Dentre outras cenas que possivelmente configuram o fator persuasivo do discurso visual, a imagem de um homem e uma mulher que morreram abraçados e assim foram encontrados em meio aos escombros, aparece em tela cheia e Morgan utiliza-se do recurso de plano subjetivo, o qual o "Dicionário Teórico e Crítico de Cinema" (2009) define do seguinte modo:

A mobilidade da câmara, o caráter centrado (focalizado) daquilo que ela mostra, fizeram com que fosse muitas vezes comparada com um olho no exercício do olhar. Sendo o enquadramento o sinal de uma escolha naquilo que é mostrado, decorrente de uma intencionalidade. (...). Esta visão pode ser a do cineasta – e a subjectividade traduz-se então geralmente por um suplemento de expressividade. (AUMONT, MARIE, 2009, p. 240).

FIGURA 12: FRAME DO FILME *THE TRUE COST*, 2015. O ABRAÇO FINAL.



Nessa cena a câmera vai fechando, "encurralando" o olhar do espectador para a feição dos corpos abraçados. A imagem é de autoria da fotógrafa Taslima Akhter e ficou conhecido como "O abraço final" ²⁹.

Fonte: Recorte da Autora

A trabalhadora, o trabalhador, o colapso, os destroços, o abraço, o amor e a morte; o Rana Plaza protagonizou o maior desastre da indústria têxtil, entre diversos outros incidentes que já haviam acontecido antes da data, além de outros, posteriores a este, os quais Morgan cita, por meio de manchetes em noticiários americanos. A indústria do *fast fashion* continua extorquindo vidas e fazendo vítimas dentro e fora das fábricas. Arif volta à cena e molda um discurso completamente paradoxal à sua anterior justificativa de sobrevivência; enquanto dono de fábrica, fala

²⁹ A informação de autoria da fotografia, omitida pelo diretor, foi encontrada em noticiários na internet, sobre o acidente. Disponível em: ultimosegundo.ig.com.br/mundo/2014-04-24/colapso-de-predio-em-bangladesh-completa-um-ano-sem-real-reparacao-para-vitimas.html. Acesso em 18/09/2017.

sobre a violação dos direitos daqueles (seus) trabalhadores e que considera isso inaceitável em pleno século XXI, em um mundo globalizado. Arif, em sua fala, se faz controverso e confuso, pois afirma ter conhecimento da difícil realidade de trabalho de seus empregados, justifica sua posição como de defesa de si próprio e demonstra indignação com o modelo de negócio ao qual está inserido.

FIGURA 13: FRAME DO FILME *THE TRUE COST*, 2015. A VISÃO DE UM DONO DE CONFECÇÃO



"Aqueles pobres mil garotas perderam as suas vidas porque ninguém se importou, não estavam nem aí. Eles só queriam preços baixos e um bom lucro. Isto não deveria ser assim. (Pausa breve) E mais vai acontecer. (Riso irônico) Desculpe, mas não é apenas a pressão do preço, é algo como... ignorar a vida de outras pessoas. Não é... (Balbucia) não deveria... Não é certo. Estamos no século XXI! Estamos vivendo em um mundo globalizado e simplesmente ignoramos a vida dos outros? Como pode?"

Fonte: Recorte da Autora

Morgan segue o documentário com as entrevistas de Benjamin Powell (Diretor do *Free Market Institute*, da Universidade do Texas) e Kate Bell-Young (ex-gerente de recursos da rede *Joe Fresh* de *fast fashion*), ambos, em seus discursos, defendem que não há riscos ou problemas no trabalho nas indústrias têxteis, – as quais são denotadas, pela primeira vez no documentário, pelo o termo *sweatshop*³⁰; pelo contrário, seriam estes empregos, oportunidades para aquelas pessoas que não

³⁰ “Fábricas de suor” em alusão às confecções têxteis dos países subdesenvolvidos que operam para o sistema *fast fashion*..

possuem melhores opções vivendo em países subdesenvolvidos, Benjamin justifica que os salários mais baixos se fazem condizentes ao custo vida proporcionalmente mais baixo, enquanto Kate declara, de modo sarcástico, pensar que produzir roupas não seja um trabalho com riscos, e que os trabalhadores poderiam estar trabalhando em algo pior.

A continuidade do documentário se dá em Londres, quando as lentes seguem o caminhar de Safia Mineey, fundadora e presidente executiva da marca *People Tree*, a qual opera seguindo princípios de *slow fashion*, com consciência em todas as etapas de produção. Morgan, nesse momento, apresenta uma visão contrária às anteriores, de que há, sim, maneiras e possibilidades de se fazer Moda de modo consciente e lucrativo. Safia explica que a sua marca funciona de maneira contrária ao modo de criação e produção das marcas de *fast fashion*: inicialmente avaliam as habilidades dos trabalhadores e, em cima disso, desenvolvem uma coleção de modo a valer-se daquilo que a mão-de-obra coloca a sua disposição, ela denomina o processo como "comércio equitativo" que se faz ativo em mais de 60 países. Em sua entrevista, a designer descreve como funciona o acompanhamento e supervisão em todas as etapas do processo de produção das coleções.

Morgan apresenta ao espectador aquela que será protagonista de sua produção, a garota Shima Akhter, de Daca. O conteúdo restante do documentário alterna-se entre a história de vida contada por Shima, seu cotidiano de trabalho e entrevistas que, na montagem, compõem a narrativa do *fast fashion* por diversos vieses, como continuaremos apresentando no prosseguimento deste trabalho. Shima tem 23 anos e trabalha na indústria têxtil desde os 12, quando se mudou para Daca em busca de emprego. Shima tem uma filha, Nadia, e conta que por vezes, tem de levá-la para o trabalho consigo, mesmo havendo riscos quanto à presença de máquinas, produtos químicos e o ambiente ser quente, como relata. Porém, ela não tem com quem deixar sua filha, portanto a leva para o interior, onde seus pais cuidam de Nadia enquanto Shima busca seus sustentos em Daca.

FIGURA 14: *FRAMES DO FILME THE TRUE COST, 2015. SHIMA E NADIA*

A primeira impressão que Morgan oferece de Shima é a imagem materna, cuidadora, na cena que a estreia no documentário, lava sua filha, Nadia. A seguir, aparece sozinha, em câmera plana, se apresenta ao entrevistador e segue narrando sua história.

Fonte: Recorte da Autora

Entre cenas do cotidiano da cidade, nas quais Shima e sua filha caminham de mãos dadas, a voz de Morgan fala de números da indústria têxtil, porém, não menciona a origem de tais informações. O diretor afirma que Shima é uma entre os 4 milhões de trabalhadores das quase 5 mil fábricas têxteis de Bangladesh, fazendo roupas para marcas ocidentais. Ele declara, ainda, que 85% desses trabalhadores são mulheres e recebem valores inferiores a 3 dólares por dia como salário. Shima

testemunha que quando iniciou o trabalho na indústria têxtil, recebia um valor mensal de 10 dólares como pagamento.

Morgan conversa também com o dono da fábrica na qual Shima trabalha, o empresário Mowla Chowdhury bate na mesa (de maneira literal) ao afirmar que o empregado deve confiar no seu empregador e respeitá-lo, para que haja um bom ambiente de trabalho dentro da fábrica. Retoricamente, sua fala é seguida do relato de Shima sobre sua ação na formação de um sindicato na fábrica em que trabalha, Shima é a presidenta do sindicato desde sua formação. Ela conta certa ocasião em que, representando seus companheiros de trabalho, entregou aos gerentes uma lista com pedidos de melhoras, tal feito gerou uma grande discussão entre as partes, a qual acabou em agressões físicas: " (...) e, juntamente com eles (os gerentes), 30-40 funcionários nos atacaram e bateram na gente. Eles usaram cadeiras, paus, balanças e coisas como tesouras para baterem em nós. Nos chutaram e deram murros, bateram nossas cabeças nas paredes, sobretudo, nos bateram no peito e abdômen" relata Shima.

A narrativa segue com Morgan em voz *over* alegando informações e números sobre a indústria da moda. Segundo ele, uma em cada seis pessoas no mundo, atualmente, trabalha em algum setor da indústria da moda. Tal informação, de calibre bastante significativo, não tem sua fonte explicitada no discurso de Morgan. Pode-se perceber ao longo do filme, que Morgan tende a ser persuasivo, mas sua retórica acaba enfraquecida pela omissão das fontes de muitas informações e números apresentados pelo diretor.

Guiado pela voz de Morgan, o filme segue com suas filmagens ao Texas (EUA), para adentrar no discurso das questões ecológicas do *fast fashion*. O espectador conhece Larhea e Carl Pepper, irmãos produtores de algodão fornecido à indústria da moda, os quais relatam as mudanças ocorridas nos modos de produção ao longo dos anos, com finalidade de acompanhar as demandas de matéria-prima exigidas pela indústria. A produtora relata a morte de seu esposo devido a um câncer ao qual os médicos atestaram sua origem do contato prolongado com pesticidas e outros insumos e químicos utilizados na produção do algodão convencional. Tal acontecimento, motivou Larhea a substituir seu cultivo pelo algodão orgânico.

FIGURA 15: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. ALGODÃO ORGÂNICO COMO OPÇÃO MAIS SEGURA.*



O cenário se expande em grandes áreas de plantações de algodão.

Fonte: Recorte da Autora

De volta à Índia, na cidade de Deli, o documentário entrevista a ativista ambiental Vandana Shiva, a empresa mundial Monsanto é denunciada no discurso de Vandana. Morgan corrobora suas acusações com a entrevista de um ex-diretor executivo da empresa, Jagdisan Tiruvadi, que confirma as táticas de monopólio de sementes de algodão pela citada empresa.

As asserções de Vandana são intercaladas por participações como a do pesquisador Pritpal Singh, em Punjab, região onde se cultiva a maior parte do algodão indiano, e por isso, faz-se uso de grandes quantidades de pesticidas. Dr Pritpal tem estudado os impactos do uso de tais produtos químicos, na saúde da população que vive na região. Morgan parece, mais uma vez, possuir o intuito de ser assertivo e persuasivo ao espectador, quando entrevista o pesquisador, ouvindo-o relatar os resultados de suas pesquisas, de frente a uma mãe com seu filho portador de demência mental, uma das doenças apontadas como consequências dos pesticidas. A ilustração vívida é retórica aos relatos de Dr. Pritpal.

FIGURA 16: FRAME DO FILME *THE TRUE COST*, 2015. A ESPERA DA MORTE.



"Esta mãe está esperando a morte deste garoto"

Fonte: Recorte da Autora

O discurso volta a Vandana e trata da alarmante taxa de casos de suicídios de fazendeiros que cultivam algodão na Índia. Após se endividarem com compras de sementes monopolizadas, têm de arcar com altos gastos com pesticidas e, quando já não conseguem superar tais dívidas, a empresa que fornece os materiais toma suas terras. Dando continuidade, Morgan leva o espectador até a Universidade de Knox, Illinois (EUA), na entrevista do professor Tim Kasser, PHD em psicologia. Porém o discurso agora visa a psicologia do outro lado dessa história: a do consumidor dos produtos provenientes de indústrias do *fast fashion*. Segundo ele, a publicidade envolta em tais produtos propaga ideais de felicidade e satisfação no consumo. Mark Miller, professor de Mídias e Cultura na Universidade de Nova York, também condena a propaganda por pregar ideais de felicidade ligados a posse de produtos, não só de vestuário, mas em um âmbito geral. Os discursos intercalados corroboram sobre a teoria de que a propaganda vende a ideia de que o consumo resolve problemas e traz felicidade.

FIGURA 17: FRAME DO FILME *THE TRUE COST*, 2015. MARK MILLER



Os livros, o professor PHD e suas meias.
Fonte: Recorte da Autora

Seguidas das falas dos professores universitários e seus discursos acerca da propaganda envolta nos produtos, cenas com trechos de vídeos de três garotas *youtubers* celebrando e exibindo aos seus *followers* (*seguidores*) suas compras de produtos de marcas de *fast fashion*.

FIGURA 18: *FRAMES DO FILME THE TRUE COST, 2015. JOVENS YOUTUBERS*



Garotas *Youtubers* exibindo suas compras em vídeos na plataforma mundial.
Fonte: Recorte da Autora

Em Milão, Itália, o gestor de investimentos Guido Brera oferece uma visão pelo viés voltado ao *fast fashion* e seus impactos na economia social. Ele afirma que as pessoas estão cada vez mais pobres em virtude do consumismo e relaciona o advento do consumismo e o *fast fashion* ao desaparecimento da classe média.

As lentes de Morgan conduzem o espectador para Hong Kong, China, com a entrevista de Christina Dean, fundadora e Diretora Executiva da Redress³¹, que aborda o crescente volume de descarte de roupas e tecidos em aterros sanitários nos últimos 10 anos. Suas palavras são complementadas com uma nova aparição de Lucy Siegle. Em Seguida, Morgan narra dados quantitativos sobre o assunto, novamente não são citadas fontes de tais informações. Ainda falando sobre o descarte prematuro de roupas, Orsola de Castro, reaparece na produção de Morgan.

³¹ A Redress é uma ONG ambiental que trabalha para reduzir o desperdício no setor da moda. Fonte: <https://www.redress.com.hk/about/story/>. Acesso em: 12/10/2017.

FIGURA 19: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. LIXO TÊXTIL.*



Aterro sanitário; o monte de lixo é composto, em grande parte, por resíduos têxteis.

Fonte: Recorte da Autora

Em Porto Príncipe, capital do Haiti, Morgan conversa com Catherine Charlot, *designer* de *upcycling*, ela explica o que é o *Pepe*, um mercado de roupas usadas provenientes do EUA, que são "despachadas" para países do terceiro mundo. Catherine afirma que essas roupas são provenientes de doações dos americanos, mas que acabam sendo comercializadas em grandes pacotes fechados, e vão parar no *Pepe*, espécie de brechó de rua no Haiti. Segundo a *designer*, o aumento da entrada dessas roupas no comércio acabou extinguindo a indústria têxtil local.

FIGURA 20: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. FEIRA LIVRE DE ROUPAS USADAS: PEPE.*



A *Pepe*, feira livre de roupas usadas nas ruas de Porto Príncipe.
Fonte: Recorte da Autora

Aos 43'15", o documentário segue o roteiro deslocando-se para Califórnia, onde apresenta a marca *Patagonia*, empresa do ramo têxtil baseada na ética do consumo consciente. Na entrevista o vice-presidente de assuntos ambientais da marca, Rick Ridgeway, esclarece o porquê de preferirem utilizar o termo "clientes" e não "consumidores" com aqueles que utilizam a marca.

Seguindo a narrativa, Morgan traz a *designer* internacionalmente reconhecida, Stella McCartney, cuja imagem na moda é vinculada ao consumo consciente entre sua marca e seus consumidores. Sua breve fala enfatiza o poder contido nas mãos do consumidor, de mudar o cenário atual.

FIGURA 21: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. STELLA MCCARTNEY.*



A *designer* de Moda Stella McCartney.
Fonte: Recorte da Autora

O discurso do documentário segue intercalando narrativas antagônicas, ora expressam a corrente de consumo e modelos de produção conscientes e sustentáveis, ora retomam as problemáticas ambientais, sociais em suas diversas facetas apresentadas por Morgan, por meio de seus entrevistados. Dessa forma, o discurso se constrói ao longo do documentário com concordância entre falas, imagens e sons que constituem a linguagem audiovisual proposta pelo diretor. Cenas que desvelam extrema pobreza, difíceis condições de sobrevivência, precariedades econômico-sociais de povos, degradação ambiental em terras e rios, mesclam-se a imagens de lojas e consumidores em seus interiores, ávidos por novidades e liquidações.

O filme traz a curiosa afirmação de que a Índia é a maior exportadora de couro do mundo, com curtumes concentrados principalmente em Kanpur, cidade indiana situada nas margens do rio Ganges. Rakesh Jaiswal, fundador da *Eco Friends*³², fala dos impactos que os curtumes causam a todo o ambiente no qual estão inseridos, por conta da poluição da água, do solo com insumos utilizados nos processos de curtimento do couro, como o cromo, por exemplo. Fala dos males à saúde dos

³² ONG com base em Kanpur, Índia, que nos últimos quinze anos procura soluções sustentáveis para questões críticas de degradação ambiental. Fonte: <http://www.ecofriends.org/main/about.htm>. Acesso em 19/10/2017.

habitantes da região, como incidência de cânceres associados a exposição aos componentes químicos utilizados pela indústria.

FIGURA 22: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. PRODUÇÃO DE SAPATOS.*



Atrás do monte; homem trabalhando na produção de sapatos, observa-se a ausência de qualquer tipo de EPIs (equipamento de proteção individual).

Fonte: Recorte da Autora

Entre entrevistas de ativistas, estudiosos e outras pessoas envolvidas em causas que permeiam as questões expostas no filme, a história de Shima é, por ela própria, apresentada em uma linearidade interposta por falas e imagens que tendem a asseverar as dificuldades que relata viver a jovem trabalhadora, em relação às condições em que trabalha, ao salário raso com o qual sobrevive, a viver distante de sua filha e família, entre outras. Aos 1:02 tem-se o momento que parece ser o ápice do relato de Shima, no qual ela fala sobre as dificuldades que enfrentam para fazer as roupas e a relação dos consumidores com esses produtos. Shima acredita que a falta de consciência por parte dos consumidores sobre as condições de trabalho nas indústrias têxteis resulta na não-valorização dos produtos e dos trabalhadores. Na visão da jovem indiana, se as pessoas (remetendo aos consumidores ocidentais) soubessem que as roupas ofertadas em lojas de *fast fashion* são produzidas “com o sangue” dos trabalhadores (orientais), essas pessoas não as comprariam. Ao falar

sobre o Rana Plaza e sobre seu desejo de que situações como aquela não voltem a acontecer aos trabalhadores de Bangladesh, Shima emociona-se e, com a imagem da jovem trabalhadora limpando suas lágrimas em seu sári vermelho que a tomada se encerra. Observa-se que a fala de Shima tira o discurso do filme do núcleo voltado à sustentabilidade que vinha desenvolvendo nas entrevistas e toma abordagem às problemáticas sociais, referentes as condições de trabalho e remuneração na indústria têxtil do sistema *fast fashion*.

FIGURA 23: FRAME DO FILME *THE TRUE COST*, 2015. O CHORO DE SHIMA.



As Lágrimas de Shima; o vermelho de seu *sari* e o “sangue dado ao trabalho”.
Fonte: Recorte da Autora

Morgan introduz em seu documentário filmagens que mostram Livia Firth, ativista e diretora da empresa de consultoria e sustentabilidade *Eco-Age*, participa de entrevista para canal CNN e conferências como a de Copenhagen, e neste momento, há exposição um pouco mais direta de uma marca de *fast fashion*, na pessoa de Helena Helmersson, diretora de sustentabilidade na *H&M*. O fragmento apresentado por Morgan, da Conferência de Copenhagen, exibe uma discussão entre Livia e Helena sobre as condições de trabalho e salários praticados na indústria *fast fashion*. Após o embate, Morgan narra em voz *over* que todas as outras marcas procuradas para serem entrevistadas recusaram o seu pedido.

FIGURA 24: *FRAME DO FILME THE TRUE COST*, 2015. COP15, DINAMARCA



Livia Firth em participação na Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas de 2009, a COP15, em Copenhague, Dinamarca.
Fonte: Recorte da Autora

Levando o espectador ao Camboja, na cidade de Phnom Penh, Morgan aborda a ocasião em que trabalhadores têxteis se organizaram em protestos pedindo por aumento no salário mínimo, a polícia interferiu de forma violenta e o protesto acabou com trabalhadores feridos mortos. O documentário mostra filmagens dos protestos, das agressões e violências, dos feridos ensanguentados pelo chão, sendo socorridos em meio a um cenário conturbado de tiros, gritos, choro e correria.

A ativista dos Direitos Humanos Sochua Mu relata que a referida cidade se tornou um verdadeiro cenário de guerra, segundo ela, os trabalhadores exigiam um salário mínimo de 160 dólares. Os ataques militares aos protestantes resultaram em 5 trabalhadores mortos, 23 presos e mais de 40 feridos, conforme o relato de uma mulher cuja identidade não é revelada por Morgan, mas entende-se por seu discurso que se trata de uma trabalhadora da indústria têxtil local.

FIGURA 25: FRAME DO FILME *THE TRUE COST*, 2015 TRABALHADORA CAMBOJANA.



A trabalhadora de fábrica têxtil do Camboja chora ao reivindicar direitos mínimos e condições de trabalho.

Fonte: Recorte da Autora

O político local e Líder das Minorias, Sam Rainsy, é entrevistado por Morgan durante as cerimônias de sepultamento de um dos trabalhadores mortos durante os protestos, seu discurso vai em defesa dos trabalhadores cambojanos. Uma nova narração de Morgan explica que os empresários cambojanos, para não perderem negócios com as grandes varejistas ocidentais, aceitam os baixos valores e quem paga essa conta são os trabalhadores, que têm salários baixos e, corriqueiramente, seus direitos violados a fim de redução de custos.

O documentário segue enfatizando a problemática social no que concerne as condições de trabalho da cadeia do *fast fashion*. Sochua Um, John Hilary, Lucy Siegle, voltam a tela complementando a narrativa. De Pittsburgh, EUA, Barbara Briggs, diretora do Instituto de Direitos Trabalhistas, explica como as marcas de *fast fashion* buscam se isentar do compromisso com suas prestadoras de mão-de-obra, condenando culpa as leis locais das fábricas e a concorrência de mercado. Mais uma vez, a voz do diretor faz asserções com um som de fundo dramático e com cenas do cotidiano de curtumes, fábricas de costura, rios poluídos, agricultores em plantações de algodão; signos das problemáticas abordadas até aqui.

A partir desse momento, o documentário concentra-se na crítica ao sistema econômico, com a participação do economista Richard Wolff, junto de sua apresentação, o destaque das formações acadêmica em importantes universidades (*Harvard, Stanford e Yale*) talvez com o intuito de fortalecer a credibilidade de seu discurso. Segundo Richard, o sistema econômico dos EUA é incriticável e, por esse motivo, “podre”, pois a crítica é, segundo ele, um dos meios de uma sociedade saudável funcionar. A continuidade da narrativa se dá pelas afirmações de Tansy Hoskins, autora do livro *Stitched Up* (2014), de que o sistema econômico capitalista é a razão pela qual a indústria da moda se apresenta deste modo, neste momento. Tansy, John Hilary, Richard Wolff e Tom Kasser tem suas palavras cruzadas e, desta forma, tecem o alicerce de uma crítica ao sistema econômico atual, o capitalismo, inculcando-o como principal defeito nas bases da indústria da moda contemporânea, o qual culmina em ideais de materialismo e consumismo. Em comum no discurso de todos citados, o questionamento do preço que o capitalismo está custando para o ambiente, para os trabalhadores da indústria têxtil, aos fornecedores de matérias-primas, enfim, a toda cadeia têxtil regida pelo sistema *fast*. Comerciais televisivos e reportagens instigando ao consumo fecham a rodada de entrevistas sobre a crítica ao capitalismo, imagens de lojas sendo invadidas por uma massa de consumidores, que atacam os produtos assim que os portões de abrem, contrastam com cenas do cotidiano em uma fábrica têxtil, ou em uma lavoura de algodão; tais cenas parecem arrematar a crítica corroborando com as afirmações dos entrevistados. A trilha sonora que embala as cenas é “I want it all”³³, fazendo-se retórica às imagens.

Aos 1:20:43, uma filmagem amadora de consumidores no interior de uma loja em liquidação, revela uma descontrolada agitação que, na tomada seguinte, transforma-se no som da chuva caindo na aldeia onde vivem os pais de Shima, ela aparece defronte a um pequeno espelho, aplicando batom em sua boca e sendo fitada pelos olhos da pequena Nadia, que em seguida, está no colo da mãe, beijando-a. Nesse contexto, Shima fala dos anseios para o futuro de sua filha, para que não tenha seu mesmo destino, em uma fábrica têxtil, que possa ter um bom casamento e que seja bem vista pela sociedade. A jovem fala ainda de seu sofrimento por ter de deixar a filha e voltar para Dacca, para seu trabalho. A despedida de Shima e sua filha é também a finalização da participação da jovem trabalhadora no documentário.

³³ Natalie Taylor. Álbum *Wildfire*, 2015.

FIGURA 26: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. SHIMA E NADIA EM DESPEDIDA.*



Shima abraça sua filha, de quem ganha um beijo. A sua despedida, mais uma vez está próxima.
Fonte: Recorte da Autora

FIGURA 27: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. SHIMA NO TRABALHO*



Shima mãe dá lugar à mulher trabalhadora de fábrica têxtil. Shima costura seu sustento e o destino de sua filha, Nádia.
Fonte: Recorte da Autora

A narrativa segue o discurso do privado, do familiar, com a fazendeira Larhea em sua última aparição, falando da perda precoce de seu marido, decorrente de um tumor cerebral cuja incidência é relacionada à vivência em ambientes contaminados com pesticidas. A perda resultou na atitude da fazendeira de cultivar somente algodão orgânico. Safia também se despede de suas participações, afirmando acreditar no começo de uma mudança, porém, não sabe se a mesma se dará a tempo de recuperar o que foi perdido. O professor Tom encerra seu discurso utilizando as palavras de Martin Luther King Jr, as quais falam sobre uma revolução de valores em prol do humanismo, com a valorização de pessoas acima de coisas/objetos. E com semelhante teor, Richard Wolff, Vandana Shiva e Lucy Seagle, finalizam suas entrevistas; dando ênfase ao valor humano, acima do material, além de realinhar também valores referente à natureza que provém matérias primas essenciais a vida humana e a relação entre pessoas e dinheiro e consumo consciente.

A voz que fecha o documentário é a de Morgan com questionamentos resultantes daquilo que suas lentes mostram no decorrer de sua produção. Sua fala é ilustrada por imagens com forte caráter persuasivo, contrastantes, e uma narrativa que convida o espectador a repensar seus hábitos de consumo de roupas.

Após o detalhamento *in totum* do filme *The True Cost* (2015), o trabalho segue oferecendo um breve conhecimento teórico sobre cinema documentário, o qual alicerçará uma posterior análise do que é oferecido ao espectador, por Morgan, em momentos do filme selecionados em *frames* observados enquanto objeto epistemológico.

4 REPRESENTAÇÕES DA REALIDADE: O CINEMA DOCUMENTÁRIO

“Todo filme é um documentário.” (NICHOLS, 2005, p. 26).

Embora as primeiras experiências cinematográficas como documentário estejam associadas aos irmãos Lumière, o formato aproximado ao que conhecemos hoje teve sua afirmação a partir da década de 1920, com o norte-americano Robert Flaherty com *Nanook, o esquimó* (1922) e o russo Dziga Vertov com *O homem da câmera* (1929). Para Gilles Lipovetsky & Jean Serroy (2009, p.139):

Desde que, em 1985, o trem entrou na gare de La Ciotat, o cinema se ligou de forma duradoura com a realidade e, portanto, com o documentário. A história da sétima arte foi escrita tanto na esteira dos irmãos Lumière quanto na de Mèliès, e, de Vertov a Flaherty, de Joris Ivens a Chris Marker, o *cinema-verdade* nunca cessou de pôr o olhar da objetiva diretamente sobre o real.

O cinema documentário pode ser, muito brevemente, conceituado como uma produção na qual o cineasta busca explicitar (ou documentar, como o próprio nome sugere) a realidade em torno de determinada temática. Sabe-se que tal afirmação é falha, ao passo que não existe neutralidade e nem sempre há ética em algum dos lados das câmeras. Segundo Fernão Pessoa Ramos (2013, p. 11), “o documentário informa, milita, permite transformar o real”, em outro momento, o autor diz que “o documentário pode ser definido, de forma breve, como uma narrativa que estabelece enunciados sobre o mundo histórico (...). A camada que enuncia no documentário, distingue-se nitidamente daquela que enuncia no cinema de ficção”. (2004, p. 163).

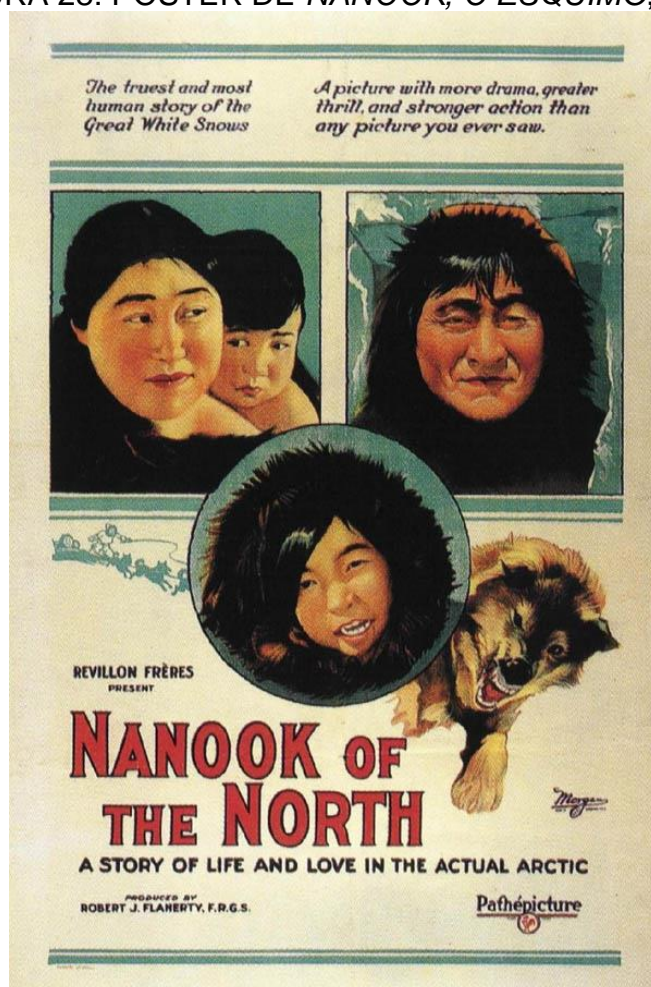
O documentário teve como antecedentes o cinema de atrações que mantinha sua ênfase na exibição, e no cinema de Documentação científica que se centrava na reunião de provas daquilo o que estava sendo documentado. Conforme Bill Nichols (2005, p.119):

A capacidade do filme de fornecer documentação rigorosa do que aparece diante da câmera leva a pelo menos duas outras direções: ciência e espetáculo. Ambas começam no cinema primitivo (aproximadamente de 1895 a 1906, quando o cinema narrativo começa a predominar). Ambas contribuíram para o avanço do documentário, mas certamente não são sinônimas dele.

O mesmo autor afirma que ao considerar essas duas vertentes como precursoras do documentário é necessário que se leve em conta outros três elementos presentes ao surgimento do mesmo: “experimentação poética; relato narrativo de histórias e oratória retórica” (NICHOLS, 2005, p. 123.).

A afirmação do cinema documentário se deu somente a partir da década de 1920, com o norte americano Robert Flaherty e o russo Dziga Vertov. O primeiro, apresentou sua produção *Nanook of the North* (*Nanook, o esquimó*) no ano de 1922, no qual exhibe um ano da vida do esquimó Nanook e de sua família, que vivem em Hudson Bay, no Canadá. A caça, a pesca e as migrações de um grupo que estão totalmente à parte da industrialização da década de 20. O cotidiano de uma família que realiza as atividades do dia-a-dia em torno, basicamente, de uma única questão: ter o que comer.

FIGURA 28: PÔSTER DE *NANOOK, O ESQUIMÓ*, 1922.

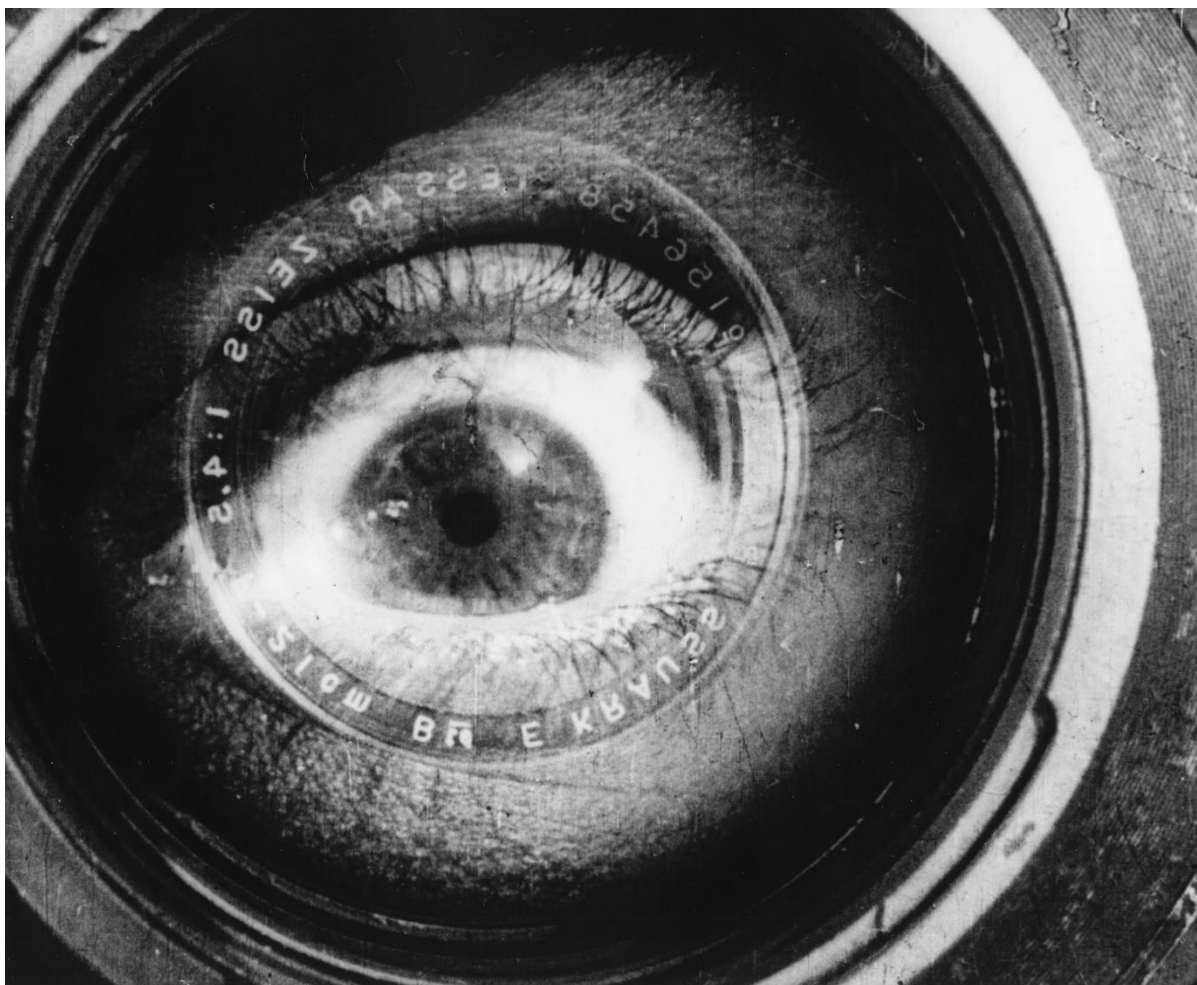


Fonte:

http://obviousmag.org/archives/2012/05/nanook_o_esquimo_um_pioneiro_do_filme_documental

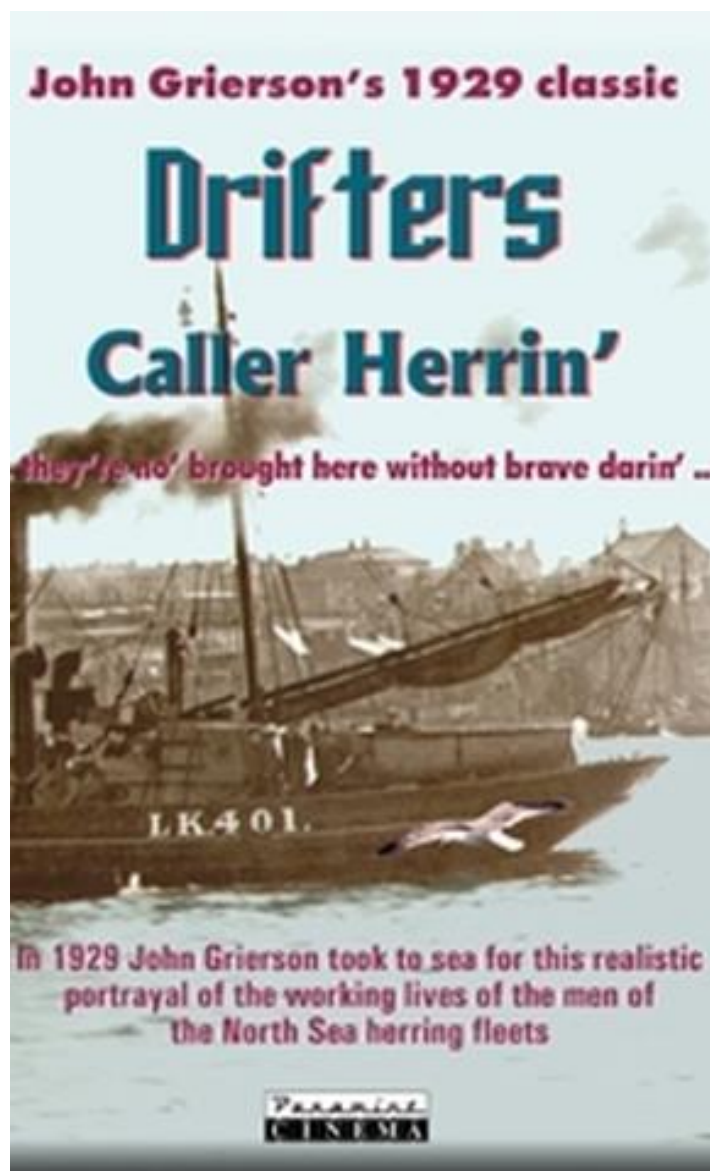
Em 1929, Vertov lança *Man with a movie camera* (*O homem da câmera*), com retratos de acontecimentos da Rússia Socialista. O filme de Vertov é visto como revolucionário para sua época por conta do uso de técnicas de edição como colagem e sobreposição de imagens como recursos de montagem na representação da realidade que são utilizados por cineastas até os dias atuais. (BERGAN, 2010).

FIGURA 29: IMAGEM DO FILME *O HOMEM DA CÂMERA*, 1929.



Fonte: <http://vitascopio-prysthon.blogspot.com.br/2011/04/o-homem-com-camera-na-maopordedora.html>

No mesmo ano, o escossês John Grierson lança *Drifters*, responsável por fazer com que também se tornasse considerado um dos precursores do documentário. Além de ser o fundador da Escola inglesa de documentário, Grierson foi o primeiro diretor a usar o termo **documentário**, para definir *Moana* (1926) de Robert Flaherty. (Bergan, 2010, p. 31). *Drifters*, que se tornou um clássico, documenta o trajeto de um barco de pesca na costa oeste da Escócia acompanhando as adversidades em alto-mar.

FIGURA 30: PÔSTER DE *DRIFTERS*, 1929.

Fonte: <https://letterboxd.com/film/drifters-1929/>.

No decorrer da história do documentário, tem-se que em 1942, Nova York assiste ao lançamento daquele que seria o primeiro documentário sobre Guerra, sob direção de Frank Capra, *Prelude to War (Prelúdio de uma Guerra)* “mostra a ascensão do autoritarismo na Alemanha, Itália e Japão enquanto os Estados Unidos se preparam para uma defesa da liberdade”³⁴. Na abertura do filme, o diretor declara suas intenções: “O propósito destes filmes é fornecer informações factuais sobre as causas e os eventos que conduziram à nossa entrada na guerra e os princípios pelos quais estamos lutando” (PRELÚDIO DE UMA GUERRA, 1942).

³⁴ Conforme resumo na plataforma *Netflix*.

FIGURA 311: PÔSTERES DE *PRELÚDIO DE UMA GUERRA*, 1942

Fonte: <http://www.cineplayers.com/filme/porque-lutamos-preludio-de-uma-guerra/23120>

Segundo Ramos (2013), o cinema documentário carrega um hibridismo de gêneros, coloca-se em confronto com a realidade enquanto conceito absoluto, dessa forma, exige um olhar crítico e atento do espectador para as estratégias retóricas de convencimento. O autor salienta que tais mecanismos de “criação de verdades” são necessários aos modos de documentar, pois se deve levar em conta que, durante sua concepção, os filmes passam por processos de edição que compreendem, dentre outras etapas, a seleção de recortes com aquilo que interessa ao diretor transmitir, surgem daí as discussões sobre a verdade no documentário.

Lipovetsky & Serroy (2009) mencionam o desenvolvimento dos documentários ocorrido nos últimos tempos. Se antes limitavam-se às telas dos televisores, agora ganham cada vez maior espaço na “grande tela”. “Os fatos testemunham isso: em 2005, dos 534 filmes distribuídos na França, 58 eram documentários, (...) quando no ano de 200, ainda eram apenas 27 num total de 532.”. (p.139). Os autores apontam também o aumento dos valores levantados pelas

bilheterias nos últimos anos, muitos sucessos de bilheteria pertencem a documentários que emplacaram valores recordes

como provam os 120 milhões de dólares obtidos por *Fahrenheit 9/11* [Michael Moore, 2004] ou ainda o êxito de Al Gore em *Uma verdade inconveniente* [Davis Guggenheim, 2005], (...) terceira melhor bilheteria já obtida por um documentário.” (LIPOVETSKY & SERROY, 2009, p. 140).

A ascensão do cinema documentário é ilustrada ainda, segundo os autores, pelas constantes premiações e festivais nos quais os filmes documentários são consagrados, nitidamente evidente a maior participação de obras do gênero em eventos festivos do cinema.

Outro ponto levantado por Lipovetsky & Serroy (2009, p.141) sobre os progressos do cinema documentário, é que “junto com essa consagração pelos números se observa uma diversificação extrema dos temas tratados”. Ao passo que esclarecem que juntamente com o desenvolvimento, algumas mudanças significativas ocorreram nos modos de se documentar:

Ao mesmo tempo, o documentário perdeu seu antigo estilo professoral, ostensivamente pedagógico. Praticamente não há mais a tradicional voz *off* que marcava uma autoridade, nem estruturas narrativas e retóricas codificadas (como a que articulava toda reportagem sobre uma cidade, região ou país em torno da noção, sistematicamente solicitada, de “terra de contrastes”!). (LIPOVETSKY & SERROY, 2009, p. 141-142).

Os filósofos apontam ao que chamam de “bônus de satisfação reflexiva” como característico ao gênero documentário dos dias atuais, o qual cunham **neodocumentário**, este “oferece a seu público uma satisfação particular: a desmistificação, a denúncia das mentiras, o prazer de sair da caverna das ilusões” visando sanar a necessidade do indivíduo contemporâneo de sentir-se “um sujeito livre, pensante e crítico, num sistema que o impele a consumir sem parar.” (LIPOVETSKY & SERROY, 2009, p. 145).

É justamente nas mudanças desses indivíduos contemporâneos que os dois pensadores franceses veem um motivo para tal desenvolvimento e sucesso do filme documentário nas telas atuais. Parece ter captado o pensamento contemporâneo e o traduzido voltando-se a causas que lhe despertam interesse atual, atualizando também a linguagem utilizada na construção desses novos discursos que versam temas em voga, oferecendo novos olhares sobre os mesmos. Conforme afirmam

o sucesso atual do documentário não pode ser dissociado das metamorfoses da cultura do indivíduo nas democracias hipermodernas. O novo planeta consumista e psicológico ocasionou uma *segunda revolução individualista*, marcada pela emancipação dos sujeitos diante das antigas imposições coletivistas e pela exigência de governarem a si mesmos. (...) Com isso, o neodocumentário atende ao desejo individualista de ser mais *participativo* e autônomo, menos responsável, menos orientado pelo fio da trama narrativa cujo começo e o fim estão fixados de antemão. (LIPOVETSKY & SERROY, 2009, p. 147.)

Apesar de um longo caminho de existência já percorrido pelo documentário, suas características, seu desenvolvimento ao longo dos tempos, a tarefa de defini-lo de forma consistente e geral, ou ainda, classificar um filme como pertencente a tal categoria não é fácil, nem mesmo para os estudiosos do cinema. No intuito de edificar possíveis conceitos e definições e, a partir desses elementos, tornar factível a classificação de filmes como documentários, têm sido desenvolvidas teorias que apresentam alguns “critérios” que um filme deve conter para ser, então, denominado como filme documentário ou de não-ficção. Jacques Aumont e Michel Marie (2008, p.79) designam documentário como “uma montagem cinematográfica de imagens visuais e sonoras apresentadas como reais e não-fictícias.” E complementam com aquele que seria um desses critérios, como acima citado, característico de um documentário: “o filme documental apresenta quase sempre um caráter didático ou informativo, que visa sobretudo restituir as aparências da realidade, mostrar as coisas e o mundo tal como são.” (Aumont; Marie, 2008, p. 79). Já para Ronald Bergan (2011, p. 30), mais importante que a denominação, "Documentário, não-ficção, filme factual, Kino-Pravda, Cinéma Vérité, Direct Cinema", é atender àquele que seria o principal critério para filmes documentários, “qualquer que seja a denominação, capturar a “verdade” em celuloide permanece há gerações como um desafio para os cineastas”.

A atividade de conceituar e definir o cinema documentário, a partir de questões éticas, estéticas e epistemológicas, contempla inúmeros questionamentos, aos quais os estudiosos têm buscado respostas: O que são documentários? O que leva um filme a ser um documentário? O documentário é a própria realidade ou ele a edita, adultera? O que há de real num documentário? Questões essas que acabam por desaguar em enunciados ainda mais complexos como o da Verdade, por exemplo: se é que ela existe, então, o que é? Relativa e Subjetiva? Absoluta e concreta?

Quanto aos propósitos de uma produção documentária, podem ser inúmeros, segundo Amir Labaki (2005):

Para preservar para a posteridade uma determinada manifestação. Para registrar para as gerações futuras uma personalidade. Para revisitar um fato histórico ou um acontecimento biográfico. Para oferecer uma nova interpretação da história a partir de documentos, audiovisuais ou não. Para entrevistar uma celebridade ou um grupo de anônimos de alguma forma aparentados. Para acompanhar a curva de desenvolvimento de determinado fenômeno sociocultural. (LABAKI. 2005, p. 181)

O mesmo autor afirma que "o documentário nasceu retratando o Outro – ou o Desconhecido" (LABAKI, 2005, p. 181), referindo-se as obras dos Lumière, de Flaherty, Ruttman, Vertov, entre outros. Bergan (2011, p.30) aponta que "o Documentarismo assume diversas formas: propagandístico, educacional, lírico, experimental, objetivo e subjetivo".

Encarregado de estabelecer asserções sobre o mundo e seus fatos, o documentário (NICHOLS, 2005) é permeado de discussões sobre o quanto há de verdade no relato e exibição da realidade. Essas discussões colocam em pauta todas as escolhas que contemplam o processo de concepção de um documentário, seja na seleção das imagens, trilha sonora, entrevistas aceitas ou não, montagem, discurso utilizado, etc., as quais, constituem a linguagem eleita pelo diretor para relatar determinado fato da realidade, carregue essa linguagem somente verdades e/ou falácias sobre o tema. Ramos (2008), sobre a questão da verdade e encenação no documentário, afirma que um filme não pode deixar de ser considerado como um documentário por ser falacioso ou tendencioso aos olhos do espectador. O que o assegura sê-lo é o fato de explorar algo da realidade.

No que concerne a discussões sobre verdade e encenação no documentário, Ramos (2013) problematiza a questão da veracidade dos fatos abordados pelo diretor de cinema quando afirma que "a narrativa documentária chega já classificada ao espectador, seguindo a intenção do autor" (2013, p. 27). Com isso entrepõe-se o problema da verdade no documentário. De antemão, o autor esclarece que Verdade não corresponde à Realidade, ou vice-versa.

O equivocado uso desses dois termos no cotidiano, permite com que haja divergências na interpretação de seus significados. Atentamo-nos aos conceitos estabelecidos por Abbagnano (2000, p. 831) para Realidade:

Em seu significado próprio e específico, esse termo indica o modo de ser das coisas existentes fora da mente humana ou independentemente dela. A palavra *realitas* foi cunhada no fim da escolástica, mais precisamente por Duns Scot. Este a usou sobretudo para definir a individualidade, que consistiria na “última realidade do ente”, que determina e contrai a natureza comum *ad esse hanc rem*, à coisa singular. (...) Kant de algum modo reafirmou a R. das coisas, mantendo a palavra R. (*Realität*) a significação específica de R. das coisas ou, como ele mesmo diz, “coisalidade” (*Sachheit*) (Crít. R. Pura, Analítica, II, cap. I), contrapondo-lhe a “idealidade” do espaço e do tempo, que são formas da intuição e não das coisas.

E, então, para o termo Verdade, o filósofo conceitua como a

Validade ou eficácia dos procedimentos cognoscitivos. Em geral, entende-se por V. a qualidade em virtude da qual um procedimento cognoscitivo qualquer torna-se eficaz ou obtém êxito. Essa caracterização pode ser aplicada tanto às concepções segundo as quais o conhecimento é um processo mental quanto às que o consideram um processo linguístico ou semiótico. (...) é possível distinguir cinco conceitos fundamentais de V.: 1º a V. como correspondência; 2º a V. como revelação; 3º a V. como conformidade a uma regra; 4º a V. como coerência; 5º a V. como utilidade. Essas concepções têm importâncias diferentes na história da filosofia: as duas primeiras, em especial a primeira, sem dúvida são as mais difundidas. (ABBAGNANO, 2000, p. 994)

Para as definições de Real, Realidade, o dicionário teórico e crítico do cinema (2008), propõe:

(...) a distinção entre os dois, que na língua corrente é bastante vaga, foi por vezes acentuada. Designa-se então por «real», de acordo com o primeiro sentido da palavra, «aquilo que existe por si mesmo» e, ao mesmo tempo, «aquilo que é relativo às coisas». A realidade, em contrapartida, corresponde à experiência vivida que o sujeito faz desse real; pertence totalmente ao domínio do imaginário. (AUMONT; MARIE, 2008, p. 217)

Os citados autores se abstiveram de conceituar, em seu dicionário voltado ao cinema, o termo Verdade.

Como Ramos (2013) elucida, o fato de classificar uma narrativa como documentária não atribui ao mesmo qualquer compromisso com a verdade das asserções nele apresentadas. Um certo fato da realidade pode soar verdadeiro para o espectador X e ser completamente falacioso para o espectador Y. Pois tais interpretações dependem do juízo de cada interpretante, segundo suas experiências, ideologias, visões, culturas, etc. Para aclarar sua colocação, o autor utiliza-se de exemplo do filme de Leni Riefenstahl, *Der Triumph des Willens* (*Triunfo da vontade*),

1936, alegando que não se pode acusar um espectador como nazista pelo fato deste considerar o filme de Leni como documentário. Ainda que questionada a qualidade das asserções apresentadas sobre aquele fato, o mesmo documenta algo da realidade, por meio das cenas selecionadas pela diretora e, portanto, o classificam como documentário. O autor completa:

Um documentário pode ou não mostrar a *verdade* (se é que ela existe) sobre um fato histórico. Podemos criticar um documentário pela manipulação que faz das asserções que sua voz (*over* ou *dialógica*) estabelece sobre o mundo histórico, mas isso não lhe tira o caráter de documentário. O fato de documentários poderem estabelecer asserções falsas como verdadeiras (o fato de poderem mentir), também não deve nos levar a negar a existência de documentários. (RAMOS, 2013, p. 29-30)

Se ao documentário é isentada a obrigação de somente mostrar verdades, partimos para uma discussão quanto as questões éticas dos filmes de tradição documentária.

4.1 ÉTICA NO CINEMA DOCUMENTÁRIO

Ao abordar as questões éticas e sua importância no cinema documentário, Nichols (2005, p. 26) inicia com veemência afirmando que “todo filme é um documentário” e segue classificando os filmes em dois possíveis tipos diferentes: documentários de satisfação de desejos e documentários de representação social. Resumidamente, o primeiro tipo diz respeito aos filmes que, normalmente, são chamados de ficção. Conforme o autor:

Esses filmes expressam de forma tangível nossos desejos e sonhos, nossos pesadelos e terrores. Tornam concretos – visíveis e audíveis – os frutos da imaginação. Expressam aquilo que desejamos, ou tememos, que a realidade seja ou possa vir a ser. (NICHOLS, 2005, p. 26).

Já a segunda possibilidade, os documentários de representação social, são, para Nichols (2005), os filmes chamados de não ficção, que

(...)representam de forma tangível aspectos de um mundo que já ocupamos e compartilhamos. Tornam visível e audível, de maneira distinta, a matéria que é feita a realidade social, de acordo com a seleção e a organização realizadas pelo cineasta. Expressam nossa compreensão sobre o que a

realidade foi, é e o que poderá vir a ser. (...) proporcionam novas visões de um mundo comum, para que as exploremos e compreendamos. (p. 26-27).

A representação do mundo nos documentários pode se dar de três maneiras, para Nichols (2005), sendo a primeira como uma representação ou retrato reconhecível do mundo “pela capacidade que têm o filme e a fita de áudio de registrar situações e acontecimentos com notável fidelidade” (p.28). A segunda maneira elencada pelo autor dá conta de que documentários significam ou representam interesses de outros, onde “os documentaristas assumem o papel de representantes do público” (p. 28). Ou ainda, na terceira maneira, o documentário advoga por uma causa, figura ou acontecimento, “colocam diante de nós a defesa de um determinado ponto de vista ou de uma determinada interpretação de provas” (p. 28).

Quando nos questionamos quanto a ética no documentário, referimo-nos ao conceito de representação da realidade, muitas vezes influenciado pela encenação. (Ramos, 2013) Sobre o quanto a presença da câmera influencia no discurso dos entrevistados, “é necessário distinguir a modificação de atitudes que a presença da câmera provoca da encenação propriamente dita” (2013, p. 40).

Aqui, tornamos a citar a figura 9 que ilustra uma garota vítima do colapso do Rana Plaza, enquanto trabalhava em uma fábrica têxtil. O olhar tímido que em nenhum momento se volta à câmera, permanecendo baixo enquanto relata os momentos vivenciados durante o acidente. Quando uma segunda câmera se abre, mudando o ângulo que antes era mais lateral e, agora volta-se a olhar de frente a moça, revela-se a ausência de suas pernas quando, sentada em uma cadeira de rodas, esfrega suas mãos, uma na outra, silenciosamente. O movimento que simula um “lavar de mãos” inconsciente, significa, conforme Anna Guglielmi (2009) indecisão, incomodo, ansiedade.

Para Ramos (2013, p. 48), a encenação em seu mais amplo sentido, é natural ao ser humano.

Todos nós encenamos, a todo momento, para todos. A cada presença para nós, tentamos interpretar a nós mesmo para outrem, e não seria diferente para a câmera. Para cada um, compomos uma imagem e reagimos assim à sua presença. (...) não é diferente com a experiência da presença da câmera e seu sujeito na circunstância da tomada. Apenas a medição fenomenológica é um pouco mais complexa. No caso da tomada, temos como alteridade não apenas a pessoa física que sustenta a câmera, mas o endereço para o qual nos lança o sujeito-da-câmera na tomada: o endereço do espectador em sua circunstância.

A encenação a que se refere o autor não diz respeito a fatos e falas ensaiados, por exemplo. Mas sim, uma encenação “natural” à presença da câmera, encenação que todos nós faríamos quando observados, conforme a ideia do autor, caracterizando um comportamento que, por vezes, se dá sem que haja necessariamente a intensão de encenar algo. Um exemplo utilizado por Ramos (2013, p. 47) dá conta de um fato ocorrido durante as gravações de *Cabra Marcado para Morrer* (1984), documentário nacional de Eduardo Coutinho, quando o citado diretor

pede ao personagem João Mariano para repetir a cena em uma entrevista, em razão de um problema técnico com o som. A magia da tomada se quebra e a *encenação* do tipo *locação* subitamente vem ao primeiro plano. A figuração do personagem de adensa na imagem e sua *persona*, seu estar no mundo para o sujeito-da-câmera na tomada, se afina. Em sua ética intuitiva, curtida no cotidiano de camponês, João Mariano sente que há algo de errado no ar e se cala. O embaraço, seguido do silêncio, é um embaraço ético pela mudança de sintonia no encenar. Coutinho percebe o tropeço e se esforça para sair da situação delicada, retomando o ritmo da vida na tomada.

Assim sendo, podemos partir do pressuposto de que a encenação no documentário não deve ser generalizada como fator que possa tornar o filme antiético, pois é comumente presente nas produções, como o próprio autor afirma, “boa parcela dos filmes que compõem o que chamamos de *tradição documentária* utiliza encenação, seja em locação, seja em ambientes fechados, preparados especificamente para a encenação documentária (estúdios)” (Ramos, 2013, p. 39). O uso de roteiros no cinema documentário é exposto pelo autor da mesma maneira: “roteiro prévio detalhado e *encenação* são elementos básicos para a enunciação narrativa documentária”. (Ramos, 2013, p. 39). Tais elementos, portanto, constituem a organização e planejamento de como se dará o discurso do documentário, não necessariamente exercendo influência nas verdades por ele apresentadas.

4.2 A RETÓRICA EM *THE TRUE COST* (2015)

Tratando de verdade, encenação e ética no documentário, o presente trabalho propõe-se a analisar a retórica envolta em algumas cenas aleatórias do filme de Morgan. O critério de escolha dos seguintes *frames* foi a capacidade da cena de

gerar sentidos na autora do presente estudo, sendo, dessa forma, de escolha pessoal.

Situando a retórica dentro das ciências poiéticas³⁵, Aristóteles determinou que a *tékne rhetoriké* é definida como a arte dos discursos, ou melhor, a arte “de produzir discursos persuasivos” (ARISTÓTELES, apud. BERTI, 2002, p. 164). Tais discursos, seguindo certas regras específicas, buscam sensibilizar os seus interlocutores.

No momento das filmagens e edição de cenas, seja qual for o gênero fílmico, há, inevitavelmente, muito do perfil do diretor e suas ideologias transpostas nas escolhas por ele efetuadas. (RAMOS, 2013) O tom, a linguagem do discurso formado é, senão, uma tradução da visão do diretor sobre determinado tema da realidade. As palavras de Morgan em voz *over* que introduzem a narrativa que seguirá no desenvolver do filme, deixam claro seu objetivo de “convencer” o espectador sobre os males do *fast fashion* da mesma maneira que foi convencido e motivado a falar sobre o assunto de uma maneira abrangente, que o fez viajar para vários lugares a fim de construir um discurso embasado em diferentes relatos e olhares sobre tais malefícios desse sistema. Para tanto, o diretor utiliza-se então de técnicas de imagem e sons que visam tocar o espectador, saindo o contexto de simples entretenimento inicialmente proposto pelo cinema. Morgan pretende não só exibir algo da realidade, mas também convencer o espectador de que tal realidade é algo negativo e da responsabilidade de todos.

Um dos momentos que pode ser visto como persuasivo pelo uso da contradição de mundos por meio de imagens contrastantes se dá quando o documentário mostra duas formas de multidão: a primeira no momento de abertura de uma das lojas da H&M³⁶ em dia de liquidação, que exhibe pessoas avançando contra as grades da entrada da loja até que estas se abram e então “atacam” as ilhas onde se encontram os produtos.

³⁵ As ciências voltadas ao discurso. (BERTI, 2012).

³⁶ Multinacional Sueca de vestuário, com mais de 3000 lojas espalhadas por 41 países. Trabalhando no sistema *fast fashion*, seu nome está na lista das empresas envolvidas em denúncias de ordem socioambiental.

FIGURA 32: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. PÚBLICO ADENTRA LOJA DE FAST FASHION*



Fonte: Recorte da Autora

Tais cenas se intercalam com as de um grande grupo de trabalhadores têxteis em Dacca sendo transportados, como animais, na carroceria de caminhões, extremamente apertados, também contra grades, ali utilizadas para que possam se segurar e evitar caírem durante o trajeto até a chegada ao seu local de trabalho (figura 26).

As grades são vistas aqui em contraste e dissonância. Enquanto as primeiras separam o sujeito daquilo que lhe é objeto de desejo momentâneo, frívolo, enquanto material (descartável) e enquanto portador de signos e significados (mutáveis, líquidos³⁷) no segundo momento, enjaulam sujeitos a caminho de sua realidade cotidiana, o mesmo objeto é, então, aqui sinônimo de trabalho árduo e sofrimento em busca de sobrevivência.

³⁷ Zygmunt Bauman, 2008.

FIGURA 31: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. TRANSPORTE DOS TRABALHADORES INDIANOS.*



Fonte: Recorte da Autora

Em diversos momentos do filme, cenas contrastantes podem ser observadas, ilustrando a dualidade entre trabalhador têxtil versus consumidor da indústria do *fast fashion*. Como pode-se observar nos próximos *frames* analisados, nos quais o cotejo remete a divergentes realidades: aquela experimentada no *shopping* versus a experimentada nas chamadas *sweatshops*. A primeira, pertinente ao termo traduzido “compras”, simbolizado pelo conhecido ambiente totalmente desenvolvido e voltado para o consumismo contemporâneo e, a segunda, relacionada a expressão (fábricas de suor) que se refere às fábricas têxteis envolvidas com a exploração de trabalho. Nos *frames*, mulheres e suas distintas relações com os mesmos tecidos (roupas). A fuga às pressões contemporâneas por meio do consumo e a pressão pela sobrevivência por meio do trabalho.

FIGURA 34: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. AMBIENTE INTERNO DE LOJA DE VESTUÁRIO.*



Fonte: Recorte da Autora

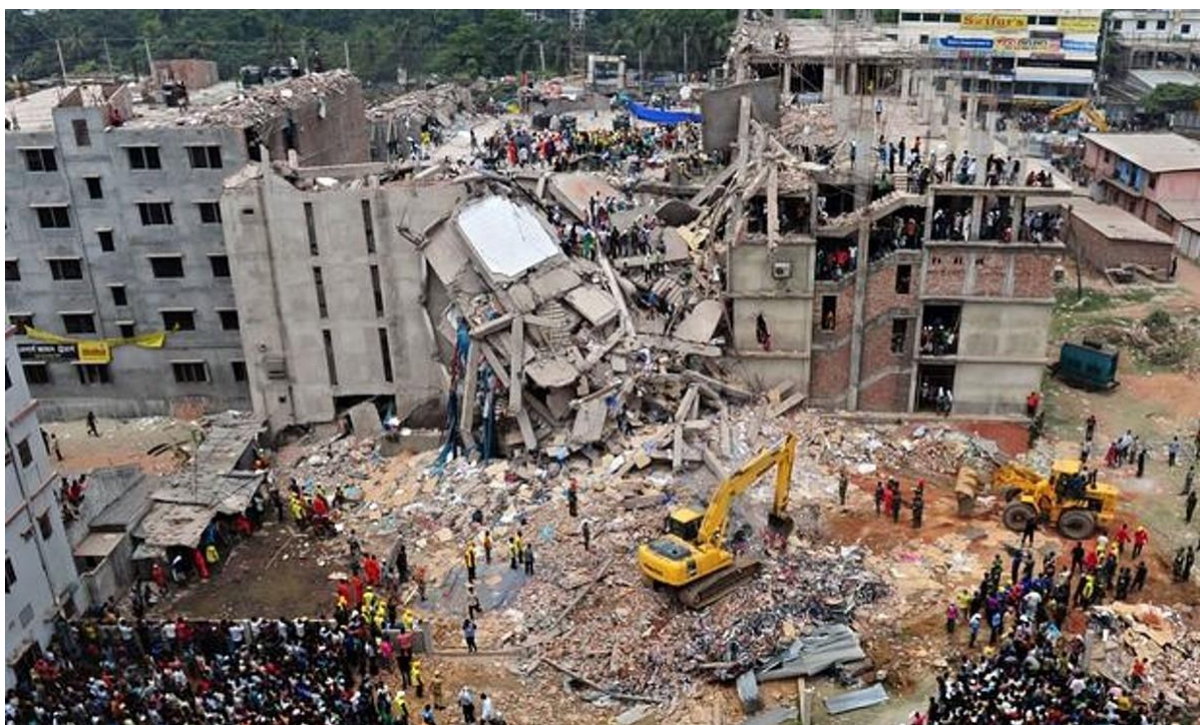
FIGURA 35: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. AMBIENTE INTERNO EM CONFECÇÃO TÊXTIL.*



Fonte: Recorte da Autora

A presença de fortes imagens embaladas pelo som de gritos e choro de desespero ao ilustrar o colapso do edifício Rana Plaza que abrigava fábricas de costuras em Bangladesh, conota um ideal persuasivo do documentário. A morte, a destruição são, em geral, sentimento de rejeição, repúdio e as imagens no filme, vem seguidas de toda uma construção de discurso que coloca o espectador como parte (consumidor) da problemática, podendo gerar sentimento de culpa ao indivíduo que assiste ao que é documentado e se percebe dentro da cadeia do *fast fashion*.

FIGURA 34: FRAME DO FILME *THE TRUE COST*, 2015. DESTROÇOS DO RANA PLAZA.



Fonte: recorte da autora.

O *frame* a seguir introduz outro exemplo de imagem que busca, por meio do impacto, gerar comoção e despertar a consciência, dessa vez, por meio do sentimento de familiaridade. A mãe, trabalhadora de uma fábrica de sapatos, aparece de costas, gerando sentido de negação ou constrangimento por sua situação (sentimentos reafirmados pela ausência da cabeça no enquadramento, como apenas um corpo trabalhador, sem razão ou consciência), e a criança, deitada ao chão, visivelmente desnutrida. Seria vista pela indústria como apenas mais um

resíduo (lixo) jogado ao chão da fábrica ou já estaria se naturalizando com um possível ambiente de trabalho para seu futuro próximo?

FIGURA 37: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015 PELO JORNAL TELEGRAPH.*



Figura 6: Frame de *The True Cost*.

Fonte: <http://www.telegraph.co.uk/fashion/events/True-cost-the-documentary-highlights-issues-with-fast-fashion/>

A violação dos Direitos Humanos dos trabalhadores da indústria têxtil é, por si só, um fato que proveria notoriedade ao documentário. Porém, os impactos do *fast fashion* vão além: não só a responsabilidade social parece ser ignorada, mas também as questões ambientais em escala global são evidenciadas pela produção audiovisual analisada.

O diretor traz a alarmante informação de que a indústria da moda é a segunda maior poluidora do meio ambiente, perdendo apenas para a indústria petrolífera. É importante ressaltar que estas informações são pertinentes a todo o processo de produção de produtos com informação de moda: desde a obtenção das matérias primas utilizadas, os beneficiamentos necessários, até mesmo o prematuro e indevido descarte destes produtos na natureza, em aterros sanitários.

O documentário levanta, ainda, a questão do esgotamento dos recursos naturais, levando o espectador também ao maior exportador de algodão utilizado como matéria-prima na indústria têxtil, Índia, onde o monopólio de sementes a alto custo ocasiona a espantosa taxa de suicídio entre os fazendeiros endividados da região: 1 (um) a cada 30 (trinta) minutos. O alto uso de pesticidas e fertilizantes exigido no cultivo deste algodão geneticamente modificado (para produzir mais quantidade em menor tempo), tem causado doenças cancerígenas, mentais e degenerativas à população local.

Os curtumes, comuns no Camboja utilizam produtos altamente poluentes para tratar e tingir o couro, como o cromo-6, por exemplo, e estes rejeitos químicos são despejados nos rios sem qualquer tipo de tratamento, contaminando a água e o solo locais. A imagem da cambojana com manchas pela face, provavelmente resultantes de contato prologando com água, ar e solo contaminados, remete a lembrança de uma “estampa camuflada” da moda; ela está camuflada perante os olhos dos empresários do fast fashion, perante aos olhos dos consumidores desses produtos, perante aos olhos da sociedade. Uma estampa em voga.

FIGURA 38: *FRAME DO FILME THE TRUE COST, 2015. DOENÇA DE PELE ASSOCIADA A RESÍDUOS QUÍMICOS DA INDÚSTRIA TÊXTIL.*



Fonte: Recorte da autora

Os frames revisitados aqui, são apenas alguns exemplos que ilustram a linguagem de caráter persuasivo que Morgan (2015) utiliza na construção da narrativa de *The True Cost* (2015). Parece buscar tocar o inconsciente do espectador por meio de sentimentos e sensações de familiaridade, culpa e empatia. Sobre as sensações e emoções despertadas por um filme, Young (2014, p.160) afirma que “pesquisas demonstraram que a mídia afeta a maneira como os espectadores categorizam, entendem e avaliam o seu mundo. Esses processos cognitivos fundamentais tocam praticamente todos os aspectos da vida.”

Seria possível estender a análise deste caráter por diversos outros momentos específicos do filme, ou ainda como uma visão geral da obra. Outras possibilidades se dão também quanto aos critérios utilizados para a realização da análise bem como postura teórica tomada como norteadora. Poderíamos, por exemplo, utilizarmos das teorias oferecidas pelo campo da psicologia para uma visão cognitiva do documentário. Ou quem sabe, adotar uma postura política no julgamento do que é verdadeiro ou falso nas cenas assistidas em *The True Cost* (2015). Seria possível ainda, mergulhar o documentário em posturas fenomenológicas, ou metafísicas, ou ainda psicanalíticas, corroborando a ideia de que o filme suporta as mais diversas análises e interpretações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Propor-se a documentar uma realidade pode ser desafiador, tendo em vista a dificuldade em expor asserções sobre a verdade (se é que ela existe) do fato que se é documentado. Quando se traz à tona questões problemáticas, o temor acentua-se, por conta das produções de sentido que poderá vir a proporcionar ao espectador, se partirmos do pressuposto de que cada indivíduo carrega consigo suas percepções acerca das coisas mundanas e, a partir delas, faz juízos e toma interpretações daquilo o que vê, ouve, fala, sente, e assim por diante. Os filmes de tradição documentária traçam seu caminho na história do cinema, desde seus primeiros passos atrelados a esse obstáculo discutido não só por produtores e estudiosos do cinema; as questões referentes a verdade e realidade são, há muito, tema de estudos e reflexões filosóficas.

A construção dos discursos de verdade (FOUCAULT, 2005) aplicada ao cinema documentário, se estabelece nas relações produtor-espectador: o primeiro que pensa o discurso conforme seu modo de vê-lo e, à partir dessa premissa, o constrói e exhibe por meio das câmeras e, o segundo que, na figura do receptor, degusta e digere a narrativa apresentada, conforme sua visão de mundo; uma relação interposta a diferentes visões/verdades.

Quanto a essa – a verdade (ou as verdades) –, muito antes de Foucault concluir, por meio de seus estudos históricos, arqueológicos e genealógicos, que cada sociedade determina suas relações de saber-poder, e com isso, os seus discursos de verdade, o filósofo alemão Friedrich Nietzsche (2000) construíra uma crítica aos sistemas ‘normatizadores’ (religião, moral e costumes) da sociedade europeia. No aforismo 2, de *Humano, demasiado humano*, ele afirma que: “Tudo veio a ser; *não existem fatos eternos*: assim como não existem verdades absolutas.”

As verdades tratadas no presente estudo foram baseadas na narrativa produzida por Morgan (2015) em seu documentário *The True Cost*. Utilizado como objeto empírico para a realização de uma análise, a produção de Morgan permite conclusões em diversas esferas do pensar; sobre aspectos sociais da moda, da hegemonia econômica da indústria têxtil, das problemáticas sociais no campo do trabalho ainda existentes, etc., bem como dos obstáculos encontrados na produção de um filme de não-ficção, um filme que se propõe a fazer um relato sobre um fato,

uma realidade, partindo de determinados posicionamentos acerca deste. Já no início da narrativa, o produtor deixa claro ao espectador que sua produção tem por objetivo levar ao seu conhecimento o “avesso” das roupas vendidas pelo *fast fashion*. Com a esperança de que haja no receptor o mesmo incômodo vivenciado pelo diretor sobre a questão, motivo este que o levou a produzir o documentário, podemos compreender que Morgan não tem objetivo apenas de exibir o fato, mas também, induzir o espectador a uma visão negativa da problemática. Para tanto, utilizará dos métodos e técnicas de produção cinematográfica disponíveis para construir sua narrativa a partir daquela que é sua verdade sobre o fato.

Para a realização desta análise, o presente estudo arranjou-se da seguinte maneira: iniciamos com uma exposição da história e desenvolvimento daquilo o que se tem por moda, enquanto *ethos* social. Como se deu seu surgimento, inserido em qual contexto social, por quais motivos e com quais objetivos. O conceito de *belo* também foi trazido para a discussão em uma investigação das mudanças por ele sofridas no decorrer da história da sociedade. Tais mudanças em ritmo cada vez mais acelerado ilustraram a afirmação sobre o aceleração da sociedade em relação ao consumo e as mudanças exigidas em diversos âmbitos da vida pós-moderna.

Ao gancho das mudanças de hábitos de consumo, tratamos igualmente dos modos de produção (com foco na indústria da moda), os quais, com intuito de acompanhar e suprir as novas “necessidades” da sociedade de consumo, teve de ser repensado e reconstruído, daí emergindo o modelo *fast fashion* de produzir e comercializar moda. E, como já afirmado, esta é a temática discutida pelo documentário analisado neste estudo. Assim sendo, o mesmo segue apresentando o filme de Morgan (2015), com o auxílio de *frames* que conduzem a análise juntamente com aspectos teóricos referentes ao cinema documentário.

Com o arcabouço teórico possibilitado por estudiosos do cinema, em especial filmes de não-ficção (documentários), adotado como metodologia para a leitura dos signos presentes em *The True Cost* (2015), foi possível explorar o questionamento norteador desse trabalho sobre o quanto o diretor busca persuadir e promover culpa no espectador, a partir de sua narrativa construída sobre o fato: a indústria do *fast fashion*.

As citadas teorias dão conta da discussão de aspectos como ética, encenação e retórica do filme documental de Morgan.

Como ensaio de conclusão, propomos a reflexão política-ético-social dos temas aqui tratados. Com especial atenção às problemáticas exibidas no documentário que, verdade ou não, constituem um fato do real e estão impressas no cotidiano de todos nós, consumidores. O livre arbítrio permite que escolhamos aquilo o que representamos a *outrem* por meio de nossa imagem pessoal. Há de se ter consciência de que ela vai além do que vestimos, mas como o vestimos. Há aqui uma implicação ética: quais princípios norteiam nossos hábitos de consumo? O quanto somos vítimas da moda e desse modelo de mercado baseado na obtenção de lucro, acima de quaisquer responsabilidades éticas, sociais e ecológicas para com indivíduos e o planeta?

Ao adotarmos uma postura holística para pensarmos o vestir, podemos refletir sobre o que compõe uma peça de roupas produzida em uma *sweatshop*, além de uma matéria prima nociva à própria pele, como algodão contaminado pelos mais diversos agrotóxicos utilizados na sua produção e beneficiamento. Podemos pensar sobre os sentimentos que estariam impregnados em meio as tramas e as costuras daquela peça.

O jornal *O Estadão*, edição do dia 26 de julho de 2014, trouxe a seguinte manchete: “Pedidos de socorro contra trabalho escravo são encontrados em roupas de grife inglesa.” A grife em questão, tratava-se da *Primark*, um dos fortes nomes da indústria do *fast fashion*, com produção em confecções em Bangladesh. Essa foi uma maneira que os trabalhadores têxteis encontraram de dar voz à sua realidade cotidiana. Este trabalho busca também dar visibilidade a esses trabalhadores, a fim de oferecer conhecimento sobre o *fast fashion* e reflexões sobre os nossos atuais hábitos de consumo, principalmente de produtos de moda, que necessitam ser repensados em prol do bem-estar humano – seja de produtores, trabalhadores e consumidores que constituem essa cadeia– e para a sustentabilidade do planeta que habitamos.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques... *et al.* **A estética do filme**. São Paulo: Papyrus, 1995.

_____. MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico do cinema**. Trad. Carla Bogalheiro Gamboa e Pedro Elói Duarte. São Paulo: Texto & Grafia: 2008.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. 16 ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

_____. **Inéditos**, vol. 3: imagem e moda. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **Sistema da moda**. São Paulo: Editora Nacional/EDUSP, 1979.

BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Trad. Carlos Aberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Trad. Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

_____. **Modernidade líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. **Vida para consumo**. Trad. Carlos Aberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERGAN, Ronald. **Isomos: para entender o cinema**. São Paulo: Globo, 2010.

BERLIN, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2016.

BERTI, Enrico. **As razões de Aristóteles**. Trad. Davi Machado. São Paulo: Loyola, 2002.

BERTI, Enrico. **Perfil de Aristóteles**. Trad. José Bortolini. São Paulo: Paulus, 2012.

BRAGA, João. **História da moda**. Uma narrativa. São Paulo: Anhembi Morumbi Editora, 2007.

BRUNO, Flávio da Silveira. **A quarta revolução industrial do setor têxtil e de confecção: a visão para 2030**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Tradução de Renato Ambrósio. São Paulo: Editora Senac, 2008.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**: manifesto pela grande virada. São Paulo: Paralela, 2016.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da Moda**: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.

CIETTA, Enrico. **A revolução do fast fashion**: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. Trad. Katia Castilho. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

COSGRAVE, Bronwyn. **História da moda**. Da Antiguidade aos dias atuais. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.

COX, Barbara [et al.]. **Última moda**: uma história ilustrada do belo e do bizarro. Trad. Laura Schichvarger. São Paulo: Publifolha, 2013.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. Trad. Cristiana Coimbra. São Paulo: Senac, 2006.

EDGAR-HUNT, Robert. **A linguagem do cinema**. Trad. Francine Faccin Esteves. Porto Alegre: Bookman, 2013.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da Moda?** Como a criamos, por que a seguimos. Trad. Eric Roland René. São Paulo: Senac, 2005.

FERRARI, Pollyana. FERNANDES, Fábio. **No tempo das telas**: reconfigurando a comunicação. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O código do vestir**: os significados ocultos da roupa feminina. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FISCHER, Sandra. **Discursos do feminino/masculino no cinema brasileiro: possibilidades de leitura**. Razón y Palabra, vol. 15, núm. 71, febrero-abril, 2010, pp. 1-16. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Estado de México, México. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914012>
Acesso em: 02/02/2018

FLETCHER, Kate. GROSE, Lynda. **Moda e Sustentabilidade**: design para mudança. Trad. Janaína Marcoantonio. São Paulo: Gustavo Gili, 2011.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: nascimento da prisão. Tradução de Raquel Amalhte. 41 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

_____. **A verdade e as formas Jurídicas**. Tradução de Roberto Cabral de Melo Machado e Eduardo Jardim Moraes. Rio de Janeiro: NAU editora, 2005.

FREUD, Sigmund. O estranho, 1919. In: Freud S. **História de uma neurose infantil e outros trabalhos**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 233-270. (Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, vol. XVII).

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. Trad. Lea P. Zilberlichit. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

GODOY, Hélio. **Documentário, realidade e semiose**: os sistemas audiovisuais como fontes de conhecimento. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2001.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Da imperfeição**. Trad. Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

GROSE, Virginia. **Merchandising de Moda**. Trad. Márcia Longarço. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

GUGLIELMI, Anna. **A linguagem secreta do corpo**: A comunicação não verbal. Trad. Denise Jardim Duarte. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

GWILT, Alison. **Moda sustentável**: um guia prático. Trad. Márcia Longarço. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

HOBBSBAWM, Eric. **A era das revoluções – 1789-1848**. 21ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

_____. **A era das evoluções – 1789-1848**. 21ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

_____. **A era do capital – 1848-1875**. 21ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

HUNT, Lynn. Revolução Francesa e Vida Privada. In: ÁRIES, Philippe & DUBY, G. **História da vida privada**. Vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p. 21-51.

KANT, Immanuel. **Antropologia de um ponto de vista pragmático**. Trad. Célia Aparecida Martins. São Paulo: Iluminuras, 2006.

_____. **Crítica da faculdade do juízo**. Trad. Valério Rohden e António Marques – 2. ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

_____. **Crítica da razão prática**. Trad. Valério Rohden. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. **Crítica da razão pura**. Trad. Valério Rohden e Udo B. Moosburger. São PAULO: Abril Cultural, 1980.

KRACAUER, Siegfried. **Ornamento da massa**. Trad. Carlos Eduardo Machado e Marlene Holzhausen. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

LABAKI, Amir. **É tudo verdade**: Reflexões sobre a cultura do documentário. São Paulo: Francis, 2005.

LAVER, James. **A roupa e a moda:** uma história concisa. Trad. Gloria Maria De Melo Carvalho. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LEE, Matilda. **Eco chic:** o guia de moda ética para a consumidora consciente. São Paulo, Larousse: 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **Da leveza:** rumo a uma civilização sem peso. Trad. Idalina Lopes. Barueri, SP: Manole, 2016.

_____. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____. ROUX, Elyette. **O luxo eterno:** Da idade do sagrado ao tempo das marcas. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

_____. SERROY, Jean. **A cultura mundo:** resposta a uma sociedade desorientada. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

_____. SERROY, Jean. **A tela global:** mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Trad. Paulo Neves. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. SERROY, Jean. **A estetização do mundo:** viver na era do capitalismo artista. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial.** Trad. Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1974.

MASCARELLO, Fernando (org.). **História do cinema mundial.** São Paulo: Papirus, 2006.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia.** São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MELO, Patrícia Campos. **Índia:** Da miséria à potência. São Paulo: Planeta, 2008.

METZ, Christian. **A significação no cinema.** São Paulo: Perspectiva, 2014.

MIRANDA, Ana Paula. **Consumo de moda:** relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao cinema documentário.** São Paulo: Papirus, 2005.

NIETZSCH, Frederich. **Humano, demasiado humano:** Um livro para espíritos livres. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

OLIVEIRA, Graziela de. **Dignidade e direitos humanos.** Curitiba: editora UFPR, 2003.

PIZA, Antonio F. R. de Toledo. **Schrödinger & Heisenberg** – A Física além do senso comum. São Paulo: Odysseus, 2007.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... O que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac São Paulo: 2013.

_____. **Teoria contemporânea do cinema.** Vol. II. São Paulo: Senac, 2004.

REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica.** Trad. Ivone Castilho. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda:** sociedade, imagem e consumo. São Paulo: Estação das Letras, 2007.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial.** Tradução: Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.

STEVENSON, NJ. **Cronologia da moda:** de Maria Antonieta a Alexander McQueen. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SVENDSEN, Lars. **Moda:** Uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: Planejamento de Coleção.** São Paulo: Empório do Livro, 2004.

WOOD, Alen W. **Kant:** Introdução. Trad. Delamar José Volpato Dutra. Porto Alegre: Artmed, 2008.

YOUNG, Skip Dine. **A psicologia vai ao cinema:** O impacto psicológico da sétima arte em nossa vida e na sociedade moderna. São Paulo: Cultrix, 2014.

FILMOGRAFIA

THE TRUE COST. Direção de Andrew Morgan. Estados Unidos: Michael Ross, 2015. 92 min. Son.; Color.; Suporte DVD.

IMAGENS

FIGURA 1: PÔSTER DE LANÇAMENTO MUNDIAL DE *THE TRUE COST*, 2015. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=OaGp5_Sfbss. Acesso em: 19/08/2017.

FIGURA 2: CADEIA TÊXTIL. Disponível em: SOUZA, Gislaine. **Apostila de Materiais e Processos têxteis.** 2008, p. 2.

FIGURA 4: BASTIDORES DO FILME *THE TRUE COST*, 2015. Disponível em: www.thetruecostmovie.com. Acesso em: 19/08/2017.

FIGURA 26: PÔSTER DE *NANOOK, O ESQUIMÓ*, 1922. Disponível em: http://obviousmag.org/archives/2012/05/nanook_o_esquimo_um_pioneiro_do_filme_documental.html. Acesso em: 11/10/2017

FIGURA 27: IMAGEM DO FILME *O HOMEM DA CÂMERA*, 1929. Disponível em: <http://vitascopio-prython.blogspot.com.br/2011/04/o-homem-com-camera-na-mao-por-debora.html>. Acesso em: 11/10/2017

FIGURA 28: PÔSTER DE *DRIFTERS*, 1929. Disponível em: <https://letterboxd.com/film/drifters-1929/>. Acesso em: 11/10/2017

FIGURA 29: PÔSTERES DE *PRELÚDIO DE UMA GUERRA*, 1942. Disponível em: <http://www.cineplayers.com/filme/porque-lutamos-preludio-de-uma-guerra/23120>. Acesso em: 11/10/2017

FIGURA 37: MOLDE E ENCAIXE DE ZERO WASTE. Disponível em: <http://okadadesign.blogspot.com.br/2010/01/zero-waste-pattern-desgin.html>. Acesso em: 02/02/2018.

ANEXO 1

GLOSSÁRIO ILUSTRADO

Coco Chanel



Gabrielle Coco Chanel
1883 – 1971

Espartilho



Espartilho utilizado para comprimir e modelar a cintura.

Fontange



Penteado Fontange: cabelos com cachos parcialmente presos, alguns cachos caíam na altura dos ombros.

Gibão e Braie



Vestimenta masculina no Renascimento

Gibão: com ou sem mangas, era utilizado por baixo de coletes. Geralmente com abotoação frontal

Braie: espécie de calção utilizado com meias e codpiece (proteção e adorno à genitália)

Hennin



Chapel Hennin utilizado durante a Idade Média

New Look – DIOR



New Look de Dior
Tailleur de Cintura marcada e saias amplas

Panier



Panier: armações largas em metal utilizada por baixo dos vestidos, que se abriam para as laterais na altura do quadril.

Perucas



Peruca masculina utilizada no período Rococó. Cachos enrolados sobre as orelhas e o restante do cabelo amarrado para atrás com uma fita preta.

Pin Ups



Ilustração de uma *pin up*

Robe em Chemise



Robe em chemise: amplo e simples.

Túnica Idade Média



O retrato do casal Arnolfini em pintura feita por Jan van Eyck em 1835 mostra as túnicas masculina e feminina comuns na época.

Twiggy



Lesley Lawson; a modelo Twiggy
1949 -

Vênus Calipígia



Estátua da Vênus Calipígia
Museu Nacional de Nápoles - Itália

Vênus de Willendorf



Estatueta da Vênus de Willendorf

Vestido Império



Modelo de Vestido Império

REFERÊNCIAS

Fonte das Imagens: Acervo Pinterest.

Fonte das Informações: Anotações da autora (aulas de história da Moda no curso de Design de Moda, Unisul).

ANEXO 2

UNRAVEL: Documentário sobre recicladores de roupas na Índia³⁸

Unravel é um documentário de curta duração (14 minutos), produzido na Índia entre os anos de 2009 e 2011, por Meghna Gupta. Sua estreia se deu no ano de 2013 e, a partir daí recebeu, dentre outras, as seguintes premiações: *Brief Encounters Short Film Festival*, *RiverRun International Film Festival* e Festival de Cinema Independente de Mulheres³⁹. O cenário principal do filme é uma fábrica de reciclagem de roupas na cidade de Panipat, ao norte da Índia. A narração é feita pelas trabalhadoras da fábrica, principalmente pela protagonista Reshma, uma indiana moradora de Panipat, que trabalha há 15 anos em fábricas de reciclagem de roupas, como a apresentada nas filmagens.

Reshma descreve como se dão as etapas o processo de reciclagem das mais de 100.000 toneladas de roupas que atravessam o oceano em containers de origem de países ocidentais. Tais roupas, compradas pelo dono da fábrica em que Reshma trabalha, são provenientes de programas de doações de roupas da América, Itália, França, etc.

Na fronteira, Reshma explica que todas as peças recebem um pequeno corte, a fim de danificá-las evitando interesse em roubo da carga para venda, durante o transporte que segue em caminhões da alfandega para a cidade destino, Panipat.

Chegando na fábrica, os fardos de roupas são descarregados dos caminhões, um trabalho pesado que é executado por homens e mulheres. O próximo passo consiste na separação das peças dos montes, segundo suas cores ou tonalidades. Feita a separação, outro grupo de trabalhadoras são incumbidas da remoção de etiquetas, botões, zíperes e outros detalhes que as peças possam conter, para que o tecido (enquanto matéria prima a ser reutilizada) fique livre de outros materiais. Esta é uma etapa que oferece alto risco, pois as mulheres, utilizam grandes e afiadas lâminas entre suas pernas sem qualquer tipo de equipamento de proteção.

³⁸ Fragmento de texto extraído do artigo: AS INDIANAS RECICLADORAS DE ROUPAS OCIDENTAIS: O DESLUMBRAMENTO E A FRATURA EM *UNRAVEL* (2016) desta autora, produzido e apresentado à Prof^a. Dra. Sandra Fischer, na disciplina de Estética do Cinema do Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.

³⁹ Fonte: <http://www.ecoera.com.br/2015/04/21/documentario-unravel-agora-esta-disponivel-online-vem-saber/>.

A seguir, as peças de roupas são jogadas em uma máquina que as tritura. As fibras seguem ao filatório onde se tornam fios que, posteriormente, são enrolados. Destes rolos de lã são confeccionados cobertores que, ironicamente, retornam ao ocidente para serem comercializados

Em meio a explicação de Reshma sobre o funcionamento da fábrica onde trabalha, o filme leva o espectador até a casa da mulher, apresenta sua família e revela uma face sensível e sonhadora da trabalhadora têxtil. Nunca tendo saído do lugar onde nasceu, seja para uma viagem ou a passeio, Reshma revela seu sonho de conhecer o ocidente, mais especificamente, a América, para poder conhecer as mulheres que vestem seu objeto de trabalho que tantas vezes a surpreende, assusta, fascina. O documentário expõe também, ainda que em nenhum momento tenha entrado em discussão, carências existentes no sistema atual de moda.

Neste documentário, diferentemente de Morgan, Meghna Gupta optou por mostrar apenas a verdade de Reshma e de suas companheiras de trabalho, o resto (a produção dos sentidos e interpretações das imagens assistidas) ficam por conta do indivíduo que se abre a tal experiência estética proporcionada por *Unravel*. Durante as filmagens e entrevistas a cineasta não é vista e nem ouvida, paira a dúvida sobre quem faz os questionamentos aos entrevistados.

ANEXO 3

OUTRAS PRODUÇÕES SOBRE A TEMÁTICA

Um breve levantamento em buscas na *internet* de outras produções que seguem como temática questões sociais e/ou ambientais da indústria da moda resultam nos seguintes títulos:

ANO	PRODUÇÃO
2012	A wage you can live on - Textile workers in Cambodia
2014	Sweatshop - Deadly Fashion
2014	The cotton film - Dirty white gold
2014	The next black - A film about the Future of Clothing

A MODA NO CINEMA: OUTROS TÍTULOS

Ampliando o contexto da temática abordada em filmes e séries sobre moda nas suas mais diversas possibilidades de discussão, podemos listar inúmeros títulos de variados períodos da história do cinema.

A variada abordagem nestas produções vai desde aspectos históricos, contando a história de ícones do mundo *fashion*, como grandes *designers*, estilistas, ou figuras influentes na moda; podendo se apresentar como crítica/sátira ao consumo; ou ainda como revelador dos bastidores de eventos de moda como desfiles, produções de coleções ou editoriais de revistas da área. Há também filmes que exibem costumes de vestir e comportamento de tribos. A moda pode aparecer como tema central ou como coadjuvante que se faz percebido na narrativa, como por exemplo, em um figurino expressivo e marcante.

A lista a seguir, que inclui filmes de ficção, documentários e séries, é apenas uma pequena mostra, suficiente para ilustrar o quanto moda e cinema caminham juntos em diversas possibilidades de narrativas.

ANO	PRODUÇÃO
1957	Cinderela em Paris
1959	Quanto mais quente melhor
1961	Bonequinha de Luxo
1989	Identidade de nós mesmos
1994	Prêt-à-Porter
1995	As Patricinhas de Beverly Hills
2001	Kinky Boots
2001	Zoolander
2006	Maria Antonieta
2006	O Diabo Veste Prada
2008	Coco antes de Chanel
2008	Valentino: O último Imperador
2008	Sex and the City
2009	The September Issue
2009	Os delírios de consumo de Becky Bloom
2010	Bill Cunningham New York
2010	Flor do Deserto
2010	O Louco Amor de Yves Saint Laurent
2012	Diana Vreeland: o olhar tem que viajar
2013	Bling Ring: A gangue de Hollywood
2013	O tempo entre costuras
2013	Anna Karenina
2013	O Grande Gatsby
2013	The Director
2014	Yves Saint-Laurent
2014	Iris
2014	Dior e Eu
2014	Yves Saint Laurent
2014	Advanced Style
2014	Sain Laurent
2015	Atelier
2015	A vingança está na moda

2015	Um romance na alta moda
2015	Um Senhor Estagiário
2015	Boi Neon
2015	Fresh Dressed
2015	Jeremy Scott the people's designer
2016	Jackie
2017	Trama fantasma