

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS**

Thomas Walter Dietz

Mapeamento de exposições de moda na cidade de São Paulo (1980-2018)

Juiz de Fora
2019

Thomas Walter Dietz

Mapeamento de exposições de moda na cidade de São Paulo (1980-2018)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens, da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Artes, Cultura e Linguagens. Área de concentração: Teorias e Processos Poéticos Interdisciplinares

Orientador: Prof^a. Dra. Maria Claudia Bonadio

Juiz de Fora
2019

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Dietz, Thomas Walter.

Mapeamento de exposições de moda na cidade de São Paulo (1980-2018) / Thomas Walter Dietz. -- 2019.

200 p. : il.

Orientadora: Maria Claudia Bonadio

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Programa de Pós Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, 2019.

1. Moda. 2. Exposições. 3. São Paulo. I. Bonadio, Maria Claudia, orient. II. Título.

TERMO DE APROVAÇÃO DA DISSERTAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

Thomas Walter Dietz

Mapeamento de exposições de moda na cidade de São Paulo (1980-2018)

Prof^ª. Dr^ª. Maria Claudia Bonadio

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, Área de Concentração: Teorias e Processos Poéticos Interdisciplinares, Linha de pesquisa: Arte, Moda: História e Cultura, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovada em 26 / 09 / 2014

Banca Examinadora:


Prof^ª. Dr^ª. Maria Claudia Bonadio
Orientador – Universidade Federal de Juiz de Fora


Prof^ª. Dr^ª. Renata Cristina de Oliveira Maia Zago
Membro UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora


Prof^ª. Dr^ª. Rita Morais de Andrade
Membro externo – UFG – Universidade Federal de Goiás

À minha mãe, com amor.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe Gabriele que, com carinho, paciência e companheirismo, me deu apoio, força e coragem para superar os momentos de cansaço e dificuldades, sem medir esforços para que eu concluísse essa etapa da minha vida.

À Prof^a. Dr^a. Maria Cláudia Bonadio por me receber como seu orientando.

Às Prof^{as}. Dr^{as}. Renata Cristina de Oliveira Maia Zago e Rita Moraes de Andrade por fazerem parte da banca examinadora.

Às Prof^{as}. Dr^{as}. Maria Cristina Volpi Nacif e Maria Lucia Bueno Ramos pelas contribuições e pelos comentários incentivadores na banca de qualificação.

À Prof^a. Dr^a. Rosane Preciosa Sequeira, com quem compartilhei o prazer de conversas e textos instigantes.

Aos demais docentes do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, cujo convívio me proporcionou diversos momentos de aprendizado e amadurecimento.

À Flaviana Polisseni Soares e à Lara Lopes Velloso, da Secretaria do PPG, pelo auxílio (presencial e à distância) e gentilezas durante este período.

Às amigas e aos amigos, em especial à Beatriz de Lazari, à Julia Marcondes Schmidt Hebbel, à Luisa Garbin Fontana, à Mara Aquino e à Mariana Watanabe, que muito pacientemente me ouviram durante os altos e baixos dessa jornada.

À Dona Belinha, pelo zelo durante minha estada em Juiz de Fora.

Aos funcionários das instituições cujos acervos consultei para o desenvolvimento desta pesquisa, em especial à Léia Cassoni, da Biblioteca Paulo Mendes de Almeida – Centro de Estudos Luís Martins do MAM-SP; ao Bruno Cezar Mesquita Esteves, do Centro de Pesquisa do MASP; e à Cláudia Caroli, do MAB-FAAP, pelo atendimento sempre solícito e pela gentileza do envio de informações e materiais.

E a todos que acompanharam e colaboraram direta e indiretamente na realização deste trabalho.

Sobre o Rigor na Ciência

...Naquele império, a arte da cartografia alcançou tal perfeição que o mapa de uma única província ocupava uma cidade inteira, e o mapa do império uma província inteira. Com o tempo, estes mapas desmedidos não bastaram e os colégios de cartógrafos levantaram um mapa do império que tinha o tamanho do império e coincidia com ele ponto por ponto. Menos dedicadas ao estudo da cartografia, as gerações seguintes decidiram que esse dilatado mapa era inútil e não sem impiedade entregaram-no às inclemências do sol e dos invernos. Nos desertos do Oeste perduram despedaçadas ruínas do mapa habitadas por animais e por mendigos; em todo o país não há outra relíquia das disciplinas geográficas.

Jorge Luis Borges

RESUMO

A presente pesquisa versa sobre exposições de moda, especificamente aquelas apresentadas na cidade de São Paulo entre o início da década de 1980 e o ano de 2018, tendo como propósito analisar o desenvolvimento das práticas expositivas de moda e compreender a relevância das exposições na consolidação da capital paulista como centro de profissionalização e difusão da moda no Brasil. A partir da realização de um mapeamento de exposições, a dissertação realiza investigação sobre os conceitos atrelados ao termo exposição e os estudos da história das exposições, sobretudo daquelas dedicadas à moda. Realiza-se também uma retrospectiva histórica acerca das práticas expositivas de moda na cidade de São Paulo. Por meio de estudos estatísticos, são apresentadas informações sobre quantidade, categoria e frequência das exposições mapeadas em diversos locais da cidade. A partir do mapeamento, são evidenciadas correlações com o momento histórico, político e econômico do país. O texto aborda ainda a função do curador e sua importância na concepção das exposições de moda. Discute-se também, outros aspectos relacionados às exposições de moda, tais como as megaexposições, o número de visitantes e os catálogos, traçando paralelos entre o contexto brasileiro e internacional. Constata-se que, as práticas expositivas de moda acompanharam o processo de organização do campo na cidade de São Paulo, destacando a relevância das exposições para o estudo da história da moda no país.

Palavras-chave: Moda. Exposições. São Paulo.

ABSTRACT

The present research deals with fashion exhibitions, specifically those presented in the city of Sao Paulo between the beginning of the 1980s and the year 2018, with the purpose of analysing the development of fashion exhibition practices and understanding the relevance of expositions in the consolidation of the capital city of Sao Paulo, as a centre of professionalization and diffusion of fashion in Brazil. From the mapping of exhibitions, the dissertation makes an investigation about the concepts linked to the term exhibition and the studies of exhibitions history, especially those dedicated to fashion. A historical retrospective on the fashion exhibition practices in the city of Sao Paulo is also carried out. By means of statistical studies, information on quantity, category and frequency of exhibitions mapped in several places in the city is presented. From the mapping, correlations are evidenced with the historical, political and economic moment of the country. The text still approaches the role of the curator and its importance in the design of fashion expositions. Other aspects related to fashion exhibitions, such as blockbuster expositions, number of visitors and catalogues, are also discussed, drawing parallels between the Brazilian and the international context. It is noticed that, the fashion exhibition practices followed the process of organizing the field in the city of Sao Paulo, highlighting the relevance of the expositions for the study of the history of fashion in the country.

Keywords: Fashion. Exhibitions. Sao Paulo.

ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit Modeausstellungen, insbesondere die, die in der Zeit von Anfang der 1980er Jahre bis zum Jahr 2018 in Sao Paulo vorgestellt wurden, mit dem Ziel, die Entwicklung der Modeausstellungspraktiken zu analysieren und die Relevanz von Ausstellungen, für die Konsolidierung der Hauptstadt Sao Paulo als Zentrum der Professionalisierung und Verbreitung von Mode in Brasilien, zu verstehen. Ausgehend von der Bestandsaufnahme der Ausstellungen, untersucht die Dissertation, die mit dem Begriff Ausstellung verbundenen Konzepte und die Studien zur Geschichte der Ausstellungen, insbesondere die der Mode. Eine historische Retrospektive zu den expositiven Praktiken der Mode in der Stadt São Paulo wird ebenfalls durchgeführt. Durch statistische Untersuchungen, werden Informationen zu Menge, Kategorie und Häufigkeit der kartierten Expositionen, in mehreren Orten der Stadt, dargestellt. Aus der Kartierung ergeben sich Zusammenhänge mit dem historischen, politischen und wirtschaftlichen Moment des Landes. Der Text befasst sich auch mit der Rolle des Kurators und seiner Bedeutung für die Gestaltung von Modeausstellungen. Andere Aspekte im Zusammenhang zu Modeausstellungen, wie Blockbuster Ausstellungen, Besucherzahlen und Kataloge, werden ebenfalls diskutiert und es werden Parallelen zwischen dem brasilianischen und dem internationalen Kontext gezogen. Es ist zu bemerken, dass die expositiven Modepraktiken dem Prozess der Organisation des Feldes in der Stadt Sao Paulo folgten und die Relevanz der Ausstellungen für das Studium der Modegeschichte in Brasilien, wurde hervorgehoben.

Schlüsselwörter: Mode. Ausstellungen. Sao Paulo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Registro fotográfico da exposição “Moda no MAB: Uma nova coleção no acervo” (2017).....	36
Figura 2 - Registro fotográfico durante a montagem da exposição “Labirinto da Moda: uma Aventura Infantil” (1996).....	39
Figura 3 - Registro fotográfico da exposição “Construtivismo: a forma como roupa” (2003).....	42
Figura 4 - Registro fotográfico da exposição “Glória Coelho Linha do Tempo” (2011).....	44
Figura 5 - Registro fotográfico da exposição “Pierre Cardin: criando moda revolucionando costumes - 60 anos de moda, arte e design” (2011).....	48
Figura 6 - Registro fotográfico da exposição “Leather Forever – uma exposição sobre o couro da Hermès” (2018).....	49
Figura 7 - Registro fotográfico da exposição “Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga: cultura popular, moda e história” (2011).....	51
Figura 8 - Registro fotográfico da exposição “Ocupação Zuzu” (2014).....	53
Figura 9 - Registro fotográfico da exposição “Ugo Castellana - costurando memórias” (2017).....	54
Figura 10 - Registro fotográfico da exposição “Arte na moda: coleção MASP – Rhodia” (2015).....	56
Figura 11 - Registro fotográfico da exposição “Casa de Criadores - 20 anos” (2017), promovida pela Casa de Criadores e realizada no Shopping Eldorado.....	104
Figura 12 - Registro fotográfico da exposição “Gucci Museo: Forever Now” (2014), promovida pela Gucci e realizada no Shopping JK Iguatemi.....	105

Figura 13 - Registro fotográfico da exposição “A moda marca gol” (2014).....	107
Figura 14 - Detalhe da exposição “Le Théâtre de la Mode” (1945).....	117
Figura 15 - O carrossel na seção de moda feminina da exposição “Britain Can Make It” (1946).....	119
Figura 16 - Vista parcial da seção Rua das Vitruinas da exposição “Britain Can Make It” (1946).....	120

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Relação de exposições de moda por local, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	58
Gráfico 2 - Frequência de exposições de moda, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	59
Gráfico 3 - Número de exposições de moda com o termo “brasil-” no título, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	61
Gráfico 4 - Porcentagem de exposições de moda por categoria, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	65
Gráfico 5 - Número de exposições por local e categoria, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	65
Gráfico 6 - Porcentagem de exposições de moda por categoria realizadas no SPFW, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	76
Gráfico 7 - Número de exposições no MorumbiFashion e no SPFW com o emprego de “brasil-”, no período de 1996-2018.....	77
Gráfico 8 - Porcentagem de exposições de moda por categoria em museus, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	85
Gráfico 9 - Número de exposições de moda, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	86
Gráfico 10 - Quantidade e categoria de exposições de moda em museus, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	88
Gráfico 11 - Porcentagem de exposições de moda por categoria realizadas no MAB-FAAP, no período de 1980-2018.....	92
Gráfico 12 - Número de exposições de moda por categoria, por ano, realizadas no MAB-FAAP, no período de 1980-2018.....	94

Gráfico 13 - Porcentagem de exposições de moda por categoria em instituições educacionais, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	98
Gráfico 14 - Quantidade e categoria de exposições de moda em instituições educacionais, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo..	99
Gráfico 15 - Quantidade e categoria de exposições de moda em shoppings, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	106

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Relação de exposições de moda por local, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	57
Tabela 2 - Relação de exposições de moda por local e por categoria, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	64
Tabela 3 - Algumas das exposições de moda no MorumbiFashion e no SPFW citadas no texto.....	75
Tabela 4 - Algumas das exposições de moda em museus citadas no texto.....	84
Tabela 5 - Exposições de moda realizadas no MAB-FAAP entre 1989-1998.....	87
Tabela 6 - Exposições de moda realizadas no MAM-SP entre 2001-2003.....	87
Tabela 7 - Exposições de moda em instituições educacionais, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.....	96
Tabela 8 - Algumas das exposições de moda realizadas em shopping centers citadas no texto.....	100
Tabela 9 - Algumas das exposições de moda realizadas em lojas citadas no texto.....	108
Tabela 10 - Número de visitantes das exposições de moda realizadas no MAB-FAAP, no período de 1994-2018.....	133
Tabela 11 - Número de catálogos produzidos para as exposições de moda realizadas no MAB-FAAP entre 2008 e 2015.....	144

LISTA DE SIGLAS

ABEST	Associação Brasileira de Estilistas
ABIT	Associação Brasileira da Indústria Têxtil
ABRASCE	Associação Brasileira de Shopping Centers
CNPC	Conselho Nacional de Políticas Culturais
FAAP	Fundação Armando Álvares Penteado
Fenit	Feira Nacional da Indústria Têxtil
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
In-Mod	Instituto Nacional de Moda e Design
MAB-FAAP	Museu de Arte Brasileira da FAAP
MAM-SP	Museu de Arte Moderna de São Paulo
MASP	Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand
MCB	Museu da Casa Brasileira
MinC	Ministério da Cultura
MIS-SP	Museu da Imagem e do Som de São Paulo
MuBA	Museu Belas Artes de São Paulo do Centro Universitário Belas Artes
MuBE	Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia
Senac	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
Sesc	Serviço Social do Comércio
Sinacouro	Sindicato da Indústria de Artefatos de Couro do Estado de São Paulo
SPFW	São Paulo Fashion Week
UNIT	União Nacional das Indústrias de Tecelagem de Moda

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	16
2.	DEFININDO O CONCEITO E ESTUDO DE EXPOSIÇÃO	21
3.	EXPOSIÇÕES DE MODA	26
3.1.	RETROSPECTIVA DAS PRÁTICAS EXPOSITIVAS DE MODA.....	26
3.2.	MAPEAMENTO DAS EXPOSIÇÕES DE MODA EM SÃO PAULO	34
4.	ALINHAVANDO RELAÇÕES POR MEIO DE ESTATÍSTICAS	57
4.1.	DADOS GERAIS	57
4.2.	EXPOSIÇÕES EM SEMANAS DE MODA	67
4.2.1.	Alguns antecedentes	67
4.2.2.	Exposições no MorumbiFashion e no SPFW	75
4.3.	EXPOSIÇÕES EM MUSEUS	84
4.3.1.	MAB-FAAP como epicentro	89
4.4.	EXPOSIÇÕES EM INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS	96
4.5.	EXPOSIÇÕES EM SHOPPING CENTERS E LOJAS	100
5.	PARA ALÉM DAS EXPOSIÇÕES	110
5.1.	CURADORIA E CURADORES.....	110
5.2.	MEGAEXPOSIÇÕES	116
5.2.1.	Fashion Passion: uma megaexposição de moda em São Paulo	122
5.3.	NÚMERO DE VISITANTES.....	129
5.4.	CATÁLOGOS	136
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	146
	REFERÊNCIAS	150
	APÊNDICE A – Mapeamento das exposições de moda	164
	APÊNDICE B – Locais divididos por grupos	198

1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa trata de exposições de moda, especificamente aquelas apresentadas na cidade de São Paulo entre o início da década de 1980 e o ano de 2018, com o propósito de analisar o desenvolvimento das práticas expositivas de moda e compreender a relevância das exposições na consolidação da capital paulista como centro de profissionalização e difusão de moda no Brasil.

Esta pesquisa se propõe a reunir, organizar e investigar o modo como as exposições de moda encontram-se registradas, tanto em documentos arquivados, quanto na cobertura jornalística em mídias digitais, impressas e audiovisuais. Para coleta destas informações acerca das exposições, a definição de um modelo organizado é fundamental. Definiu-se realizar um mapeamento, cuja natureza fornece flexibilidade teórica e possibilita múltiplas perspectivas para análise.

A cidade de São Paulo é a delimitação geográfica deste mapeamento, pois além de concentrar parte significativa das exposições dedicadas à moda no Brasil, também é um importante e reconhecido centro de difusão e profissionalização da moda nacional. O mapeamento abrange as exposições realizadas a partir dos anos 1980, período no qual a cidade de São Paulo começou a experimentar efetivamente a profissionalização do setor criativo da moda, sem, contudo, negligenciar fatos e acontecimentos anteriores relevantes, como as atividades do MASP (Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand) no início dos anos 1950 e a criação da Fenit (Feira Nacional da Indústria Têxtil) no final da mesma década (BONADIO, 2014c).

A delimitação temporal deste mapeamento abrange um conjunto de acontecimentos, que juntos compõem a história da moda paulista e brasileira: a organização de grupos de estilistas, como o Núcleo Paulista de Moda (1980), o Grupo São Paulo de Moda (1985) e a Cooperativa de Moda (1986) (PRADO; BRAGA, 2011); as primeiras edições das principais revistas nacionais dedicadas à moda, como *Vogue Brasil*, *Moda Brasil*, *Claudia Moda*, *Elle Brasil*, entre outras (BUENO; CASTRO; CAMARGO, 2008); e o estabelecimento dos primeiros cursos superiores de moda, primeiramente na Faculdade Santa Marcelina (1987), seguida da Universidade Anhembi Morumbi (1990) e da Universidade Paulista (1990)¹, todas instituições de

¹ As datas de fundação dos cursos foram consultadas em BONADIO (2010); entretanto, os autores Luís André do Prado e João Braga (2011) informam datas distintas, a saber: Faculdade Santa Marcelina (1988), Universidade Anhembi Morumbi (1990) e Universidade Paulista (1991).

ensino particulares. Compõem também o cenário no qual perpassa esse mapeamento, as semanas de moda criadas a partir dos anos 1990, que configuram um marco importante para a consolidação do campo da moda no país: o Phytoervas Fashion (1993), sucedido pelo MorumbiFashion (1996), que em 2001 passou a se chamar São Paulo Fashion Week; a Casa de Criadores (1997) e o Amni Hot Spot (2001).

A metodologia e a estrutura deste mapeamento foram fundamentadas em pesquisas anteriores realizadas pelos autores Lou Taylor (2004) e Jeffrey Horsley (2014). Em seu livro *Establishing Dress History* (2004), Taylor apresenta o percurso dos estudos a respeito da história do vestir desde o século XVI, perpassando por publicações sobre o vestuário, o surgimento e o desenvolvimento das discussões acerca da moda e da formação das coleções de vestuário em museus europeus (especialmente britânicos e franceses) e americanos. Conforme aponta em sua introdução, os objetos e locais abordados na pesquisa concentram-se na parte ocidental do Hemisfério Norte, deixando em aberto o estudo das demais regiões do mundo, como a América Latina e mais especificamente, o Brasil e a cidade de São Paulo. Para a presente pesquisa, o livro de Taylor serve de modelo e guia para o desenvolvimento estrutural e teórico sem, contudo, reproduzir o seu percurso.

Horsley (2014), em seu inventário acerca das exposições de moda, concentrou-se em registrar as produções expositivas realizadas no Hemisfério Norte e na Oceania a partir de 1971, ano que o autor considera como um marco para o desenvolvimento das práticas curatoriais no contexto internacional. O material produzido pelo autor serve de modelo para a concepção e ordenamento do presente mapeamento, sobretudo, dos critérios de seleção e ordenação dos dados coletados a respeito das exposições realizadas na capital paulista.

Baseado em Horsley (2014), desenvolveu-se uma tabela (APÊNDICE A) para o registro das exposições contendo os campos: título da exposição; local de realização; período de duração (datas de início e término); curador/organizador; origem do acervo exposto; lei de incentivo; patronato (apoio e patrocínio); conteúdo publicado em mídias digitais e impressas sobre a mostra. Infelizmente, devido à falta de informações disponíveis nos arquivos institucionais, não foi possível inserir o campo número de visitantes, que possibilitaria uma análise mais completa acerca do alcance e êxito de cada exposição.

Em seu inventário, Horsley (2014) assinala também a necessidade de esclarecer a abrangência do termo moda. Enquanto o autor restringiu-se a inventariar apenas exposições cujo tema era essencialmente sobre roupas e acessórios, com a exibição majoritariamente de peças destas tipologias; considerou-se para a realização do presente mapeamento, que o termo moda também está associado às definições de costume e traje, que mesmo estando mais diretamente vinculados às tradições de uma cultura do que com a oscilação e efemeridade características da moda, também interagem e se influenciam mutuamente. Do mesmo modo, além de exposições que exibiram artefatos de vestuário e acessórios, também foram mapeadas aquelas que trataram de outros elementos do campo da moda, como publicações editoriais, fotografias, ilustração, publicidade, figurinos, *wearable art* e exposições monográficas de personalidades de significativa relevância para a moda.

Na contramão do que propôs Horsley (2014), foram registradas exposições realizadas em diversos locais da cidade, tais como: instituições culturais, educacionais, museológicas e socioculturais públicas e privadas, pois entende-se que a moda permanece onipresente na rotina urbana da capital paulista. Também foram mapeadas exposições de moda apresentadas em shopping centers, uma vez que estes espaços comerciais foram e ainda são, de grande importância e influência na profissionalização e consumo da moda na cidade de São Paulo e no país.

A coleta de informações acerca das exposições deu-se mediante consulta à diversas fontes, tais como matérias publicadas nos principais jornais impressos de grande circulação na capital paulista, bem como em seus acervos digitais disponíveis para consulta em banco de dados online, a saber: O Estado de S. Paulo, sobretudo seu Caderno 2; e o caderno Ilustrada da Folha de S. Paulo. Do mesmo modo, foram consultados sites e blogs especializados em moda mantidos por agências de conteúdo e jornalistas nacionalmente reconhecidos, tais como: Fashion Forward (<https://ffw.uol.com.br/>) da empresa IMM Moda também responsável pela realização do SPFW, que recebe 6 milhões de visitas online por mês², Lilian Pacce (<https://www.lilianpacce.com.br/>) e Petiscos (<https://petiscos.jp/>); também foram consultados sites de instituições culturais e de ensino, museus, organizações de classe (ABEST e ABIT) e shoppings nos quais se sabia previamente da realização de exposições dedicadas ao tema. Além disso, foram utilizados registros documentais e

² FASHION Forward (FFW). **Anuncie**. Disponível em: <http://ffw.uol.com.br/anuncie/>. Acesso em: 11 de maio de 2019.

audiovisuais disponíveis em arquivos, bancos de dados e em meios digitais, bem como catálogos, livros e demais materiais gráficos produzidos para as exposições reunidos pelo pesquisador e consultados in loco em arquivos e bibliotecas de museus e instituições culturais.

Devido à pulverização e escassez de registros, algumas informações permanecem, por ora, incompletas. Pelo mesmo motivo, exposições podem estar ausentes do presente mapeamento, cuja natureza, ressalta-se, consente a atual condição de incompletude, mas também possibilita (e instiga) sua continuidade.

Fazendo uso das fontes mencionadas acima, estabeleceu-se como critério metodológico não mapear eventos que divergem da delimitação do conceito de exposição tratado no segundo capítulo desta dissertação, ou seja, foram desconsideradas as “exposições” do tipo showroom, que tiveram como finalidade única a promoção de lançamentos, tendências e produtos. Em outras palavras, “exposições” que consistiram apenas na reunião de produtos de lojistas a fim de divulgar itens disponíveis para compra nas lojas não integram este mapeamento, mesmo que expograficamente bem elaboradas.

Por outro lado, algumas exposições realizadas em shoppings e lojas foram consideradas neste mapeamento, uma vez que se constatou a relevância destas mostras para além da finalidade comercial. Isto é, observou-se uma razão cultural com a promoção de algumas das exposições ocorridas nestes espaços, ainda que houvessem direta ou indiretamente interesses mercadológicos envolvidos nas suas realizações.

Guiada pelo trabalho de ambos os autores, a presente dissertação inicia-se com a investigação acerca dos conceitos atrelados ao termo exposição. São apresentados argumentos de pesquisadores do campo das artes, a fim de esboçar a complexidade que envolve o estudo da história das exposições, sobretudo daquelas dedicadas à moda. Ressalta-se que, para evitar o uso excessivo da palavra exposição ao longo do texto, empregou-se também o termo ‘mostra’ sem, contudo, alterar ou causar prejuízo na interpretação que orienta o desenvolvimento desta pesquisa.

Na sequência realiza-se uma retrospectiva histórica acerca das práticas expositivas de moda, desde o contexto internacional em meados do século XIX, até a cidade de São Paulo na década de 1980, a fim de contextualizar o percurso que antecede o período no qual a dissertação se concentra.

Posteriormente, apresenta-se um histórico das exposições de moda na capital paulista a partir dos anos 1980, tendo como base as informações reunidas no mapeamento, de modo que os registros de localização das exposições são o eixo estruturante para o desenvolvimento deste retrospecto. Desta forma, o texto foi concebido tomando como centro os locais de realização das exposições, procurando manter-se uma linha temporal compreensível.

Através dos dados levantados pelo mapeamento, produziram-se estudos estatísticos que possibilitaram o desenvolvimento de análises relacionadas ao perfil de exposições por locais. No quarto capítulo, são apresentados dados gerais obtidos neste estudo e ainda as análises estatísticas das exposições de moda realizadas em semanas de moda, museus, instituições educacionais, shopping centers e lojas, sendo os dois últimos locais analisados em conjunto. Desta forma foi possível identificar, as especificidades das exposições realizadas em cada local.

No quinto e último capítulo, desenvolvem-se algumas reflexões que estão entrelaçadas ao estudo de exposições e à prática curatorial de moda, que se mostraram relevantes durante a pesquisa. A complexidade que envolve o termo curadoria e o ofício do curador é o primeiro tópico explorado, seguido de um breve estudo sobre as megaexposições e um estudo de caso brasileiro, da relevância do número de visitantes e a sua relação com a popularidade das exposições de moda e, por fim, uma análise crítica a respeito de catálogos de mostras dedicadas ao tema.

Ciente de que o estudo acerca das exposições de moda no Brasil ainda carece de aprofundamento e reconhecimento, esta pesquisa pretende contribuir para o avanço das discussões sobre o assunto, apresentando novas informações e reflexões, que forneçam mais subsídios para pesquisas futuras.

2. DEFININDO O CONCEITO E ESTUDO DE EXPOSIÇÃO

Envolto de um conceito bastante amplo e passível de múltiplas interpretações, o termo exposição já foi objeto de estudo para diversos autores brasileiros e estrangeiros, dos quais alguns argumentos serão apresentados a seguir para esclarecer a abrangência do assunto.

Para André Desvallées e François Mairesse, “o termo ‘exposição’ significa tanto o resultado da ação de expor, quanto o conjunto daquilo que é exposto e o lugar onde se expõe” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 42). Desta forma, Desvallées e Mairesse assinalam que a prática expositiva “[...] constitui assim um campo nitidamente mais vasto, uma vez que ela pode ser desenvolvida por uma instituição lucrativa (mercado, loja, galeria de arte) ou não” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 43).

Ricardo Coelho fornece uma síntese da interpretação de Desvallées e Mairesse (2013): exposição é o conjunto do que se expõe. Tal definição, como fundamenta o autor, “[...] permite não restringir [ao] universo especializado dos museus o privilégio no processo de comunicação via exibição de objetos [...]” (COELHO, 2007, p. 41).

Seja ela concebida por razões científicas, econômicas, políticas, socioculturais e/ou tecnológicas, a exposição é o principal momento e espaço em “[...] que qualquer pessoa, independentemente da idade, condição social e econômica, sozinha ou como parte de um grupo, tem a oportunidade e o espaço para ver o ‘objeto real’ [...]” (HERREMAN, 2015, p. 74) das mais variadas tipologias. Desta forma, conforme acrescenta e ressalta Yani Herreman (2015), as exposições têm fundamental relevância para o acesso e a fruição, promovendo a interação de modo instrutivo e/ou estético.

Em sua definição técnica sobre o termo, Herreman (2015, p. 74) afirma:

exposição é um veículo de comunicação baseado em objetos e em seus elementos complementares, apresentados em um espaço predeterminado, que utiliza técnicas de interpretação especiais e sequências de aprendizado que visam à transmissão e comunicação de conceitos, valores e/ou conhecimento.

Cristina Freire (2011), por sua vez, ressalta a importância da exposição como “[...] contexto para a percepção de uma obra de arte” (FREIRE, 2011, p. 69) acionado por meio do arranjo e rearranjo de “[...] sistemas complexos de sentidos que articulam contextos históricos, arquitetônicos e institucionais” (FREIRE, 2011, p. 69),

evidenciando e/ou sobrepondo relações entre conceitos, objetos, obras e temas fundamentados através da exposição.

Elena Filipovic (2013) complementa as considerações de Cristina Freire (2011) ao enfatizar o fato de que “uma exposição não é uma mera representação transparente de ideias (ou ideologias, ou políticas) em um espaço” (FILIPOVIC, 2013, p. 75, tradução nossa), tampouco “[...] é apenas a soma de suas obras de arte, mas também as relações criadas entre elas, a dramaturgia ao redor delas, e o discurso que as emoldura” (FILIPOVIC, 2013, p. 75, tradução nossa).

A mesma autora entende que as exposições devem “[...] encorajar formas não convencionais de olhar e ler as obras de arte (e depois o mundo)” (FILIPOVIC, 2013, p. 79). Segundo reconhece a autora, a exposição deve estimular a participação do público, fomentar a reflexão sobre o que é exibido e conceder o espaço e o tempo adequados para a melhor fruição da experiência de visita.

É preciso ressaltar, porém, que por meio desses arranjos e rearranjos de obras e conteúdo, as exposições configuram-se como um espaço potente operando na construção e administração de novos e velhos significados simbólicos e culturais da arte e da sociedade (GREENBERG; FERGUSON; NAIRNE, 2005). De acordo com Freire (2011), é por meio das exposições, que se estabelecem e se sustentam versões oficiais da história da arte.

Visto que as exposições se configuram como importante material de estudo, um novo campo de pesquisa se desenvolveu com a finalidade de compreender o histórico das exposições e também investigar como são atribuídos, revistos, alterados e administrados significados e valores de obras e objetos (FREIRE, 2011). A história das exposições, segundo afirma Joana Baião, “[...] tem um objeto de análise plural, efêmero, cujo estudo tem de considerar a sua historicidade e especificidade espaço-temporal” (2016, p. 1).

Elena Filipovic converge com Joana Baião a respeito da relevância da exposição: “[...] não importa o que seja, não é abstrata ou a-histórica, mas uma situação concreta localizada em um lugar e tempo específicos” (FILIPOVIC, 2013, p. 80, tradução nossa). A autora ressalta ainda, que “a efemeridade e a falta de absoluto de uma exposição podem ser suas características mais importantes” (FILIPOVIC, 2013, p. 78, tradução nossa).

O estudo sobre a história das exposições torna-se mais complexo, quando observado o grande e crescente número de produções expositivas e o seu ritmo cada

vez mais acelerado. A efemeridade associada à ininterruptão de exposições, fazem com que haja um acúmulo de mostras a serem estudadas, o que por sua vez produz uma situação de desequilíbrio no desenvolvimento deste campo, já que apenas uma pequena parcela destas exposições pode ser analisada e registrada em tempo e profundidade, antes que as suas informações materiais e imateriais se dispersem.

Cabe ressaltar também, que os autores e seus textos mencionados até o momento, são pesquisadores e profissionais do campo das artes, que se concentram majoritariamente no estudo e desenvolvimento de exposições relacionadas às artes. Desta forma, constata-se que sendo o estudo da história das exposições de artes recente e envolto de argumentos e análises complexas, mais recente e complexo é o estudo acerca das produções expositivas dedicadas ao vestuário e à moda.

Observando o vasto material inexplorado, percebe-se que as exposições relacionadas ao campo da moda e os seus respectivos processos curatoriais foram negligenciados durante um período prolongado, não apenas no Brasil. Conforme mencionam as autoras britânicas Amy de la Haye e Judith Clark (2014), já existe volume considerável de pesquisas acerca da história das exposições, sobretudo de arte; no entanto, ainda são escassos os estudos sobre exposições de vestuário e moda.

Um possível argumento que justifica a demora na produção de pesquisas a respeito de exposições de moda é que, diferentemente da arte, que tem a exposição como principal espaço de encontro do pesquisador com o seu objeto de estudo, a moda participa da rotina da maior parte da população, em vitrinas, revistas, novelas, mídias digitais, redes sociais e, principalmente, nos corpos e guarda-roupas de cada indivíduo; logo, os estudos acerca da moda concentram-se em áreas diversas, porém correlacionadas, como design, comunicação, história, ciências humanas (antropologia, psicologia, sociologia e afins) e artes³.

Com o desenvolvimento e amadurecimento dos campos da historiografia do vestuário e dos estudos da moda, destacaram-se outras propriedades da moda para além de sua finalidade econômico-mercadológica. A valorização da moda como artefato sociocultural e o considerável aumento de exposições sobre o assunto em galerias e instituições museológicas ao redor do mundo, ressaltam a necessidade de

³ Para saber mais sobre a produção acadêmica na área ver: BONADIO, 2010.

compreender a relevância das exposições dedicadas ao assunto como meios de comunicação com um público não especializado.

Além disso, o fato das produções expositivas relacionadas à moda serem classificadas como meras produções de entretenimento e marketing (ANDERSON, 2000) configura outro argumento controverso que impõe (e em certa medida ainda impõe) o ceticismo ao desenvolvimento de pesquisas a respeito do assunto. O sucesso de algumas exposições de moda no exterior, tais como “Alexander McQueen: Savage Beauty” (2011), “China: Through the Looking Glass” (2015) e “Manus x Machina: Fashion in an Age of Technology” (2016)⁴, todas realizadas pelo conceituado Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York, resultou não apenas no agravamento do ceticismo por parte dos acadêmicos, críticos e teóricos, sobretudo do campo da arte, mas também na multiplicação de mostras sobre moda nas mais diversas instituições. Neste aspecto, Katharina Hegewisch tem razão ao afirmar que, “o sucesso de uma exposição é, com frequência, sua principal deficiência” (HEGEWISCH, 2006, p. 187), já que a popularidade das exposições de moda pode ser confundida com um mecanismo de publicidade sem conteúdo.

De fato, conforme apontam Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, é possível que grandes empresas utilizem a popularidade das exposições de moda para “[...] enobrecer as marcas, criar uma imagem audaciosa, criativa, menos mercantil” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 85). Entretanto, é preciso ressaltar que a moda não é uma exceção; exposições de arte conceituadas também dependem de patrocínios de grandes empresas e por vezes precisam subordinar-se às recomendações “invasivas” dos patrocinadores, que afetam não somente o desenvolvimento do discurso curatorial, mas também a fruição da exposição pelo público.

Outro fator que torna mais complexo o estudo das exposições de moda, principalmente no Brasil, é a dificuldade de acesso às informações e ao conteúdo produzido pelas e sobre as mostras, em parte porque a organização de arquivos institucionais no país é recente e o seu acesso ainda é bastante restrito e burocrático. Matérias jornalísticas seriam uma alternativa, entretanto, diferentemente das

⁴ Fato destacado no texto para imprensa publicado no site do museu, o sucesso das exposições refere-se ao grande número de público, a saber: “Alexander McQueen: Savage Beauty” recebeu 661.509 visitantes; “China: Through the Looking Glass” recebeu 815.992 visitantes; e “Manus x Machina: Fashion in an Age of Technology” recebeu 752.995 visitantes (METROPOLITAN, 2016).

exposições de arte, que contam com um farto material produzido por críticos consagrados e publicado em veículos de grande circulação, o registro crítico-jornalístico a respeito das exposições de moda é escasso ou mesmo inexistente.

Abordada a complexidade que envolve o termo exposição e os estudos acerca da história das exposições, é preciso compreender o histórico das práticas expositivas de moda no Brasil, mais precisamente na cidade de São Paulo, a fim de traçar uma cronologia das práticas expositivas dedicadas ao tema no país e compreender a sua relevância na consolidação da capital paulista como centro de profissionalização e difusão da moda no país.

3. EXPOSIÇÕES DE MODA

3.1. RETROSPECTIVA DAS PRÁTICAS EXPOSITIVAS DE MODA

Existem registros a respeito da exibição de peças de vestuário e moda desde antes do século XX, sobretudo nos Estados Unidos e na Europa, especialmente na França e no Reino Unido. Ainda que exibidas de forma acessória/secundária, tais peças integravam exposições como artefato étnico, histórico e como produto do avanço tecnológico e industrial do setor têxtil (TAYLOR, 2004).

Em seu estudo *Establishing Dress History* (2004), Lou Taylor menciona alguns desses registros a fim de propor uma historiografia da história do vestir, perpassando pela origem das coleções de vestuário nos principais museus do hemisfério norte. A autora, mesmo sem concentrar-se no estudo das exposições, aponta percursos possíveis para o desenvolvimento de estudos relativos às práticas expositivas de moda.

As Exposições Universais são o ponto inicial desta retrospectiva, pois além de contextualizarem o amplo cenário internacional, também permitem identificar uma provável influência para a difusão das práticas expositivas de moda no âmbito brasileiro. Ressalta-se, que há registros anteriores sobre a realização de exposições de moda e vestuário, porém, são acontecimentos pontuais e com pouca repercussão no contexto histórico internacional (PETROV, 2012; TAYLOR, 2004).

Com o intuito de promover o desenvolvimento industrial, instruir as massas e expandir o projeto capitalista, a primeira Exposição Universal, também conhecida por *Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations*, realizou-se em 1851, na cidade de Londres, Reino Unido, e deu início a um modelo expositivo de grande sucesso até o começo do século XX. Segundo aponta Heloisa Barbuy, “[...] a natureza industrial dessas exposições não as caracterizava como simples feiras comerciais; muito mais do que isto, eram manifestações de todo um pensamento. E seguiam mais a tradição dos salões de arte do que das feiras ou mercados [...]” (1996, p. 212).

Desde a primeira Exposição Universal, a indústria de maquinário têxtil se fez vigorosamente presente. Junto das máquinas e dos tecidos, também eram apresentadas peças de vestuário e artefatos têxteis como amostra do material e da técnica, a fim de apresentar o resultado do esforço intelectual e tecnológico investido no desenvolvimento dos equipamentos. Ainda assim, conforme constata Alistair

O'Neill (2012), as peças exibidas no contexto das primeiras Exposições Universais eram caracterizadas nos textos publicados em jornais e revistas da época, como atributos desimportantes da frivolidade feminina e da moda.

Entretanto, a partir de 1900, com a realização da Exposição Universal de Paris, a moda e mais precisamente a alta-costura passou a ter sua importância evidenciada em exposições. A exposição realizada na capital francesa, cidade reconhecida internacionalmente como o centro de difusão e produção da moda e do luxo, contou com duas seções dedicadas exclusivamente à moda.

O Pavilhão da Moda [*Pavillon de la Mode*], assim como descreve Amy de la Haye (2014, p. 11) apresentou as criações dos principais costureiros membros da Câmara Sindical da Costura Parisiense [*Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*] do período, tais como Charles Frederick Worth e Jeanne Paquin, em cenários que representavam as estações e o estilo de vida dos consumidores da alta-costura francesa.

Outro espaço dedicado à moda na exposição de 1900 foi o Palácio do Traje [*Palais du Costume*], um museu temporário da moda organizado cronológica e historicamente, que exibiu em grande parte reproduções de trajes históricos, pois, segundo afirma Amy de la Haye (2014), os acervos dos museus parisienses⁵ incluíam um número reduzido de artefatos de vestuário. Coordenado pelo costureiro Monsieur Félix⁶, a seção exibiu trajes masculinos e femininos dispostos em diversos cenários que compunham cenas históricas e contemporâneas (STEELE, 2008), ocupando um espaço de aproximadamente três mil metros quadrados (HAYE, 2014).

Segundo Maxime Laprade (2017), em seu estudo sobre a representatividade da alta-costura nas Exposições Universais, a importância e o volume de peças de vestuário apresentadas nas Exposições Universais diferiam entre cada edição,

⁵ Segundo nota Haye (2014), é a partir de meados do século XX que são adquiridas as primeiras peças de moda para os museus franceses, que até então salvaguardavam apenas alguns artefatos têxteis como registro do avanço técnico e industrial do setor.

⁶ Monsieur Félix é heterônimo de Emile Poussineau (1841-1930), costureiro francês que fundou, junto de seu irmão Auguste (1831-1910), a *Maison A. Félix* ainda no princípio da alta-costura em meados do século XIX (TÉTART-VITTU, 2012). Segundo Françoise Tétart-Vittu (2012), a *maison* gozou de grande prestígio no período de sua fundação, fato que justificaria a escolha de seu nome para a organização do Palácio do Traje. Encontram-se poucas informações a respeito dos irmãos Poussineau e da *Maison A. Félix*, contudo, existem peças da *maison* salvaguardadas em acervos museológicos, tais como do Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York, em que inclusive encontram-se peças de vestuário e adorno de cabeça com etiquetas grafadas de formas distintas, ora A.Félix (provavelmente de Auguste), ora E.Félix (possivelmente de Emile).

sobretudo por conta do perfil das cidades-sede e da ênfase oferecida pelas comissões organizadoras locais e regionais à esta tipologia.

A consolidação da alta-costura ocorrida durante o final do século XIX e início do século XX, contribuiu para que o vestuário conquistasse maior visibilidade nestas grandes exposições. Em algumas ocasiões, a alta-costura dominou o espaço reservado para a apresentação dos produtos têxteis e de vestuário, provavelmente devido a intensa participação de integrantes franceses nos comitês organizadores e júris, entre os quais estavam representantes de *maisons* de prestígio, como Doeillet, Paquin, Redfern e grandes magazines parisienses, como o Bon Marché e Samaritaine (LAPRADE, 2017).

Mesmo que de maneira descontinuada, conforme ressalta Maxime Laprade (2017), a moda por meio de peças de vestuário, tornou-se participante de grandes exposições e firmou seu lugar de importância, sobretudo como representante das artes aplicadas e decorativas, tal como visto nos casos do Pavilhão de Artes Aplicadas da *Exposición Internacional del Centenario* realizada em Buenos Aires no ano de 1910, cuja terceira seção dedicada ao traje exibiu criações de renomadas *maisons* parisienses como Paquin, Callot Soeurs, Chéruit e Rouff; e da *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes* de Paris em 1925, exposição que justapôs moda e arte, novamente por meio da alta-costura, equiparada à arquitetura, ao mobiliário e ao teatro (LAPRADE, 2017).

Laprade (2017) destaca também o papel desempenhado pela imprensa no registro jornalístico desses grandes eventos, pois foram apresentadas informações detalhadas da experiência de visitação, que muitas vezes não constavam na documenta o produzida pela organiza o da exposi o. A imprensa tem importância acentuada para as *maisons*, pois a publicidade resultante destes grandes eventos expositivos colabora para a consolida o da alta-costura e consagra o de seus criadores.

Para Maxime Laprade (2017), assim como para Amy de la Haye (2014), as Exposi es Universais são o princípio das práticas expositivas de moda, mesmo considerando as interpreta es inconstantes a respeito do vestuário e da moda, ora inseridos no contexto de desenvolvimento industrial e tecnológico de equipamentos, processos e produtos, ora alçados   objetos de valor est tico a partir da perspectiva das artes aplicadas/decorativas.

Neste mesmo período, realizaram-se outras exposições dedicadas à moda, tais como aquelas promovidas pela Société de l'Histoire du Costume (SHC), entidade francesa criada em 1907 por artistas, acadêmicos, colecionadores e diletantes do campo da moda (BASS-KRUEGER, 2018). Segundo Maude Bass-Krueger (2018), estas exposições⁷ podem ser consideradas um marco para as práticas curatoriais e expositivas de moda na França, pois tinham como propósito principal a valorização da moda como patrimônio histórico e cultural francês. Vale lembrar também, que a Société de l'Histoire du Costume representou o empenho individual e coletivo na idealização e implementação de um acervo e, posteriormente, de uma prestigiada instituição museológica, que salvaguarda e expõe diversos registros da história da moda francesa e mundial de forma contemporânea e interessante: o Palais Galliera, musée de la Mode la Ville Paris.

O Brasil, por sua vez, além de ter sido representado em algumas Exposições Universais, também realizou exposições nacionais, que seguiam o modelo das grandes exposições. Na Exposição Nacional realizada em 1861 no Rio de Janeiro por desejo de D. Pedro II inspirado nas Exposições Universais, a produção de vestuário nacional já estava representada, mesmo que com características ainda bastante artesanais; vestidos, têxteis, chapelaria, alfaiataria e bengalas compuseram as seções de algumas regiões participantes da exposição, tais como a Amazônia, a Bahia, o Recife e claro o Rio de Janeiro.

São Paulo não esteve representado nesta ocasião, pois a região ainda “[...] conservava aquele aspecto provinciano e tristonho que de longa data a vinha caracterizando” (BURTON, 1977, p. 6), e a sua produção ainda era majoritariamente agrícola e a industrialização bastante incipiente. Esta situação modificou-se a partir da segunda metade do século XIX, com “a expansão cafeeira, a multiplicação de estradas de ferro e o surto de imigração europeia” (BURTON, 1977, p. 6).

Em comemoração ao Centenário da Independência no ano de 1922, realizou-se a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, com a participação de quatorze nações e um grande volume de visitantes (MUSEU, s.d.). A exposição estendeu-se por quase um ano e nesta ocasião a região paulista já esteve representada,

⁷ Algumas dessas exposições são: “Exposition de costumes anciens” (1909), realizada no Musée des Arts Décoratifs; “Musée de l'histoire du costume” (1920), apresentada no Hôtel de Madrazo; “Cent ans du Costume parisienne: 1800 - 1900” (1937) e “Costumes d'autrefois XVIe, XVIIe, XVIIIe siècles” (1938), ambas realizadas no Musée Galliera.

destacando o avanço e o potencial industrial e tecnológico promovidos pelos ricos e influentes Barões do Café.

Seguindo a mesma perspectiva das Exposições Universais e Nacionais, pode-se traçar um paralelo com as feiras industriais, que segundo aponta Maria Claudia Bonadio (2014c), também estão intimamente associadas à promoção do avanço industrial e tecnológico. Algumas destas feiras industriais desempenharam função relevante para o desenvolvimento das práticas expositivas no país e na capital paulista, pois não somente anunciavam as novidades do setor, mas também atualizavam o modo de apresentar tais inovações.

A Fenit (Feira Nacional da Indústria Têxtil) idealizada pelo empresário Caio de Alcântara Machado a fim de divulgar as novas tecnologias “em máquinas têxteis, fios, tecidos e roupas prontas” (BONADIO, 2014c, p. 79), não somente contribuiu para que a capital paulista se configurasse como centro de difusão e profissionalização da indústria do vestuário nacional, mas também introduziu e desenvolveu algumas das primeiras técnicas expositivas na cidade, por meio dos elaborados *stands* promocionais e pelos desfiles extraordinários, que fizeram do evento um marco histórico na produção e divulgação têxtil e de moda no Brasil.

A Fenit teve a sua primeira edição realizada no ano de 1958, nos galpões remanescentes das comemorações do IV Centenário da cidade de São Paulo (1954) no Parque do Ibirapuera, onde permaneceu até 1970, quando foi transferida para o novo Palácio das Exposições do Centro Interamericano de Feiras e Salões – Parque Anhembi na capital paulista (BONADIO, 2014c). Conforme aponta Bonadio, “nos primeiros anos da feira, predominavam as exposições de máquinas e amostras de novos fios e tecidos em stands sisudos e desfiles tradicionais [...]” (2014c, p. 82), produzidos ainda de forma precária e pouco agradável ao público visitante, em sua maioria investidores e profissionais do setor.

Desde o seu primeiro ano, a Fenit também se preocupou com a formação do seu público apresentando exposições especiais, como relata a matéria da publicação carioca *Manchete*, edição 347 de 6 de dezembro de 1958 (apud PRADO; BRAGA, 2011, p. 249):

No recinto magnificamente iluminado, as exposições especiais atraíam a curiosidade dos visitantes. Era, por exemplo, o caso dos trajes usados por artistas de cinema em filmes famosos. Num amplo painel, viam-se expostos vestidos de Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor, Anne Baxter, Rita Hayworth, Jennifer

Jones, além de costumes masculinos, como o fardão verde que Yul Brynner usou em “Os Irmãos Karamazov”. Um casal de velhinhos, certa noite, ficou longos minutos a contemplar o manto com que Gloria Swanson brilhou em “Crepúsculo dos Deuses”.

Durante a Fenit de 1958, também foi apresentada a exposição “Trajes históricos do Museu de Indumentária de Sophia”⁸, ocasião na qual foram exibidas onze peças da coleção de Sophia Jobim Magno de Carvalho, colecionadora e professora da Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro - Universidade do Brasil, atual Universidade Federal do Rio de Janeiro. Esta exposição comprovou o propósito dos organizadores do evento em instruir os visitantes a respeito da história da indumentária e ainda fomentar o início do estudo sobre a moda no âmbito acadêmico brasileiro e paulista, uma vez que ainda não existiam cursos superiores de moda na cidade.

Com o desenvolvimento da feira e almejando alcançar um público maior, a organização do evento e os expositores passaram a investir mais na produção dos *stands* e das atrações. Como descreve Bonadio, “em 1963, palcos, labirintos, passarelas, butikues e intervenções artísticas no espaço da feira foram elaborados por artistas plásticos e cenógrafos [...]” (2014c, p. 84-85), fazendo da Fenit uma opção de entretenimento na cidade de São Paulo.

Dentre as várias atrações que compunham a programação da feira, os desfiles eram os mais aguardados. A cada edição da Fenit, eram convidados criadores de renome internacional para apresentar ao público brasileiro suas mais novas criações. Nas várias edições da feira, foram realizados desfiles da Biba, Bill Blass, Federico Forquet, Guy Laroche, Jean Patou, Jean-Louis Scherrer, Paco Rabanne, Pierre Balmain, Pierre Cardin, Rudi Gernreich, Ted Lapidus, Valentino, entre outros; criadores que representavam o que havia de mais contemporâneo no cenário internacional do período (BONADIO, 2014c).

Contando muitas vezes com o auxílio e apoio de tecelagens e grandes empresas do setor têxtil, alguns criadores nacionais também desfilaram suas criações na Fenit, tais como Clodovil, Dener, Guilherme Guimarães, José Nunes e Ney Barrocas. Entretanto, quando se tratava da representação da moda nacional na Fenit, destacavam-se os desfiles-espetáculo promovidos pela Rhodia Têxtil a partir de 1963.

⁸ Para mais informações consultar O ESTADO, 1958 e TRIBUNA, 1958.

Fomentando a valorização das artes e da identidade brasileira por meio da moda, a Rhodia Têxtil (empresa francesa de filamentos sintéticos) a fim de promover o seu produto, realizou grandes desfiles com peças criadas por costureiros e estilistas brasileiros e confeccionadas em tecidos estampados com desenhos de artistas plásticos de prestígio nacional. Idealizados, em sua maior parte, por Lívio Rangan (então gerente de publicidade da empresa francesa), os desfiles-espetáculo da Rhodia na Fenit eram grandes produções temáticas, contando com cenários concebidos por Cyro Del Nero e shows musicais de astros da música brasileira, como Elza Soares, Gal Costa, Nara Leão, Sérgio Mendes e Rita Lee (BONADIO, 2014c).

Com seus desfiles cada vez mais extraordinários, a Rhodia atraía um número crescente de público à cada edição da Fenit, reforçando o perfil de entretenimento associado ao evento. Entretanto, quando no início da década de 1970 a Rhodia decidiu modificar a sua diretriz de atuação e publicidade no país, os desfiles cessaram e a empresa deixou de participar da feira. Em decorrência da ausência da Rhodia Têxtil e outros fatores (inclusive a mudança de local de realização do evento), a feira começou a vivenciar seu declínio de público e decadência.

A Fenit, os desfiles da Rhodia e de outros criadores e empresas, contribuíram, direta e indiretamente, para a profissionalização do campo de moda no Brasil e também colaboraram para o início da formação de público em território nacional, pois fomentaram a capacitação de profissionais, possibilitaram a experimentação de novos modos de exibir e conseguiram despertar no visitante-consumidor o interesse na moda brasileira.

Perceber a importância da Fenit não apenas como espaço fértil para o desenvolvimento de negócios da moda na cidade de São Paulo e no Brasil, mas também como precursor de técnicas expositivas contemporâneas de moda em território nacional, fez direcionar esta retrospectiva histórica para o MASP (Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand), que além de salvaguardar desde 1971, parte das criações exibidas nos desfiles da Rhodia (Coleção MASP-Rhodia), também impulsionou a criação de uma visualidade da moda brasileira e desempenhou função pioneira na realização de exposições dedicadas ao campo da moda no país.

Pietro Maria Bardi, diretor-fundador do MASP, cultivou interesse na indumentária e almejava, desde os anos 1950, formar um acervo dedicado aos têxteis e ao vestuário, nos moldes de prestigiadas instituições museológicas internacionais,

tais como o Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York (BONADIO, 2014a).

No histórico do MASP, além das atividades desenvolvidas no Instituto de Arte Contemporânea (IAC) e os desfiles realizados dentro da instituição no início da década de 1950⁹, ocorreram também exposições importantes que tratavam diretamente ou exibiram artefatos vinculados ao campo do vestuário e da moda, tais como “A Mão do Povo Brasileiro” (1969), “1922 - 50 anos” (1972) e “Perfume e maquiagem numa exposição” (1978).

Ressalta-se, que as exposições também tiveram importância para a formação da Seção de Costumes do museu, como é o caso da “Exposição retrospectiva da moda brasileira” (1971), que apresentou algumas das peças criadas para os desfiles da Rhodia na Fenit e, que no ano seguinte de sua realização, motivou a empresa têxtil francesa a doar uma parte das peças para o acervo do MASP. Seleccionadas por Pietro Maria Bardi, o conjunto doado, setenta e nove peças de vestuário e documentos, integram atualmente a Coleção MASP-Rhodia, um dos únicos registros remanescentes deste período para a história da moda brasileira.

Durante o período que esteve à frente do museu, Bardi mostrou-se atento às discussões e realizações expositivas internacionais. Muito possivelmente, o rebuliço promovido por Diana Vreeland¹⁰ e suas exposições no Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York, também chegou ao conhecimento do diretor do museu e contribuiu para que ele desse continuidade aos projetos expositivos relacionados à moda no MASP.

⁹ Em 1951, o MASP promoveu o “Desfile de Costumes Antigos e Modernos” com o intuito de relacionar a moda do passado, do presente e do futuro, que apresentou peças dos séculos XVIII e XIX, provenientes dos acervos do Costume Institute do Metropolitan Museum of Art e da Union Française des Arts du Costume; criações recentes de Christian Dior e o “Costume de 2045” criado por Salvador Dalí. No ano seguinte, em 1952, o museu realiza o desfile “Moda Brasileira”, que apresentou uma coleção de vestuário desenvolvida por alunos e mentores do IAC (BONADIO, 2014a).

¹⁰ Diana Vreeland foi uma influente editora de moda e editora chefe das revistas americanas Harper's Bazaar e Vogue. Em 1972, Vreeland assumiu o cargo de Consultora Especial do prestigiado Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York e durante o período em que esteve vinculada à instituição, realiza diversas exposições de moda que contrariavam as práticas curatoriais e museológicas tradicionais, tais como “Twenty-five Years of Yves Saint Laurent” (1983), primeira mostra dedicada a um estilista vivo e com produção ativa, fato bastante criticado e discutido naquele período. Para saber mais, consultar DIETZ, 2017.

3.2. MAPEAMENTO DAS EXPOSIÇÕES DE MODA EM SÃO PAULO

A partir dos anos 1980, a cidade de São Paulo começou o gradual processo de profissionalização do setor criativo de moda, sobretudo com a formação de grupos de jovens criadores (muitos deles sem qualquer educação formal especializada em produção de vestuário e moda), que se organizaram na capital paulista, tais como o Núcleo Paulista de Moda (1980), o Grupo São Paulo de Moda (1985) e a Cooperativa de Moda (1986)¹¹. O MASP acompanhou este processo e realizou as exposições “Roupas Bordadas” (1986) com obras da artista Glauca Amaral Rodrigues e “Traje: um objeto de arte?” (1987), com curadoria de Liana Bloisi da Galeria Paradoxart.

Aliás, Pietro Maria Bardi estava tão atento ao desenvolvimento do campo da moda nacional e das notícias no cenário internacional, que entre os anos de 1987 e 1988 (período de comemoração do 40º. aniversário da instituição), o diretor do museu empenhou-se na realização do evento “Fashion Show”, com o intuito de apresentar a moda e os costureiros/estilistas de renome internacional. Certamente ciente da revolução japonesa que inquietou a moda francesa e internacional no início dos anos 1980, Bardi se mobilizou junto à Fundação Japão, para trazer alguns destes criadores japoneses e suas obras para compor o evento. Alguns nomes são mencionados pelo diretor do museu em carta à fundação, como Kansai Yamamoto e em especial Issey Miyake, que não somente havia realizado um feito inédito: ter uma de suas criações impressa na capa da edição especial de fevereiro de 1982 da prestigiada revista *Artforum*, revista de arte internacionalmente consagrada (BONADIO, 2014a); como também teve suas criações exibidas na exposição “Issey Miyake Spectacle: Bodyworks” (1983-1985)¹², que itinerou por algumas cidades do mundo.

Mesmo com o empenho de Bardi, o evento “Fashion Show” não foi realizado, bem como não há registros da vinda desses e de outros criadores japoneses para o Brasil neste período. O insucesso da organização deste evento pode ser considerado um dos fatores para que o MASP e o seu diretor tenham interrompido o projeto e a série de exposições dedicadas à moda nacional e à formação de uma coleção de vestuário. Outro fato que também explicaria a descontinuação das ações do museu

¹¹ PRADO; BRAGA, 2011, p. 429.

¹² A exposição foi apresentada em 1983 no Laforet Iikura Museum em Tóquio, Japão; na Otis/Parsons Gallery de Los Angeles e no San Francisco Museum of Modern Art, ambos nos Estados Unidos; e em 1985 no Victoria and Albert Museum de Londres, Reino Unido.

dedicadas à moda é foi afastamento de Pietro Maria Bardi, já em idade avançada, do cargo de diretor, logo após as comemorações do 40º. aniversário da instituição.

Nos anos finais da década de 1980, entretanto, outra instituição museológica paulistana disponibilizou seu espaço para a realização de exposições dedicadas ao campo da moda. O MAB-FAAP (Museu de Arte Brasileira da Fundação Armando Álvares Penteado), cuja história se entrelaça com a história do MASP, tem sua fundação oficializada no ano de 1961. Tão logo fundado, o MAB-FAAP institui, em 1966, o 1º Museu do Traje Brasileiro, setor da instituição dedicado à formação e salvaguarda de uma coleção de vestuário, sob a coordenação de Lourdes Milliet, diletante das artes e esposa de Sérgio Milliet; e Darcy Penteado, cenógrafo, figurinista e artista múltiplo (MUSEU, 2018). O pioneirismo da instituição parece não ter conseguido prosperar, já que até o momento não foram encontrados registros sobre atividades e peças de vestuário incorporadas ao acervo neste período.

Paralelamente ao museu, o ensino também é um dos pilares fundadores da FAAP. Desde meados dos anos 1980, conforme ressaltam Luís André do Prado e João Braga (2011), a FAAP oferta cursos livres dedicados à moda, entretanto, a instituição demorou a implantar seus cursos profissionalizantes e superior, estabelecidos em 2001 e 2008, respectivamente.

Somente a partir de 2016, o MAB-FAAP concretiza o desejo de formar um acervo de vestuário com a Coleção Moda - MAB, exibida na exposição “Moda no MAB: Uma nova coleção no acervo” (2017) (Figura 1) e composta por peças de vestuário, acessórios e registros de estilistas representativos da moda brasileira contemporânea, como André Lima, Lino Villaventura, Jum Nakao, que já atuou como professor e coordenador de cursos de graduação e pós-graduação da FAAP; Fause Hatem e Reinaldo Lourenço, que cultivam certa afinidade com a instituição, realizando periodicamente desfiles e outras performances artísticas nas dependências do museu, do teatro e da faculdade.

Figura 1 - Registro fotográfico da exposição “Moda no MAB: Uma nova coleção no acervo” (2017).



Fonte: <http://www.faap.br/exposicoes/moda-no-mab/galeria.asp>. Acesso em: 19 jul 2019.

O acervo atual do MAB - FAAP é diversificado e compreende também uma coleção de fotografia com obras assinadas por Pierre Verger, Otto Stupakoff, J.R. Duran, Bob Wolfenson, entre outros nomes que compõem a história da fotografia e da fotografia de moda no Brasil.

O MAB - FAAP exibiu a sua primeira mostra dedicada ao campo da moda em 1989; a exposição “80 modelos de Lacroix” (1989), composta por croquis de Christian Lacroix, foi realizada concomitantemente à apresentação de uma companhia de ballet francesa, cujo figurino do espetáculo foi criado pelo costureiro francês.

A exposição “Pierre Cardin: passado, presente e futuro” (1994) foi a segunda mostra dedicada à moda, realizada no MAB – FAAP. As peças apresentadas na ocasião pertenciam ao acervo pessoal do costureiro francês e atualmente compõem o acervo do Musée Pierre Cardin em Paris. Com curadoria de René Tapolier, assistente do costureiro e atual responsável pelo museu francês, a exposição apresentou nos moldes contemporâneos internacionais, a retrospectiva da vida e obra de seu criador, que durante sua carreira manteve algum vínculo com o Brasil, realizando desfiles na Fenit e negociando licenciamentos de sua marca para

empresas nacionais; mas ainda assim, sua história e sua obra de vanguarda eram muito pouco conhecidas no país até então.

Até meados dos anos 1990, a produção de exposições dedicadas ao campo da moda na cidade de São Paulo continua esporádica. As exposições “Modos da Moda” (1992), realizada em uma residência na Alameda Northman pela rede Sesc/Senac São Paulo; “Labirinto da Moda: uma Aventura Infantil” (1996) no Sesc Pompéia; e “Fantasia Brasileira: o balé do IV Centenário” (1998) no Sesc Belenzinho, são relevantes pela qualidade com que foram executadas, mas também por indicarem o modo como as práticas expositivas de moda se desenvolveram no país.

O empenho de Glaucia Amaral Rodrigues, curadora de todas as exposições mencionadas acima e também autora das obras exibidas na exposição “Roupas Bordadas” (1986) no MASP, comprova o fato de que, a fase inicial das práticas expositivas de moda no Brasil, fundamentou-se no esforço investido por alguns indivíduos interessados nos estudos, na salvaguarda, na exposição e no desenvolvimento da moda em território nacional.

O Senac São Paulo, cujo intuito principal é o ensino direcionado ao comércio de bens e serviços, também cultiva relação importante com a moda. Segundo mencionam Luís André do Prado e João Braga (2011), desde meados dos anos 1980 a instituição realiza o Senac Moda Informação (anteriormente chamado de Seminário de Moda do Senac), evento de divulgação de tendências para a confecção e comércio de moda; e também oferece cursos livres sobre moda. Em 1994, o Senac, em parceria com a Esmod (*École Supérieure des Arts et Techniques de la Mode*), tradicional escola de moda francesa, introduz os cursos profissionalizantes de estilismo e modelagem de vestuário, que posteriormente, em 1999, seriam adaptados para tornarem-se cursos superiores de Design de Moda.

A exposição “Modos da Moda” (1992), projeto da rede Sesc/Senac e patrocinada pela Rhodia (CASTRO, 1992), apresentou obras de arte, mobiliário, artefatos têxteis, peças de vestuário e registros audiovisuais da história da moda no Brasil datados entre 1890 e 1990. Organizada de forma cronológica, a grande mostra exibiu trajes de batismo, camisolas e espartilhos do início do século XX, oriundas do Museu Histórico Nacional; e o vestido de noiva criado pelo costureiro francês Paul Poiret para Tarsila do Amaral para o seu casamento com Oswald de Andrade, pertencente à Pinacoteca do Estado de São Paulo. Peças dos guarda-roupas de outras personalidades da Semana de Arte de 1922, tais como um vestido de noite de

Jenny Klabin Segall e broches, gravatas e sapatos de Mário de Andrade também estavam na exposição (CASTRO, 1992).

A alta-costura francesa que tanto influenciou a moda no Brasil também esteve representada pelas *maisons* de Jeanne Paquin e Christian Dior, acompanhadas de modelos da Casa Vogue, da Casa Canadá, de Dener e de Madame Rositta. O New Look - Traje do Novo Homem dos Trópicos – Experiência Nº 3 de Flávio de Carvalho também esteve presente na exposição, que contou ainda com desenhos de Alceu Penna, peças desfiladas pela Rhodia na Fenit nos anos 1960, criações da estilista Zuzu Angel, diversos registros fotográficos e audiovisuais e uma biblioteca com livros e revistas sobre moda para consulta pública.

O grande volume de peças exibidas em “Modos da Moda” foi fruto do trabalho árduo de pesquisa. O sucesso pode ser estimado pelo fato da mostra ter recebido o Prêmio APCA (Associação Paulista de Críticos de Arte)¹³ de melhor evento na categoria de artes visuais do ano de 1992 (CUNHA, 2017), o que certamente compensou o alto valor investido pelo Sesc/Senac durante um período de instabilidade econômica e hiperinflação no país (LAZARETTI, 1992) e possibilitou a sequência de outras exposições dedicadas ao campo da moda com a curadoria de Glaucia Amaral Rodrigues.

Em “Labirinto da Moda: uma Aventura Infantil” (1996) (Figura 2), Glaucia dedicou-se a aproximar a história do vestuário ao universo infantil. A mostra apresentou roupas antigas de crianças, bonecas e brinquedos de pano e registros audiovisuais de momentos do campo, da cidade e da escola; o seu discurso curatorial aliado à atividade socioeducativa¹⁴, conseguiu ilustrar o desenvolvimento do complexo sistema da moda de forma lúdica, descomplicada e envolvente, como registra o catálogo da mostra:

¹³ O Prêmio APCA é uma premiação concedida anualmente, desde 1956, inicialmente pela Associação Paulista de Críticos Teatrais (APCT) e, a partir de 1972, pela Associação Paulista de Críticos de Arte, entidade que sucede a APCT (CUNHA, 2017). Esta premiação reconhece o mérito de realizações no campo da arte nas categorias: arquitetura, artes visuais, cinema, dança, literatura, música erudita e popular, rádio, teatro e teatro infanto-juvenil, televisão e, desde 2015, moda.

¹⁴ Para saber mais das atividades educativas desenvolvidas durante a exposição ver: RIZZI, 2000.

“É para elas [crianças] esta exposição-espetáculo, um grande brinquedo de panos, imagens, invenções, verdades e fantasias. Um passeio que começa pelo fio [...], passa pela trama do tear, pela costura na oficina e vê o molde, o tecido, o figurino e o vestido, desvendando a construção da roupa, esta estranha arquitetura que envolve, protege e transforma o corpo” (SESC, 1996, s.p.).

Figura 2 - Registro fotográfico durante a montagem da exposição
“Labirinto da Moda: uma Aventura Infantil” (1996).



Fonte: <https://www.facebook.com/ateliermadeira/photos/a.274457345928954/274457642595591/?type=3&theater>. Acesso em: 15 mar 2019.

“Fantasia Brasileira: o balé do IV Centenário” (1998) completa a tríade de exposições sobre o campo da moda realizadas pela rede Sesc e com curadoria de Gláucia Amaral Rodrigues nos anos 1990. Realizada paralelamente à 24^a. Bienal de São Paulo (ou Bienal da Antropofagia, como ficou conhecida) concebida pelo curador-geral Paulo Herkenhoff, a exposição “Fantasia Brasileira” resgatou a história do Ballet IV Centenário, companhia criada em 1954 para comemorar os quatrocentos anos da cidade de São Paulo.

Na mostra, realizada na unidade do Sesc Belenzinho (ainda em suas instalações provisórias), foram exibidos registros documentais, fotográficos e audiovisuais sobre a breve, porém, significativa história da companhia para a

profissionalização da dança no Brasil. Os figurinos e cenários criados por artistas consagrados da arte brasileira, como Cândido Portinari, Di Cavalcanti, Flávio de Carvalho, Heitor dos Prazeres, Lasar Segall e outros; foram admirados pelo público, que pode também conhecer um pouco mais sobre a história da capital paulista dos anos 1950 e sua relação com o movimento modernista de 1922 (SESC, 1998).

“Fantasia Brasileira” é também o prelúdio para uma nova fase do desenvolvimento das práticas expositivas de moda na cidade. Com a reconfiguração do cenário econômico e a crescente expansão da globalização no final dos anos 1980 e início dos 1990, o Brasil passou por diversas transformações, que impactaram na consolidação do campo da moda nacional. O sucesso e a multiplicação das produções expositivas dedicadas à moda no contexto internacional fomentou, no final da década de 1990, o gradual aumento de produções expositivas dedicadas ao tema na capital paulista, que já se estabelecia como polo de difusão e profissionalização da moda em território nacional, sobretudo, devido à implantação dos primeiros cursos superiores de moda oferecidos pela Faculdade Santa Marcelina (1987), Universidade Anhembi Morumbi (1990) e Universidade Paulista (1990)¹⁵; e da estruturação de apresentações de lançamentos e desfiles regulares por meio de semanas de moda.

Neste cenário, a moda começou a ganhar espaço em galerias de arte e locais pouco convencionais, tanto para a realização de exposições como para a moda. Exemplo disso é a exposição individual do jovem Alexandre Herchcovitch na Galeria Cohn Edelstein em 1997, que exibiu a produção do estilista novato com status de obra de arte, inserindo-o no prestigiado e concorrido campo da arte.

Por outro lado, a mostra “100 anos de Moda em Uniformes Escolares” (1998), exemplifica como as exposições dedicadas à moda e ao vestuário propagaram-se pela capital paulista. Realizada na estação Clínicas do metrô, a exposição exibiu diversos registros documentais e fotográficos pertencentes ao acervo do Colégio Caetano de Campos¹⁶, num percurso histórico dos uniformes escolares. Mais

¹⁵ Conforme mencionado anteriormente, as datas de fundação dos cursos foram consultadas em BONADIO (2010); entretanto, os autores Luís André do Prado e João Braga (2011) informam datas distintas, a saber: Faculdade Santa Marcelina (1988), Universidade Anhembi Morumbi (1990) e Universidade Paulista (1991).

¹⁶ Primeira escola Normal de São Paulo, fundada em 1856, na região central da cidade. Personagens importantes da história paulista e nacional frequentaram a instituição, como Cecília Meireles, Lygia Fagundes Telles, Mário de Andrade, Oswald de Andrade e Sérgio Buarque de Holanda; que também foi berço da Universidade de São Paulo, quando, na década de 1930, o prédio histórico concebido pelo arquiteto e engenheiro Ramos de Azevedo localizado na Praça da República (ocupado pela instituição de ensino entre 1894 a 1978 e hoje abriga a Secretaria da Educação do Estado de S. Paulo), abrigou a recém-criada Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras (SECRETARIA, s.d.).

recentemente, outras exposições também trataram da relação entre a moda e os uniformes, tais como “Ramos de Azevedo e a Escola Caetano de Campos” (2014), realizada no Arquivo Histórico Municipal de São Paulo; “Uniformes da aviação brasileira” (2015), apresentada durante a 38ª. Casa de Criadores em um hangar do Campo de Marte; e “Indumentária dos profissionais [de enfermagem] ao longo do tempo” (2016), organizada na Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (ALESP).

No final dos anos 1990, o MAB - FAAP também passou a receber regularmente exposições dedicadas ao campo da moda. As mostras “Da inspiração à criação, Christian Lacroix” (1997), cuja montagem expográfica bastante dramática foi concebida pela diretora teatral e cenógrafa Bia Lessa (Beatriz Ferreira Lessa), “Flávio de Carvalho - 100 anos de um revolucionário romântico” (1999) e “Femmes, plus que femmes. Mulheres, sobretudo mulheres” (2000) apresentaram obras relacionadas aos campos da moda. Neste mesmo período, o MAB - FAAP sediou também a mostra “Mario Testino fashion photographs” (1998), a primeira exposição retrospectiva do fotógrafo de moda peruano no Brasil.

Outra produção expositiva relevante realizada no final dos anos 1990 foi a exposição “Metamorfoses do Consumo” (1999), que compôs o evento “Cotidiano/Arte: o consumo”, fruto de uma série de atividades realizadas naquele ano pelo Instituto Itaú Cultural em torno da relação do cotidiano com a produção artística. Com curadoria de Cyro del Nero, cenógrafo dos desfiles da Rhodia na Fenit, a mostra exibiu vários desenhos, registros fotográficos, peças e tecidos criados pela empresa têxtil, oriundas do acervo do MASP e também da coleção de Carlos Mauro e da coleção do próprio curador.

A exposição “Metamorfoses do Consumo” (1999), além de resgatar um fragmento significativo da história da moda nacional, também propôs um novo olhar acerca desta coleção, ressaltando a sua importância como marco da valorização da cultura brasileira pela moda e das transformações “[...] no comportamento do mercado com a introdução do fio sintético na roupa brasileira” (RIBENBOIM, 1999, s.p.).

A partir dos anos 2000 verifica-se o aumento significativo de exposições dedicadas à moda em São Paulo, que se realizam de forma mais constante e distribuem-se de modo mais homogêneo na cidade, ocupando lugares cada vez menos convencionais, como shopping centers, escolas, universidades e lojas.

Neste período, o Museu de Arte Moderna de São Paulo realiza uma série de exposições dedicadas à moda e a produção de alguns estilistas nacionais, com curadoria de Ricardo Resende. As exposições “Projeto Imagem Experimental: Arte em moda – criações de Marcelo Sommer e Rochelle Costi” (2001), “Projeto Imagem Experimental: Monica Schoenacker e Walter Rodrigues” (2001) e “Projeto Imagem Experimental: Ronaldo Fraga - política, moda e arte” (2002) ocuparam o Espaço MAM Higienópolis¹⁷, enquanto as mostras “Nefelibatas – para aqueles que vivem nas nuvens” (2002) e “Construtivismo e a forma como roupa” (2003) (Figura 3) ocupam a sede da instituição no Parque Ibirapuera.

Figura 3 - Registro fotográfico da exposição “Construtivismo: a forma como roupa” (2003).



Fonte: Acervo Biblioteca Paulo Mendes de Almeida – Centro de Estudos Luís Martins, Museu de Arte Moderna de São Paulo.

¹⁷ O Espaço MAM Higienópolis, extensão do Museu de Arte Moderna de São Paulo, foi a ocupação temporária de uma residência localizada no bairro de Higienópolis, para a realização de algumas exposições da instituição museológica.

Em 2003, Ricardo Resende também realizou a curadoria da exposição “Leonilson e a moda”¹⁸ (2003) na Galeria do Hotel Lycra¹⁹, que procurou aproximar a obra do artista cearense com o campo da moda. No mesmo ano, a exposição “Coletiva – Vizinhos”, também relacionada à obra de Leonilson foi realizada na Galeria Vermelho. Ricardo Oliveros, um dos curadores da mostra, reuniu Adriano Costa, Karlla Giroto, Priscilla Darolt e Raquel Uendi (estilistas/artistas plásticos revelados pelo Amni Hot Spot) para realizar performances de moda produzidas com o intuito de mostrar as influências do artista e sua obra na nova geração de artistas e estilistas.

Tratando-se da formação de uma nova geração, é preciso mencionar que, ainda que tardia, a estruturação dos cursos acadêmicos de nível superior voltados para a profissionalização do campo da moda, também colaborou para o aumento das exposições dedicadas ao tema, assim como do público visitante destas produções²⁰.

Algumas das universidades que oferecem cursos de graduação de moda ou design de moda (em grande parte instituições de ensino particulares) também passaram a organizar exposições de trabalhos desenvolvidos por alunos e profissionais relacionados ao campo da moda dentro e fora de suas dependências, dando maior visibilidade ao curso e às instalações.

Exposições como “O Vestir em São Paulo pela lente de Um Só Coração” (2004), realizada no Centro de Design e Moda da Universidade Anhembi Morumbi; “Roupas de Bethy Lagardère” (2005), realizada no Centro Universitário Senac - Campus Santo Amaro; e “Barbie na Moda - Do Egito Antigo ao Século 21” (2005) realizada no Senac Lapa Faustolo certamente não foram as primeiras, mas retratam o modo como as instituições de ensino superior começaram a articular e fomentar as práticas expositivas de moda na cidade de São Paulo.

Tratando do estabelecimento de novas práticas expositivas, a exposição “Fashion Passion - 100 anos de moda na Oca” (2004) introduziu o modelo de megaexposições de moda no país. Ocupando todo o Pavilhão da OCA no Parque

¹⁸ Na pesquisa realizada, encontrou-se também o título “A Moda e Leonilson” referindo-se à mesma exposição.

¹⁹ Espaço criado pela marca de filamentos têxteis Lycra® para a apresentação de seus produtos e lançamentos, o Hotel Lycra estava localizado na rua Oscar Freire, endereço paulistano tradicionalmente conhecido pelo comércio de moda de luxo. Além da galeria, o espaço abrigou também uma loja de “design” (BERGAMO, 2003) e um restaurante badalado (DÁVILA, 2003). Em seu breve período de existência (pouco mais de um ano), a galeria apresentou algumas outras exposições individuais e coletivas com obras de diversos artistas, como Alex Vallauri e Gustavo von Ha (GALERIA, 2018).

²⁰ Para saber mais sobre o histórico dos cursos superiores de moda ver: BONADIO, 2010 e PRADO; BRAGA, 2011.

Ibirapuera, a mostra reuniu um grupo de curadores nacionais e internacionais de prestígio, exibiu peças de criadores relevantes para a história da moda internacional, enquanto reforçou um discurso curatorial contemporâneo sobre a produção de moda brasileira.

Em 2005, período em que Adélia Borges esteve à frente da diretoria do MCB (Museu da Casa Brasileira), a instituição realizou as suas primeiras exposições dedicadas ao vestuário e à moda: “A Chita na Moda” e “Fio da Trama”. Anos mais tarde, o museu voltou a sediar exposições que apresentaram artefatos vinculados ao campo da moda, tais como “Moda coreana - arte e tradição” (2009), “Glória Coelho Linha do Tempo” (2011) (Figura 4), “Joias contemporâneas: Brasil e Dinamarca” (2012), “Op-Art Ilusões do Olhar: arte, design, moda e arquitetura” (2015). Ressalta-se, que além das exposições, o Prêmio Design MCB²¹ também exhibe artefatos têxteis e peças de vestuário na categoria Têxteis.

Figura 4 - Registro fotográfico da exposição “Glória Coelho Linha do Tempo” (2011).



Fonte: <https://mcb.org.br/pt/programacao/exposicoes/gloria-coelho-linha-do-tempo/>. Acesso em: 19 jul 2019.

²¹ Criado em 1986, o Prêmio Design MCB é um concurso realizado anualmente, que visa promover a produção do design brasileiro. Além da seção dedicada aos têxteis, também há a seção de textos publicados e não publicados, que inclusive já premiaram pesquisas sobre moda.

O valor cultural dos tecidos e em especial da chita foram tema da exposição Que Chita Bacana (2005), realizada no Sesc Belenzinho. Com curadoria de Renata Mellão, Renato Imbroisi e Liana Bloisi, a exposição foi fruto de uma pesquisa realizada para o livro homônimo lançado no mesmo ano e apresentou o histórico do tecido desde a sua chegada ao Brasil Colônia e suas influências e aparições na moda nacional (SESC, 2005).

Espaços alternativos às instituições culturais e museológicas e menos conservadores também passaram a organizar e abrigar exposições dedicadas à moda. A House of Erik!a Palomino²², por exemplo, organizou no ano de 2006 as mostras “The Illustrator 1.0” e “A Casa Maluca do estilista Marcelo Sommer”. Estas e outras mostras de natureza semelhante representam a possibilidade de experimentação, inovação e autonomia necessárias para o desenvolvimento “endógeno” das práticas curatoriais e expositivas de moda.

A partir de meados dos anos 2000, percebe-se que as práticas expositivas colaboraram para a valorização da moda nacional, sobretudo devido ao aumento de estudos acadêmicos mais aprofundados sobre o tema. Exposições como “Carmen Miranda para Sempre” (2006) realizada na Galeria Marta Traba do Memorial da América Latina, “O Brasil na Ponta do Lápis - Alceu Penna, modas e figurinos (2007) exibida no Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro, “Elke Quântica Maravilha” (2007) apresentada na Caixa Cultural São Paulo; e “Dener: Desenhando a moda no Brasil” (2010) realizada no MuBA, desempenharam, cada uma ao seu modo, uma função imprescindível de difusão do conhecimento sobre a vida e obras destas importantes personagens da cultura de moda brasileira.

As semanas de moda, além de estruturarem o calendário de lançamentos de novos produtos e colaborarem para a consolidação do campo no Brasil, também estão associadas ao desenvolvimento das práticas expositivas que valorizam a moda brasileira. O MorumbiFashion e o SPFW (São Paulo Fashion Week), por exemplo, realizaram diversas mostras, mas infelizmente, por ser um evento restrito somente para convidados, o alcance dessas exposições é limitado a pequena parcela de público que visita o evento.

²² A House of Erik!a Palomino foi criada em 2005 pela consultora e jornalista de moda Erika Palomino, para sediar a redação do site homônimo e um espaço cultural dedicado à moda, música, design e arte. Não foram encontrados registros sobre atividades recentes da House of Palomino e tampouco uma data de fechamento do espaço.

Dentre as muitas exposições realizadas por esses eventos a respeito de personalidades, criadores e marcas de moda, arte e fotografia, estão: “40 Anos de Fenit” (1998), “O Brazil já conhece o Brasil” (2000), “Chica Chica Boom Chic” (2001), “Livio Rangan” (2002), “A Cara e o Corpo da Moda Brasileira” (2002), “Tripolli - 40 anos de fotografia” (2003), “Otto Stupakoff - Fotografias – 1955-2005” (2005), “i-Identity” (2006), “Olhar Contemporâneo” (2008), “Olhar da Tradição” (2008), “Carmen Pop Miranda” (2009), “Bethy Lagardère” (2009), “Exposição da Federação Francesa de Alta-Costura” (2009), “Exposição Sakina M’as” (2009), “Pretty much everything” (2011), “Universo Criativo - Projeto Brasil 2” (2012), “MOVE! Plasticity” (2014), “Do Princípio ao Início” (2015), “Fazendo a Cabeça” (2015), “Sonhando acordado” (2015), “Equals” (2017), “Pow! Explosão Criativa” (2018) e “Arte plumária no acervo do Pavilhão das Culturas Brasileiras” (2018).

Por outro lado, o MAB-FAAP torna-se um espaço habitual para as mostras de moda, principalmente internacional, sediando periodicamente exposições dedicadas ao tema. A exposição “Gran Sera: moda italiana - 1950-1990” exibiu peças concebidas por diversos criadores italianos, a fim de exaltar a importância da Itália na história da moda; enquanto “Papiers à la Mode” (2008)²³, exibiu trajes históricos confeccionados em papel. O trabalho artístico e curatorial realizado por Isabelle de Borchgrave e Rita Brown nesta exposição rendeu-lhes o Prêmio APCA de exposição internacional daquele ano (CUNHA, 2017). Outro fato interessante é que o ano de realização da exposição coincide com o ano de inauguração do curso superior de design de moda da FAAP (PRADO; BRAGA, 2011).

Em 2009, a obra de Christian Lacroix foi tema de mais uma exposição no MAB-FAAP; “Christian Lacroix - Trajes de Cena” (2009) ressaltou o trabalho do costureiro como criador de figurinos para o teatro e contou com o acervo e a curadoria do CNCS (Centre National du Costume de Scène) da França. Anos mais tarde, o MAB-FAAP recebeu a exposição “Os Anos Grace Kelly, Princesa de Mônaco” (2011), dedicada a vida da atriz e Princesa de Mônaco Grace Kelly; vestidos, acessórios, documentos e

²³ A exposição foi apresentada inicialmente em 1998 no Musée de l'Impression sur Etoffes de Mulhouse, na França. Posteriormente, a exposição foi reapresentada em algumas outras instituições e cidades, como no Museum of Fine Arts de Boston (1999), no Fashion Institute of Technology em Nova York, no Hôtel Braquenié em Paris (2000), no Victoria e Albert Museum de Londres (2001), no Royal Ontario Museum em Toronto (2002), no Japão (2002), na Bélgica (2004), em Istambul (2005) e em Luxemburgo (2006).

registros fotográficos e audiovisuais narravam a história de uma das inesquecíveis estrelas do cinema e da moda internacional.

Como visto, a cidade de São Paulo já sediou diversas exposições monográficas de profissionais renomados e personalidades do campo da moda internacionais. Em 2008, a estilista inglesa Vivienne Westwood também teve suas peças exibidas em duas exposições: “Vivienne Westwood Multimídia”, realizada na Galeria Melissa em comemoração ao lançamento da coleção da estilista para a marca brasileira de calçados de plástico Melissa; e “Vivienne Westwood Shoes - 1973-2006”, exibida primeiramente durante o SPFW no prédio da Bienal de São Paulo e posteriormente aberta ao público no Centro Brasileiro Britânico.

O MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia abrigou, no final dos anos 2000, uma série de exposições fotográficas, que destacaram o valor histórico-cultural da fotografia de moda. Em 2008, David LaChapelle teve suas obras expostas em “Heaven to Hell: Belezas e Desastres”; já no ano seguinte as exposições “Chop Off Their Heads” (2009), “A Message for You” (2009) e “Diane Von Furstenberg” (2009), exibiram, respectivamente, obras dos fotógrafos Rankin (John Rankin Waddell) e Guy Bourdin e registros fotográficos da vida e obra da estilista Diane Von Furstenberg. Em 2011, a exposição “USAnatomy” exibiu fotografias de Steven Klein, enquanto “Rizzo no Brasil” apresentou a retrospectiva da carreira do fotógrafo Willy Rizzo, em 2012.

No mesmo período, o MuBE também abrigou exposições dedicadas à moda contemporânea brasileira. Em “Flávio de Carvalho desveste a Moda Brasileira da Cabeça aos Pés” (2010), com curadoria de Agnaldo Farias e Mariana Lanari, registros fotográficos relacionavam a obra do artista múltiplo Flávio de Carvalho com a moda brasileira contemporânea. Em 2012, a exposição “Ui!” foi dedicada à carreira de Regina Guerreiro e exibiu vários registros fotográficos emblemáticos que estamparam algumas das revistas de moda por onde passou a jornalista de moda brasileira.

Em 2010, a moda e a fotografia de moda também foram temas de exposições em outros dois espaços da cidade de São Paulo. O Instituto Tomie Ohtake abrigou a exposição “Visionaire: para todos os sentidos”, uma retrospectiva da publicação americana homônima, cujo conceito é bastante experimental e envolve arte, moda, design, cinema e uma infinidade de elementos sensoriais, que resultam em itens de colecionador. Já a exposição “A Dazzling Beauty”, realizada no Pavilhão OCA do Museu da Cidade, exibiu parte da obra do fotógrafo Miles Aldridge.

Um ano após a exposição fotográfica dedicada à sua carreira no MuBE, Diane Von Furstenberg promoveu, na ocasião da abertura de sua primeira loja no país localizada no Shopping Iguatemi, a exposição “Diane Von Furstenberg – Journey of a Dress” (2010), muito provavelmente como forma de apresentar a história e o valor agregado da marca ao público consumidor brasileiro.

Em 2011, o costureiro francês Pierre Cardin foi tema de outra exposição monográfica. Com curadoria de Denise Mattar, a exposição “Pierre Cardin: criando moda revolucionando costumes - 60 anos de moda, arte e design” (Figura 5) exibiu, assim como na ocasião anterior, muitas peças e registros documentais do acervo pessoal do costureiro. A mostra ocupou todo o último andar do Shopping Iguatemi São Paulo e apresentou a obra deste importante criador de moda para uma nova geração de interessados na moda e em sua história.

Figura 5 - Registro fotográfico da exposição “Pierre Cardin: criando moda revolucionando costumes - 60 anos de moda, arte e design” (2011).



Fonte: <http://2.bp.blogspot.com/-hqQNxMbb38w/TdrY1ZPCBCI/AAAAAAAAACN8/5bSC-APwy18/s1600/pc2.jpg>. Acesso em: 19 jul 2019.

Evidencia-se então o papel dos shoppings no desenvolvimento das práticas expositivas na cidade de São Paulo. A rede de shopping centers Iguatemi (Iguatemi Empresa de Shopping Centers S.A.), por exemplo, além de ter se tornado um

sinônimo do comércio de produtos de luxo no país e regularmente apoiar a realização de eventos relacionados ao campo da moda, também cedeu o espaço de seus empreendimentos para a realização de algumas outras exposições dedicadas ao tema, como a “Exposição Senac Corset” (2012) no Market Place Shopping Center, que apresentou trabalhos desenvolvidos por alunos do curso de Bacharelado em Design de Moda – Modelagem do Centro Universitário Senac; “Gucci Museo: Forever Now” (2014) no Shopping JK Iguatemi, que exibiu uma seleção de peças do acervo do museu da marca de luxo italiana, e “Leather Forever – uma exposição sobre o couro da Hermès” (2018) (Figura 6) no Shopping Iguatemi São Paulo, que expôs a tradição e o *savoir-faire* em produtos de couro da grife francesa.

Figura 6 - Registro fotográfico da exposição “Leather Forever – uma exposição sobre o couro da Hermès” (2018).



Fonte: Foto do autor.

O MorumbiShopping, outro grande empreendimento de shopping centers que pertence à Multiplan, também abrigou exposições dedicadas à moda, como “O Mundo Maravilhoso do Dr. F” (2013), que exibiu criações do estilista Fause Haten; “Evita: Figura, mulher e mito” (2014), “A História do Sapato” (2014) e “De volta aos anos 80” (2017). Outros shoppings também sediaram mostras sobre o tema, como é o caso das exposições “Huis Clos - Entre Quatro Paredes” (2010) e “100 X Vogue – a moda contada a partir de capas inesquecíveis dos 42 anos da revista no Brasil” (2017),

realizadas no Shopping Cidade Jardim; e “Casa de Criadores, 20 anos” (2017), apresentada no Shopping Eldorado.

Tratando ainda de mostras vinculadas às grandes marcas de luxo internacionais, a exposição “The Little Black Jacket: Chanel’s Classic Revisited by Karl Lagerfeld and Carine Roitfeld” (2013), realizada no Pavilhão OCA - Museu da Cidade, apresentou um extenso conjunto de fotografias de personalidades vestindo o tradicional *tailleur* da marca Chanel. Idealizado pelo estilista e fotógrafo Karl Lagerfeld e da editora de moda Carine Roitfeld, o projeto já havia sido publicado e exibido em outras grandes cidades do mundo, porém, na ocasião da exposição em solo paulistano, contou também com uma mostra paralela de *tailleurs* nas vitrinas das lojas da grife francesa localizadas nos shopping centers JK Iguatemi, Iguatemi e Cidade Jardim.

Como já mencionado anteriormente, estações de metrô e estabelecimentos comerciais, espaços pouco convencionais para a realização de exposições, também abrigaram mostras de moda, tais como: “Miro no Metrô” (2011) na estação do metrô Trianon-Masp; “Conexão Moda/Design” (2013) nas estações de metrô São Bento e Vila Madalena; “New Balance 1906” (2011) e “Blend In Or Stand Out” (2011), nas lojas 284 e Cartel 011, respectivamente.

A exposição “Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga: cultura popular, moda e história” (2011) (Figura 7), apresentada no Pavilhão das Culturas Brasileiras - Museu da Cidade, teve curadoria do estilista mineiro e exibiu o seu processo criativo inspirado em sua viagem poética à região do Rio São Francisco. A mesma instituição também já abrigou outras exposições relacionadas à moda, tal como a “Brasil, um país, um mundo” (2014), em comemoração do ano da Copa do Mundo no Brasil, que exibiu a história dos uniformes de futebol.

Figura 7 - Registro fotográfico da exposição “Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga: cultura popular, moda e história” (2011).



Autoria: Sylvia Masini. Fonte: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/upload/09_1363287053.jpg. Acesso em: 19 jul 2019.

Exposições que abordam questões de gênero e sexualidade também podem ser consideradas produções expositivas de moda, sobretudo pelo fato de que muitas delas abordam de forma tangencial a cultura do vestir. Várias exposições produzidas pelo Museu da Diversidade Sexual, que tem sua sede dentro da estação República do metrô paulistano, evidenciam a afinidade entre os assuntos: “Homofobia fora de Moda” (2012), “O T da Questão” (2013), “Crisálidas” (2013), “Moda & Diversidade” (2013), “Todos podem ser Frida” (2014), sucesso de visitação da instituição; “Será que el_  ?” (2017) e “Tarja preta” (2018), entre outras.

A exposição “MOVE!”²⁴, realizada em 2013 no Sesc Belenzinho, com curadoria de Cecilia Dean e David Colman (ambos editores da revista americana *Visionaire*), também destacou o vínculo entre o campo da arte e da moda. A mostra reuniu artistas e estilistas brasileiros e internacionais com o intuito de aproximar a arte da moda e

²⁴ Concebida e apresentada primeiramente no MoMA PS1 de Nova York, nos dias 30 e 31 de outubro de 2010, a exposição “MOVE!” na cidade de São Paulo foi adaptada para o público local: algumas obras da primeira edição não foram apresentadas, enquanto novas obras, idealizadas por artistas e estilistas brasileiros, foram incluídas. O tempo de duração da exposição também foi ampliado para contemplar um número maior de visitantes.

vice-versa. Em dupla e trios de artistas e estilistas, Alexandre Herchcovitch, Cynthia Rowley, Dudu Bertholini, Francisco Costa (então diretor criativo da marca americana Calvin Klein), Marc Jacobs, Oskar Metsavaht, Pedro Lourenço, Maurício Ianês, Olaf Breuning, Peter Coffin, Rob Pruitt, Vik Muniz, entre outros, apresentaram “obras-performances” que promoviam a interação do público.

Ainda sobre as afinidades entre a arte e a moda, o Pavilhão OCA - Museu da Cidade realizou a exposição “Flávio de Carvalho: a experiência como obra” (2014), que exibiu a vasta produção deste artista múltiplo, inclusive o seu profundo interesse pelo vestir e pelo desenvolvimento de um vestuário brasileiro, representado pela sua obra “New Look - Traje do Novo Homem dos Trópicos – Experiência Nº 3”.

A exposição “A Arte dos Quimonos e as Gravuras Japonesas do Acervo Artístico dos Palácios” (2013), montada no Palácio dos Bandeirantes, sede do governo do estado paulista, apresentou a relação entre gravuras e quimonos, dois símbolos da cultura japonesa. Já a exposição “OPA! Uma alegre revelação: Junko Koshino + Go Yayanagi” (2014), realizada no Instituto Tomie Ohtake, destacou a confluência estilística destes dois nomes da arte e da moda contemporânea japonesa.

A relação da moda e da música e a influência de personalidades da música e de estilo também foi retratada por meio da exposição “David Bowie” (2014) realizada no MIS-SP (Museu da Imagem e do Som de São Paulo). A mostra foi organizada pelo Victoria and Albert Museum de Londres em 2013 e exibiu peças do acervo do museu inglês e também do The David Bowie Archive, coleção que salvaguarda o acervo pessoal do músico. Entre vários registros documentais e audiovisuais, foram apresentados quarenta e sete figurinos emblemáticos da carreira de Bowie e que marcaram a história da moda.

Retomando a importância das exposições para a valorização da história da moda brasileira, a “Ocupação Zuzu” (2014) (Figura 8), realizada no Instituto Itaú Cultural, foi a primeira grande retrospectiva da estilista mineira, que se tornou personagem importante da moda nacional e símbolo da luta contra a ditadura militar brasileira. Esta retrospectiva da vida e obra de Zuzu Angel ocupou todos os espaços expositivos do prédio da instituição e possibilitou o compartilhamento de experiências e saberes entre profissionais nacionais e estrangeiros empregados para a sua produção. A mostra serviu também como embrião para a fundação da Casa Zuzu Angel de Memória da Moda do Brasil, instituição museológica carioca dedicada à preservação da memória da moda nacional.

Figura 8 - Registro fotográfico da exposição “Ocupação Zuzu” (2014).



Autoria: André Seiti. Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/282319470365714044/>. Acesso em: 20 jul 2019.

A moda e o vestir no Brasil também são temas frequentes nas exposições realizadas pela instituição A CASA - museu do objeto brasileiro. A mostra “Renda-se” (2015) com curadoria de Dudu Bertholini, apresentou diversas peças de vestuário criadas por ele e outros estilistas, confeccionadas em rendas produzidas por artesãos de várias regiões do país. Esta e outras exposições promovidas pela instituição, como em “Joias em Fios: Formas e Cores” (2016), destacaram o valor sociocultural e a potencialidade estética do artesanato popular nacional.

Do mesmo modo, com a consolidação do campo e dos cursos de moda no Brasil, diversas instituições educacionais e universitárias paulistanas começaram a dispor de espaços destinados à realização periódica de exposições gratuitas dedicadas à história da moda brasileira, assim como à produção nacional contemporânea. A unidade do Senac Lapa Faustolo, por exemplo, realizou diversas exposições sobre o assunto, como a “Exposição Casa de Criadores” (2011), “Arquivo Urbano: 100 anos de Fotografia e Moda no Brasil” (2015) e “Mario Queiroz – 20 anos de ruptura na moda masculina” (2015), entre outras.

O Centro Universitário Senac, também realizou exposições que enfatizavam a relevância de criadores e personalidades para a história da moda brasileira, muitas delas exibiram peças pertencentes ao acervo (ainda em formação) da instituição, são elas: “Cápsula do Tempo: identidade e ruptura no vestir de Ney Matogrosso” (2012), “Revisitando Walter Rodrigues” (2014), “40 anos de Gloria - Acervo de Moda Senac” (2015), “Ugo Castellana - costurando memórias” (2017) (Figura 9).

Figura 9 - Registro fotográfico da exposição “Ugo Castellana - costurando memórias” (2017).



Fonte: Foto do autor.

O MuBA, instituição museológica vinculada ao Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, também apresentou diversas exposições dedicadas à moda contemporânea, tais como: “Design de Moda e Inovação Têxtil: Concepções de Walter Rodrigues e Texprima” (2013), “Kheit / Qatar” (2014), “10 anos de História da Indumentária + 30 anos de Design no Brasil” (2014), “Repetto Loves Art” (2016) e “Patrícia Vieira” (2016).

Exposições de trabalhos realizados por alunos também se tornaram frequentes, dentro e fora dos espaços educacionais. A Faculdade Santa Marcelina, por exemplo, promoveu em seu espaço de exposições Eugénie Villien (nome da irmã e professora que introduziu, em 1964, a disciplina Desenho de Moda nos cursos superiores de Desenho e Plástica da instituição) (PRADO; BRAGA, 2011), várias mostras com

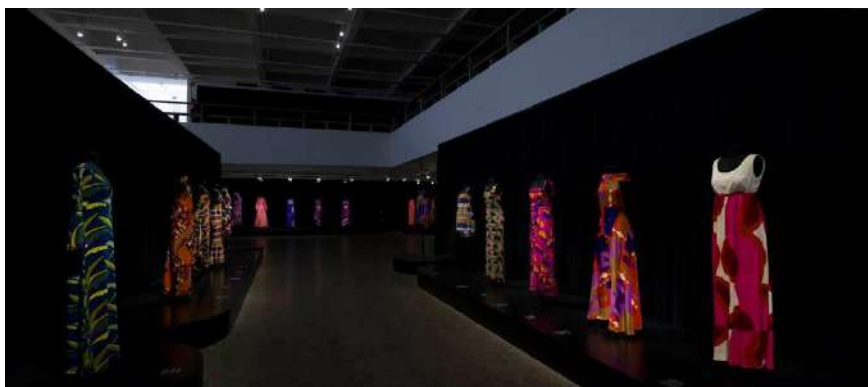
trabalhos de alunos e ex-alunos, como as exposições “Fórum FASM 2015” (2015) e “2ª MostraMODA FASM (2010-2015)” (2016). Ressalta-se, que a instituição manteve o Espaço Perfume Arte + História²⁵, um espaço expositivo dedicado à cultura e história do perfume e suas relações com a arte, a moda e o cotidiano.

A fim de destacar a exibição da produção de moda brasileira contemporânea o MAB-FAAP, abriga e produz algumas exposições dedicadas ao campo, tais como a “Moda no Brasil: criadores contemporâneos e memórias” (2012), “WORK: Klaus Mitteldorf – Photographs 1983-2013” (2013) e “#afabricadoDR.F.” (2013). No ano de 2014, a instituição volta a receber exposições internacionais, entre elas estão “In Your Face”, que exibiu pela segunda vez na cidade, obras fotográficas de Mario Testino; “Pérolas” e “Blumenfeld Studio: New York 1941 – 1960”, que apresenta registros emblemáticos da carreira do fotógrafo Erwin Blumenfeld. Em 2015, o MAB-FAAP sediou as mostras “Festival des Métiers: um encontro com os artesãos da Hermès”, um tipo de exposição interativa sobre o *savoir-faire* da grife francesa; e “Agatha vs Agatha: Agatha Ruiz de la Prada”, dedicada à obra divertida da estilista e integrante do *Movida Madrileña*, movimento da contracultura espanhola.

Desde 2015, o MASP experimenta um momento de reestruturação e retomada de valores e práticas importantes de sua história, tal como o resgate das expografias de vanguarda idealizadas por Lina Bo Bardi, principalmente os seus cavaletes de vidro. Muito provavelmente por conta disso e também almejando alavancar o número de visitantes da instituição (vislumbrando o sucesso das exposições de moda internacionais), a coleção de vestuário idealizada por Pietro Maria Bardi foi revista e parcialmente exibida na exposição “Arte na moda: coleção MASP – Rhodia” (2015) (Figura 10), que reapresentou algumas das peças criadas para os desfiles da Rhodia na década de 1960 e incorporadas pelo museu em 1972 (PEDROSA, CARTA, TOLEDO, 2015).

²⁵ O Espaço Perfume Arte + História foi inaugurado em setembro de 2010 em parceria com o Grupo Boticário, porém, anos mais tarde as atividades e o seu funcionamento foram encerrados. Não foram encontrados registros a respeito da data de fechamento do espaço.

Figura 10 - Registro fotográfico da exposição “Arte na moda: coleção MASP – Rhodia” (2015).



Fonte: <https://masp.org.br/uploads/exhibition-views/bPvbWnZrum88hkjXH8UAOjetgO3rPeW4.jpg>. Acesso em: 20 jul 2019.

A partir dessa exposição, parece que o pioneirismo do museu e o antigo desejo de Bardi em formar uma seção de costumes foram renovados, inclusive planejando a criação de uma “nova” coleção aos moldes da MASP – Rhodia, que pretende convidar artistas e estilistas contemporâneos para conceberem peças de vestuário em conjunto. Para desenvolver o projeto, o museu procurou o patrocínio de uma grande rede varejista de moda nacional. Em um primeiro momento, conforme informa Pedro Diniz (2017), a Riachuelo, empresa de moda brasileira seria a patrocinadora principal do projeto, entretanto, durante o processo de desenvolvimento das peças, vários artistas e estilistas manifestaram-se contrários ao envolvimento da empresa por razões éticas e políticas, o que fez com que o projeto fosse interrompido.

Após um intervalo de tempo, o projeto parece ter sido retomado no ano de 2019, com a nomeação de uma nova curadora-adjunta, a jornalista, escritora e consultora de moda Lilian Pacce; e um novo patrocinador, a Lojas Renner S.A., outra empresa de moda brasileira, conforme pequena nota publicada por Mônica Bergamo no jornal Folha de S. Paulo (2019).

Neste momento de aproximação do passado com o presente, encerra-se esta retrospectiva histórica acerca das práticas expositivas de moda sem, contudo, a intenção de finalizar o percurso histórico aqui estabelecido. Com essa visão panorâmica das exposições de moda realizadas na cidade São Paulo é possível identificar diferentes aspectos do desenvolvimento das práticas curatoriais de moda em território paulistano, que serão aprofundados a seguir, na forma de estudos de caso, considerando tanto o discurso curatorial quanto a experiência de visitação.

4. ALINHAVANDO RELAÇÕES POR MEIO DE ESTATÍSTICAS

4.1. DADOS GERAIS

Com o intuito de facilitar a leitura dos dados obtidos por meio do mapeamento, os locais em que se realizaram as duzentas e vinte e uma (221) exposições mapeadas, foram reunidos em grupos de acordo com tipologias comuns: espaços expositivos, estações de metrô, eventos de moda, galerias de arte, instituições culturais, instituições educacionais, lojas, museus, semanas de moda, Sesc, shopping centers e outros (APÊNDICE B). A partir destes grupos, produziram-se tabelas e gráficos que possibilitam articular dados gerais e específicos obtidos por meio deste mapeamento, a fim de observar relações como: frequência de exposições por local; relação de exposições por ano no recorte temporal abordado; categorias temáticas; temática por ano; entre outras.

Tabela 1 - Relação de exposições de moda por local, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

LOCAL	NÚMERO ABSOLUTO
ESPAÇOS EXPOSITIVOS	7
ESTAÇÕES DE METRO	3
EVENTOS DE MODA	1
GALERIAS DE ARTE	9
INSTITUIÇÕES CULTURAIS	15
INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS	26
LOJAS	9
MUSEUS	72
SEMANAS DE MODA	46
SESC	8
SHOPPING CENTERS	23
OUTROS	2
TOTAL	221

Fonte: Elaborada pelo autor.

Na tabela 1 observa-se que, a maioria das exposições de moda no recorte histórico estudado foram realizadas em museus com 72 mostras, seguida das semanas de moda com 46 exposições; instituições educacionais realizaram 26 mostras, seguida pelas exposições em shoppings com 23 mostras do total mapeado. Exposições de moda na Assembleia Legislativa e no Centro Brasileiro Britânico listadas em outros e mostras em eventos de moda não foram estatisticamente significativas.

Gráfico 1 - Relação de exposições de moda por local, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir do gráfico 1, nota-se que os locais que mais realizaram exposições de moda na cidade de São Paulo, em ordem decrescente, foram museus (33%), semanas de moda (21%), instituições educacionais (12%) e shopping centers (10%). É interessante ressaltar, que mesmo não havendo um museu dedicado à moda na cidade, esta tipologia concentra aproximadamente um terço de todas as exposições

mapeadas. O fato de várias instituições museológicas sediarem exposições de moda, indica como o tema possibilita infinitos modos de abordagem e discursos.

A seguir, o gráfico 2 aponta a frequência das exposições dedicadas à moda durante o período estudado nesta pesquisa.

Gráfico 2 - Frequência de exposições de moda, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Nota-se de início, que durante os cinco primeiros anos do período estudado neste mapeamento, isto é, entre 1980 e 1985, não foram encontradas informações sobre a realização de alguma exposição dedicada à moda; por conta disso o primeiro registro no gráfico é do ano de 1986, com apenas uma exposição.

Durante a primeira década apresentada no gráfico, entre 1986 e 1996, intercalam-se anos com uma ou nenhuma exposição, o que pode estar relacionado ao processo de consolidação do campo da moda que se inicia neste período, principalmente, pela criação das cooperativas e grupos de jovens estilistas, pela estruturação de cursos superiores de moda e das semanas de moda, como mencionado anteriormente.

Após 1996, observa-se o aumento gradual do número de exposições. Mesmo que o crescimento não seja constante e apresente alguns momentos de declínio durante o período entre 1997 e 2007, a moda parece aos poucos adquirir maior relevância como tema de exposições.

A partir do ano de 2008, o número de exposições de moda na cidade de São Paulo aumenta e parece encontrar estabilidade com uma média de doze exposições por ano. Este período coincide com a candidatura do Brasil para sediar a Copa do Mundo de Futebol da FIFA e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos do Rio de Janeiro. No ano de 2013, constata-se um novo aumento que culmina, em 2014, no maior número de exposições realizadas em um ano. Este crescimento significativo pode estar relacionado com o fato de o Brasil ter sediado durante este período uma série de eventos internacionais, como a Copa do Mundo de Futebol da FIFA (2014), que proporcionaram maior visibilidade ao país e consequentemente mais investimentos para o setor de transportes, mobilidade urbana, turismo, hotelaria e capacitação profissional. Indiretamente, estes eventos também fomentaram a divulgação das atividades artísticas e culturais brasileiras no país e no exterior, através de diversos meios de comunicação, tais como o cinema, a televisão, a música e exposições.

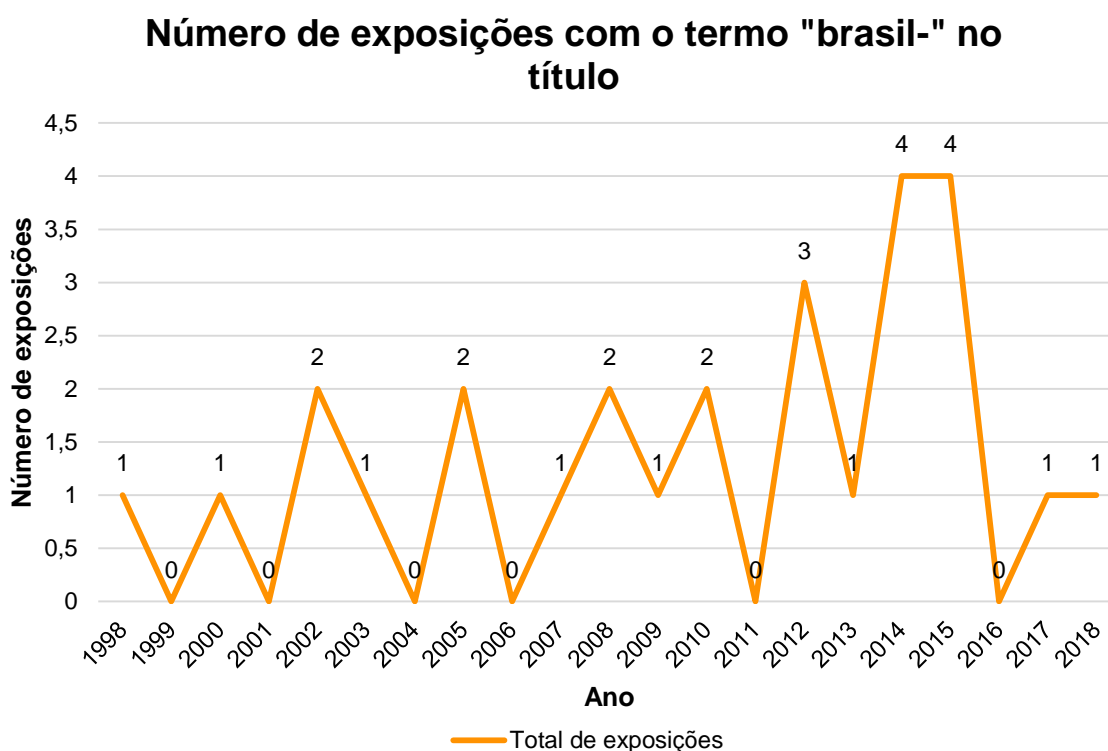
O aumento no número de exposições de moda na capital paulista em 2013-2014 é seguido por uma queda bastante acentuada nos dois anos seguintes, provavelmente motivada pelo cenário de crise político-econômica pela qual o país passa a partir desse momento. O número de exposições realizadas no ano de 2016 é igual ao de dez anos antes; este retrocesso pode indicar que as exposições dedicadas à moda ainda não têm a sua importância garantida.

Ressalta-se que, o planejamento de exposições se dá de forma bastante antecipada, com anos de antecedência, o que por sua vez pode significar que a realização dos grandes eventos esportivos mencionados anteriormente pode, por outro lado, ter absorvido a maior parte dos investimentos e influenciado na redução de outras produções não correlatas às práticas esportivas.

Após este período de “turbulência”, verificam-se nos últimos dois anos (2017-2018), que o número de produções expositivas retoma o patamar alcançado no período entre 2008 e 2012. Entretanto, ainda é preciso saber quais foram os temas abordados nestas exposições e, sobretudo, quantas delas abordaram a moda nacional.

Em um primeiro momento observa-se que, o número de exposições que continham o termo “brasil-” em seu título, incluindo os termos Brazil, brasileiro e brasileira e seus plurais. Constata-se no gráfico 3, que a primeira aparição do termo ocorre no final dos anos 1990, mais precisamente em 1998, motivada pelo esforço empreendido pelo campo da moda paulista em consolidar-se como núcleo da produção nacional.

Gráfico 3 - Número de exposições de moda com o termo “brasil-” no título, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir dos anos 2000, as aparições do termo “brasil-” torna-se mais frequente, provavelmente devido ao empenho de alguns profissionais articuladores do campo da moda e, principalmente, das semanas de moda, em divulgar a produção nacional e posicionar o país no circuito da moda internacional. Nota-se também, que no período entre 2014 e 2015, o número de aparições aumenta, muito provavelmente em decorrência da efervescência cultural vivenciada no período.

Outro fato interessante é a queda abrupta do emprego do termo “brasil-” observada em 2016, que pode estar relacionada com a crise político-econômica no

país. Os curadores e organizadores provavelmente evitaram utilizar o termo “brasil-” para não vincular a exposição à imagem ainda instável do país, mesmo que o intuito da exposição fosse comunicar a história da moda ou a produção de um estilista brasileiro.

Os títulos podem sintetizar muito bem o tema do qual tratam as exposições, como pode ser observado na aparição das palavras Brasil, brasileira(s) e brasileiro(s) nos títulos de vinte e sete exposições, indicando que há o interesse em ressaltar temas relacionados a brasilidade. Por outro lado, existem títulos tão poéticos e provocativos, que não são fornecidos indícios da temática das exposições. Sendo assim, é possível que mais exposições tenham tratado sobre moda brasileira, sem mencionar em seu título algo relacionado ao Brasil.

Para compreender melhor quais foram os temas mais abordados em exposições de moda em São Paulo, definiu-se que além do título era necessário considerar o conteúdo das exposições. Propôs-se então dividir as exposições em quatro categorias, sendo elas: moda internacional, moda brasileira, trabalhos de alunos e outros.

No primeiro grupo, da moda internacional, foram reunidas as exposições que trataram da história e da produção da moda estrangeira, isto é, mostras sobre marcas e estilistas não relacionados com o campo da moda no país. O segundo grupo (moda brasileira) representa as exposições do campo da moda no país, ou seja, mostras que exibiram como eixo central a produção nacional. A fundamentação deste segundo grupo é mais complexa, uma vez que envolve a discussão do que é a moda brasileira. Sendo assim para este mapeamento, faz-se necessário aprofundar a questão e apresentar os parâmetros utilizados para esta classificação.

Estudos sobre moda brasileira realizados por diversos autores, tais como Bonadio (2007, 2010, 2014a, 2014b, 2014c), Leitão (2007, 2011) e Michetti (2009), notam que a estética nacional é comumente associada ao exótico e sensual. A partir do século XX, surgiram movimentos de fomento à concepção de uma moda de visualidade local, que explorou elementos ligados ao artesanato, ao folclore, a fauna e flora.

Propôs-se, contudo, outra perspectiva a respeito da moda nacional, que não se restringe somente aos exotismos e tampouco às inspirações relacionadas aos atributos naturais, à miscigenação cultural, ao sincretismo religioso e outros clichês da brasilidade. O mercado e a indústria da moda nacional mesmo estando

historicamente fundamentada, segundo aponta Kontic (2007), na prática da cópia das modas e dos modos da Europa (França e Inglaterra) e dos Estados Unidos, permite que se amplie o campo de leitura sobre o assunto.

Dener Pamplona de Abreu, Glória Coelho, Markito, Walter Rodrigues, Alexandre Herchcovitch, Jum Nakao e muitos outros nomes da moda nacional são criadores, que à sua maneira, desenvolveram seus estilos sem necessariamente incorporar algum elemento da brasilidade às suas criações e nem por isso deixam de ser relevantes para a história e a profissionalização do campo da moda no país. Em outras palavras, a moda brasileira vai além do estereótipo “selvagem e primitivo” por vezes tido como estilo verdadeiramente autêntico brasileiro.

Contudo, não se pretende negligenciar os exotismos e muito menos evidenciar a tradição da cópia na moda brasileira. Pelo contrário, a perspectiva que orienta esta classificação procura reunir os atributos da produção de moda nacional, que ora de forma mais evidenciada, ora mais velada, permeiam a identidade das marcas e de seus produtos, que fundamentam a moda no Brasil.

Esta perspectiva não contempla as exposições que apresentaram obras concebidas por alunos de cursos superiores e profissionalizantes, posto que os autores e o contexto de exibição das peças ainda não dispõem da mesma visibilidade que um estilista que participa de semanas de moda e tem seus produtos comercializados e divulgados na imprensa especializada, mesmo que o ensino seja parte indispensável para a consolidação do campo da moda no país. A fim de ressaltar os trabalhos desenvolvidos nas instituições de ensino e a sua importância para o desenvolvimento das práticas expositivas na cidade de São Paulo, criou-se uma categoria específica para esta tipologia de exposição.

Por fim, as exposições que não se enquadravam em nenhuma das classificações anteriores, ou seja, não abordaram assuntos relacionados à moda internacional ou nacional e não exibiram trabalhos de alunos, foram classificadas como outros sem, contudo, menosprezar a sua relevância para a historiografia das exposições de moda.

A partir desta classificação, é possível reunir informações complementares e gerar a tabela 2, que congrega dados a respeito dos locais e dos temas das exposições.

Tabela 2 - Relação de exposições de moda por local e por categoria, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

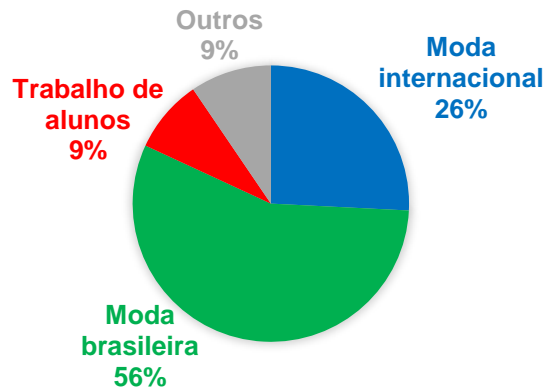
LOCAL	MODA INTERNAC.	MODA BRASIL.	TRAB. DE ALUNOS	OUTROS	TOTAL
ESPAÇOS EXPOSITIVOS	2	5			7
ESTAÇÕES DE MÉTRO		3			3
EVENTOS DE MODA		1			1
GALERIAS DE ARTE	2	7			9
INSTITUIÇÕES CULTURAIS	7	7	1		15
INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS		20	4	2	26
LOJAS	3	2	3	1	9
MUSEUS	24	33	5	10	72
SEMANAS DE MODA	8	34	2	2	46
SESC	2	6			8
SHOPPING CENTERS	8	6	4	5	23
OUTROS	1			1	2
TOTAL	57	124	19	21	221

Fonte: Elaborada pelo autor.

A partir da tabela 2 é possível identificar que mais da metade das exposições mapeadas na cidade São Paulo foram sobre moda brasileira (124), seguida de moda internacional (57), outros (21) e trabalho de alunos (19). O gráfico 4 apresenta a porcentagem de exposições do mapeamento por categoria.

Gráfico 4 - Porcentagem de exposições de moda por categoria, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

Porcentagem de exposições de moda por categoria

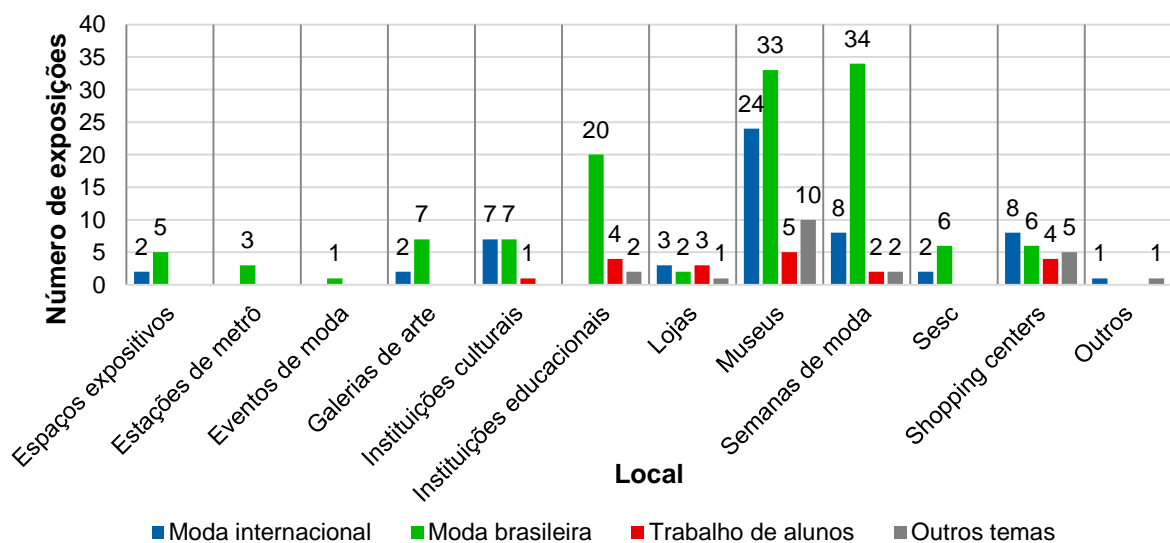


Fonte: Elaborado pelo autor.

No gráfico 4 observa-se que, 56% do total das exposições mapeadas foram de moda brasileira; 26% foram de moda internacional; 10% foram categorizadas em outros enquanto as exposições de trabalhos de alunos representam 9%. Nota-se que, de modo geral foram sediadas mais exposições de moda brasileira comparando às demais categorias.

Gráfico 5 - Número de exposições por local e categoria, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

Número de exposições por local e categoria



Fonte: Elaborado pelo autor.

No gráfico 5, percebe-se que, semanas de moda (34), museus (33) e instituições educacionais (20) foram os locais que sediaram o maior número de exposições relacionadas à moda nacional. No entanto, museus (24) e semanas de moda (8) também foram, ao lado dos shoppings (8) e instituições culturais (7), os espaços que mais sediaram exposições de moda internacional.

Em contrapartida, estações de metrô, eventos de moda e instituições educacionais foram os locais que não sediaram exposições de moda internacional. As estações de metrô por conta da grande circulação de pessoas, ao apelo popular do espaço e ao risco de vandalismo, que em certa medida repelem a realização de exposições de moda internacional; já os dois últimos locais provavelmente porque têm como objetivo primordial a divulgação e o estudo da moda nacional.

Os espaços que abrigaram poucas exposições dedicadas à moda foram, de modo geral, estações de metrô (3) e eventos de moda (1). Em certa medida espaços expositivos, galerias de arte, lojas e as unidades do Sesc também não sediaram um número expressivo de exposições, uma vez que apresentaram em média oito exposições durante todo o período pesquisado, que abrangeu mais de três décadas. Desta forma estes locais não podem ser considerados lugares frequentes para a realização de exposições de moda. Ainda assim, ressalta-se novamente o papel essencial desempenhado pelo Sesc, responsável pela apresentação de três importantes exposições com curadoria de Glaucia Amaral Rodrigues durante a década de 1990.

Por outro lado, museus, semanas de moda, shoppings e lojas foram os locais que sediaram a maior diversidade de exposições, abrangendo todas as categorias. A diversidade das exposições realizadas nestes locais também pode ser relacionada à heterogeneidade de público que os frequenta, uma vez que são espaços de grande circulação de pessoas.

A partir destas análises é possível constatar que alguns locais sediaram em maior número e com mais frequência exposições de moda e, também por isso, mostraram-se mais relevantes para as práticas expositivas de moda na capital paulista. Semanas de moda, museus, instituições educacionais e shopping centers foram os espaços que mais sediaram exposições de moda e, além disso, são lugares que participam e contribuem direta e indiretamente para a consolidação do campo da moda em São Paulo.

4.2. EXPOSIÇÕES EM SEMANAS DE MODA

As exposições realizadas em semanas de moda representam 21% de todas as exposições mapeadas nesta pesquisa (Tabela 1). Além da importância estatística, existem outros aspectos que fazem estes espaços serem relevantes para a comunicação da moda brasileira e o fomento de uma cultura de moda no âmbito da cidade de São Paulo, bem como no horizonte nacional.

Primeiramente, são apontados alguns antecedentes que tratam dos desfiles na cidade de São Paulo, a fim de identificar aspectos que precedem o desenvolvimento do São Paulo Fashion Week (SPFW), maior evento dessa tipologia na América Latina. A posteriori, apresentam-se alguns dados estatísticos e observações a respeito do perfil e relevância das exposições realizadas durante a principal semana de moda paulista.

4.2.1. Alguns antecedentes

As semanas de moda começaram a ser organizadas no Brasil a partir de meados dos anos 1990, principalmente entre as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. Entretanto, desde os anos 1920, como nota Nicolau Sevckenko (1992), desfiles de moda fazem parte da rotina da capital paulista, que naquele período passava pela frenética transformação de cidade provinciana em metrópole; criadores e comerciantes de modas desfilavam seus produtos para clientes selecionados da elite paulista, enquanto lojas de departamentos como o Mappin Stores (posteriormente Casa Anglo-Brasileira) convidava seus clientes para assistir aos seus desfiles regulares a fim de divulgar seus mais recentes lançamentos²⁶.

Paulo Franco, além de realizar desfiles privados em sua boutique Casa Vogue, colaborou para a realização do “Desfile de Costumes Antigos e Modernos” realizado em 1951 nas galerias do MASP²⁷. O então diretor do museu Pietro Maria Bardi, articulou o empréstimo de peças do Costume Institute do Metropolitan Museum of Art

²⁶ Ver BONADIO, 2007 e POLLINI, 2012.

²⁷ A responsabilidade pela organização do evento é incerta, uma vez que alguns autores (CRISPI, 2006; BONADIO, 2014a) indicam que foi Pietro Maria Bardi quem teve a ideia de realização do desfile, enquanto Bardi (1956) menciona que foi Paulo Franco quem recorreu ao Museu para a realização do desfile de lançamento de uma nova coleção de Christian Dior; por isso, preferiu-se atribuir a ambos a realização do “Desfile de Costumes Antigos e Modernos”.

de Nova York e da Union Française des Arts du Costume (UFAC), que representaram as modas antigas do século XVIII e XIX. Paulo Franco teria atuado na articulação junto a Maison Dior, marca francesa que Franco comercializava na cidade, a vinda de criações e manequins de Christian Dior (BARDI, 1956), assim como colaborou com a produção do “Costume do ano 2045” (1949-1950), concebido por Salvador Dalí (CRISPI, 2006) e confeccionado pela *costumière*²⁸ russa radicada nos Estados Unidos da América, Barbara Karinska.

Segundo aponta Ana Paula L. Crispi (2006), o “Costume do ano 2045” foi desenhado pelo artista catalão Salvador Dalí em 1949 e confeccionado no mesmo ano pelo costureiro russo Karinska em São Paulo na Casa Dior, que conforme cogita Bonadio (2014a), pode ter sido administrada ou abrigada pela Casa Vogue de Paulo Franco. Entretanto, em pesquisa realizada pelo autor sobre a biografia de Karinska, encontraram-se informações que apontam que Karinska na verdade era uma mulher, Barbara Karinska (1886–1983), *costumière* russa com passagem pela França e radicada nos Estados Unidos, onde trabalhou durante muitos anos ao lado do célebre coreógrafo George Balanchine no New York City Ballet (MCPHERSON, 2008).

Barbara Karinska também foi laureada na primeira edição da categoria de melhor figurino do Oscar, premiação promovida pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, em 1948, por seu trabalho em parceria com Dorothy Jeakins no filme “Joana d'Arc” (1948). Atualmente, peças criadas por Barbara Karinska integram importantes acervos museológicos do mundo como o Victoria and Albert Museum de Londres e o Centre national du costume de scène na França.

No período em que esteve em Paris, Karinska confeccionou figurinos criados por Joan Miró, Jean Cocteau, Henri Matisse, Pablo Picasso, Marc Chagall e outros para o Ballet Russe de Monte-Carlo (ROYAL, s.d.). Logo ao chegar em Nova York, fugindo da Europa em guerra, Karinska confeccionou os figurinos para o espetáculo “Bacchanale” (1939) apresentado primeiramente no Metropolitan Opera House, com coreografia de Léonide Massine (Leonid Fyodorovich Myasin), música de Richard Wagner, com cenário e figurinos criados por Salvador Dalí (KISSELGOFF, 1983). Anos mais tarde, o artista catalão também criou o cenário e o figurino para o espetáculo “Labyrinth” (1941), também com coreografia de Léonide Massine (SOBY,

²⁸ Optou-se por manter o termo em francês, pois é assim que as fontes utilizadas se referem a B. Karinska e também porque entendeu-se que este é o que melhor define sua atuação profissional, que criou e confeccionou trajes de cena para filmes, óperas e teatro.

1941), mas não foram encontradas informações sobre o envolvimento de Barbara Karinska nesta produção.

A relação entre Karinska e Dalí na criação dos figurinos para o espetáculo “Bacchanale” pode autenticar a autoria do “Costume do ano 2045”; aventa-se inclusive, que o costume pode ter feito parte dos figurinos do espetáculo, o que por sua vez faz com que a criação de Dalí não tenha sido feita a pedido e exclusivamente para o MASP. Pode-se dizer então, que se apresenta outra possibilidade de histórico para a peça no museu, uma vez que, foram apresentadas outras informações a respeito de sua confecção, contextualização e, possivelmente, de sua datação.

Segundo aponta Maria Claudia Bonadio (2014a), o MASP também realizou outros eventos do gênero, como o desfile "Moda Brasileira" realizado em 1952, que apresentou um conjunto de peças criadas por professores e alunos do IAC, instituto sediado nas dependências do museu.

Entre os anos 1960 e 1970, a Fenit, que àquela altura já tinha se consolidado como um importante evento para a divulgação dos lançamentos da indústria têxtil, tornou-se o principal local para a realização de desfiles de criadores e empresas têxteis nacionais e estrangeiras (BONADIO, 2014c). A cada edição do evento, os desfiles de empresas têxteis e de criadores brasileiros e estrangeiros ganhavam mais espaço e atraíam mais público.

Durante os anos 1980, aconteceram de forma esporádica alguns desfiles organizados por algumas cooperativas de jovens estilistas. Em São Paulo, o primeiro deles foi o Núcleo Paulista de Moda, criado em 1980, inspirado em ações semelhantes que aconteciam no Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Segundo relatam Luís André Prado e João Braga (2011, p. 452), este primeiro grupo paulista reuniu

onze confecções: Alcides (de Alcides Nujo), Aquarela (de Ana e Jorge Kauffman), Armazém (de Alba Noschese), Companhia Ilimitada, Decan Deux (de Décio Xavier), G (de Glória Coelho), Huis Clos (de Clô Orozco), Le Truc (de Claude Le Truc), Zoomp (de Renato Kherlakian), Rose Benedetti (da própria) e Tricotage.

Durante o curto período de existência, cerca de um ano, o Núcleo Paulista de Moda promoveu alguns desfiles e eventos coletivos para lançamento de coleções. Em 1985, foi sucedido pelo Grupo São Paulo de Moda, formado por confecções que haviam integrado o Núcleo, como a Armazém, Huis Clos e Zoomp; junto das marcas Forum, Tweed, Nessa Cesar, Tráfico, T. Machione e Giovanna Baby (PRADO;

BRAGA, 2011). De certa forma, este grupo reproduziu o modelo do seu antecessor e também não teve uma existência duradoura, contudo, as marcas seguiram desenvolvendo-se independentes umas das outras.

Em 1986, surgiu a Cooperativa Paulista de Moda composta por uma nova geração de jovens criadores, que tinham em comum a participação nos cursos da Casa Rhodia, uma iniciativa da empresa de filamentos têxteis Rhodia inaugurada no final dos anos 1970, que tinha como o principal objetivo a formação de profissionais para o setor do vestuário nacional (PRADO; BRAGA, 2011). A francesa Marie Rucki que dirigia o Studio Berçot, prestigiada escola de moda em Paris, veio ao Brasil a convite da Rhodia, ministrou cursos e tornou-se mentora da moda paulistana e brasileira, desde 1978 até meados dos anos 2000. A ausência de cursos superiores de moda no país à época, fez da Casa Rhodia o principal espaço de difusão de conhecimento e produção criativa de moda no Brasil, sobretudo durante os anos 1980 e 1990 (PRADO; BRAGA, 2011).

É praticamente dentro da Casa Rhodia, que Conrado Segreto, Flávia Fiorillo, Jum Nakao, Maria Himmestein, Marjorie Gueller, Paula Lemos, Sylvie Leblanc, Taisa Borges e Walter Rodrigues formam a Cooperativa Paulista de Moda. O grupo tinha como intuito divulgar suas criações e até chegou a produzir desfiles com patrocínios, no entanto, assim como os seus antecessores, o grupo existiu por um curto período de tempo.

O interesse em divulgar suas criações e organizar os lançamentos do setor foi o motivo da formação desses grupos de jovens criadores de moda. A falta de formação profissional na área, cuja lacuna a Casa Rhodia tentou preencher, também foi uma das barreiras enfrentadas por essas cooperativas. Existia, claro, o interesse comum entre todos os estilistas em divulgar os seus trabalhos, no entanto, faltava planejamento, articulação e financiamento. Estruturados a partir de relações de amizade, quando um integrante se desligava na expectativa de alcançar voos maiores, os grupos se desfaziam. Ainda que houvesse o interesse em fortalecer a criação de moda nacional, no final ainda prevalecia a ideia de “um por todos e cada um por si”.

É neste contexto, que um jovem então pouco conhecido assumiu gradativamente a articulação entre profissionais, empresas e patrocinadores. Paulo Borges²⁹, recém-chegado à capital paulista da cidade de São José do Rio Preto,

²⁹ Informações retiradas da palestra registrada em vídeo. Ver BORGES, 2014.

descobriu o seu interesse pela moda quando começou a ajudar os amigos na produção de seus desfiles. Entre um favor e outro, Borges fez amizades e começou a participar cada vez mais ativamente em produções de desfiles. Por indicação, tornou-se assistente de Regina Guerreiro, editora de moda da revista Vogue brasileira e personagem influente no campo da moda nacional. Durante os dois anos e meio que trabalhou com Guerreiro, ele conheceu na prática o sistema da moda no país. Quando deixou a revista Vogue, Paulo Borges decidiu se empenhar na produção de desfiles, que ainda eram realizados de forma amadora com amigos atuando como modelos, cenógrafos e maquiadores.

Aos poucos, Borges penetrou no campo da moda e tornou-se produtor de desfiles de jovens criadores em começo de carreira. No início dos anos 1990, Paulo Borges já possuía certa visibilidade no mercado de moda nacional e começou a realizar megaproduções para marcas famosas, como o desfile da Zoomp de Renato Kherlakian em 1993, marca de sucesso nacional durante os anos 1980 e 1990 por suas calças jeans e pelo raio amarelo; e da Zapping, fundada pelo mesmo empresário direcionada ao público jovem (PALOMINO, 1999).

Neste momento, no final anos 1980, a cena underground noturna ganhou força na capital paulista e as boates se tornaram o principal lugar de difusão das novas criações e tendências de moda e comportamento do público jovem, conforme aponta Erika Palomino (1999), jornalista que experimentou os acontecimentos do período e registrou as várias nuances da música, da moda e da juventude frenética em sua coluna Noite Ilustrada, publicada no jornal Folha de S. Paulo. Entre *drag queens*, *DJs* e *doors*³⁰, Alexandre Herchcovitch foi uma das principais mentes criativas que emerge deste circuito de baladas alternativas e de muita montagem, “[...] um modo mais extravagante, fashion ou caprichado de vestir” (PALOMINO, 1999, p. 220). Palomino resumiu a atmosfera daquele momento: “[...] foi o chamado ‘boom da moda’ no Brasil, como não se via desde os áureos anos 80. Como a mídia se apressa a celebrar, a moda entra na moda” (PALOMINO, 1999, p. 226).

Convivendo e observando a vida e a criatividade que fervilhava neste universo, Paulo Borges passou a promover alguns desses jovens inserindo-os em suas

³⁰ Erika Palomino (1999) utiliza o termo *doors* para designar os profissionais de boa aparência e muito bem vestidos, que ficam nas portas de estabelecimentos e eventos recepcionando clientes e convidados. Atualmente, estes profissionais são popularmente conhecidos como *host* (homens) e *hostess* (mulheres).

produções e desfiles. Lentamente, personalidades da vida noturna paulistana começaram a ter visibilidade no cenário profissional da moda, para além das colunas jornalísticas escritas por Palomino.

Ainda nos primeiros anos da década de 1990, Paulo Borges coordena algumas edições do “Happening UNIT – Novos Talentos”, desfiles de alunos dos cursos de moda das universidades Santa Marcelina e Anhembi Morumbi, promovidos pela UNIT (União Nacional das Indústrias de Tecelagem de Moda). Foi durante a realização de um desses desfiles que Cristiana Arcangeli, empresária brasileira do setor de cosméticos, conheceu o efervescente mundo da moda jovem paulistana e decidiu patrocinar um evento de moda no país, cujo principal objetivo era revelar os jovens talentos da moda nacional; nascia então o Phytoervas Fashion.

A primeira edição do evento aconteceu em fevereiro de 1994, durante três noites seguidas, num galpão alugado. Apenas três marcas desfilaram na ocasião, uma em cada noite: Walter Rodrigues, Cia. do Linho de Sônia Maalouli e Alexandre Herchcovitch (PRADO; BRAGA, 2011); a energia e a criatividade que envolvia os desfiles, causaram burburinho na imprensa, ainda não especializada em moda.

Com uma política de renovação, a cada edição do Phytoervas Fashion, novos criadores tinham a oportunidade de apresentar suas coleções. Foi o primeiro evento que reuniu jovens estilistas e criadores recém-formados pelos novos cursos superiores de moda criados na capital paulista e em todo o país. Vários estilistas que hoje são reconhecidos pela imprensa e pelo campo da moda nacional e internacional participaram do evento, como Inácio Ribeiro e Jum Nakao, que já tinham razoável bagagem profissional de experiências anteriores, adquiridas nas cooperativas de criadores; e novos talentos, como Fause Hatén, Ronaldo Fraga, Mário Queiroz e Marcelo Sommer, que estrearam nas passarelas do evento. Por outro lado, aqueles estilistas que já haviam participado de edições anteriores, eram impedidos de participar novamente por motivos contratuais estabelecidos pela organização do evento.

O projeto elaborado para o Phytoervas Fashion incluiu também um local permanente localizado na Rua Cardeal Arcoverde no bairro de Pinheiros onde, entre temporadas de desfiles, realizaram-se outras atividades, como exposições fotográficas e de jovens designers (BIANCO; BORGES, [2004]). Durante a segunda e quarta edição, o Espaço Phabrica, foi o núcleo de moda e beleza da juventude fashionista paulistana e centro de operações do evento; serviu como espaço multiuso,

casa noturna, local para a realização de desfiles e abrigou também lojas de roupas e cosméticos, salão de beleza e um café-restaurant (FOLHA, 1995). Segundo mencionou Betty Prado aos autores Prado e Braga (2011), também foram promovidas algumas exposições no espaço, como “Arte Xerox” (1995). Não foram encontrados registros da realização de exposições de moda neste local ou durante o evento, contudo, a intenção de promover mostras já indica o anseio em fomentar um aspecto mais cultural da moda no país.

Com o sucesso do evento, o Espaço Phabrica não suportou mais a dimensão e o grande número de visitantes que se pretendia alcançar com a sua realização. A partir da quinta edição do evento, o Phytoervas Fashion passou a ser realizado em outros espaços da cidade de São Paulo, primeiramente ocupando o prédio da Fundação Bienal de São Paulo e posteriormente, o Ginásio do Ibirapuera, que segundo mencionam Prado e Braga (2011), reuniu cerca de sete mil pessoas em cada uma das três noites do evento.

O Phytoervas Fashion teve dois coordenadores e dois formatos distintos: no primeiro momento, entre os anos de 1994 e 1995, promoveu desfiles semestrais sob coordenação de Paulo Borges e entre 1996 e 1998, sob coordenação de Betty Prado, o evento passou por reformulações e em 1997 mudou de nome para Phytoervas Fashion Awards. Em seu segundo momento, o evento manteve alguns desfiles em sua programação, contudo, assumiu o papel de premiação anual para profissionais do campo da moda no Brasil (PRADO; BRAGA, 2011). Nesta nova fase, o evento passou a sofrer com a ausência de criadores por ele lançados e a decadência veio acompanhada da concorrência com outras semanas de moda que se estruturavam paralelamente. Ainda que o Phytoervas Fashion Awards tenha encerrado suas atividades de forma abrupta em 1998, supostamente porque a empresa patrocinadora havia sido vendida para uma multinacional, a sua importância para a promoção e profissionalização do campo da moda paulista e brasileira é inegável.

Logo após sua saída da coordenação do Phytoervas Fashion, em 1995, Paulo Borges deu continuidade aos seus trabalhos percebendo que o modo como o evento funcionava deixava órfãos os jovens criadores que revelara, uma vez que eram impedidos de desfilarem suas coleções depois de um certo número de participações. Foi então, que Borges identificou a necessidade de estruturar um evento que possibilitasse que estilistas e marcas desfilassem suas coleções.

Em julho de 1996, Paulo Borges estreou seu novo projeto com patrocínio do MorumbiShopping, um grande shopping center paulista inaugurado no início dos anos 1980, cuja proposta à época, era se reposicionar no mercado. Vincular-se a um evento de moda pareceu, para os empresários do shopping, um bom negócio para melhorar a imagem do empreendimento e, por conta disso, o evento foi nomeado MorumbiFashion Brasil - Calendário Oficial da Moda.

A nova semana de moda de São Paulo já tinha a sua disposição a imprensa organizada e interessada em registrar e divulgar os lançamentos apresentados pelos estilistas durante o evento, bem como, dispunha de mão de obra (cabeleireiros, maquiadores, modelos, etc.) especializada; ambos legados do antecessor Phytoervas Fashion. O objetivo principal do evento era mais ambicioso: almejava-se organizar todo o campo e criar uma cultura de moda no país aos moldes das principais capitais da moda do mundo (BIANCO; BORGES, [2004]).

O evento realizou edições semestrais até o final de 2000, ano em que o MorumbiShopping deixou de patrocinar o evento. Com a saída do principal patrocinador, foi preciso alterar o nome do evento, que passou a se chamar São Paulo Fashion Week - Calendário Oficial da Moda Brasileira (SPFW) a partir do primeiro semestre de 2001 (BIANCO; BORGES, [2004]). Entretanto, como não houve interrupção da sua realização tampouco alteração dos responsáveis pela sua organização, considerou-se que ambos configuram um mesmo evento.

Ainda nos anos 2000, o SPFW se estabeleceu como uma das mais importantes semanas de moda do mundo. Segundo o último levantamento realizado pelo Instituto In-Mod (Instituto Nacional de Moda e Design) e divulgado pelo Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo (SPTURIS), a 32ª edição - Outono/Inverno 2012 do SPFW envolveu direta e indiretamente 11.480 profissionais, incluindo jornalistas, fotógrafos, modelos, compradores e patrocinadores brasileiros e estrangeiros (SPTURIS, 2012). Segundo a SPTURIS, a organização do evento estimou que cerca de 100 mil pessoas circularam pelo espaço durante os seus quatro dias da edição Outono/Inverno 2012, sendo que mais de 70% do público era composto por mulheres e jovens, entre 18 a 29 anos (SPTURIS, 2012).

Estes dados apontam para a dimensão do evento, que segundo Branislav Kontic (2007), passou a cumprir mais do que a função de coordenar desfiles de moda. Com a realização de atividades paralelas aos desfiles, como *pocket* shows, palestras e exposições, o SPFW se consolidou como “[...] um espaço de socialização e

disseminação de conceitos, ideias e comportamentos” (KONTIC, 2007, p. 74), que envolviam tanto aspectos mercadológicos quanto culturais da moda.

Dentro e fora das salas de desfiles, o SPFW concedeu espaço e material para discussões contemporâneas relacionadas à identidade brasileira, à diversidade, à valorização dos saberes e das tradições regionais e, principalmente, à moda nacional e sua interação com o contexto global.

A visibilidade e relevância do evento sem dúvida refletem na imagem de Paulo Borges, tido hoje não apenas como o principal responsável por estruturar o calendário da moda brasileira, mas também um dos principais porta-vozes do setor tanto no âmbito político-econômico, quanto sociocultural.

4.2.2. Exposições no MorumbiFashion e no SPFW.

Tabela 3 - Algumas das exposições de moda no MorumbiFashion e no SPFW citadas no texto.

Exposição	Ano	Local
Lasar Segall	1998	MorumbiFashion
40 anos da Fenit	1998	MorumbiFashion
Exposição fotográfica de personalidades e artistas que desfilaram nas passarelas do MorumbiFashion	1999	MorumbiFashion
O Brazil já conhece o Brasil	2000	MorumbiFashion
Exposição Swarovski Crystal Couture	2000	MorumbiFashion
Cláudio Elizabetski	2000	MorumbiFashion
Chica Chica Boom Chic	2001	SPFW
Livio Rangan	2002	SPFW
Olhar da Tradição	2008	SPFW
Olhar Contemporâneo	2008	SPFW
Carmen Pop Miranda	2009	SPFW
Paris Collections	2009	SPFW
Sakina M'as	2009	SPFW
Bethy Lagardère	2009	SPFW

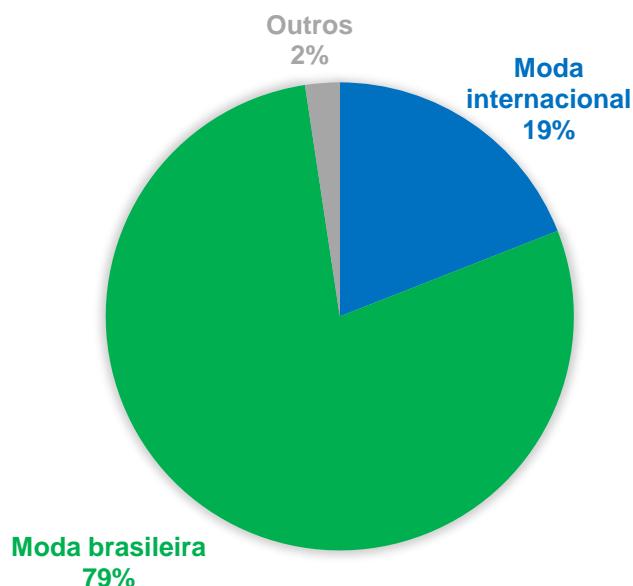
Pretty Much Everything	2011	SPFW
Universo Criativo - Projeto Brasil 2	2012	SPFW
Pow! Explosão Criativa	2018	SPFW
Arte plumária no acervo do Pavilhão das Culturas Brasileiras	2018	SPFW

Fonte: Elaborada pelo autor.

Das 46 exposições realizadas em semanas de moda, o SPFW realizou 42, que tinham a moda como objeto principal; seis foram apresentadas entre os anos 1998 e 2000, período em que o evento se chamava MorumbiFashion; enquanto as outras 33 exposições fizeram parte das edições do SPFW de modo intermitente, entre os anos de 2001 e 2018.

Gráfico 6 - Porcentagem de exposições de moda por categoria realizadas no SPFW, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

Porcentagem de exposições de moda por categoria no MorumbiFashion e no SPFW



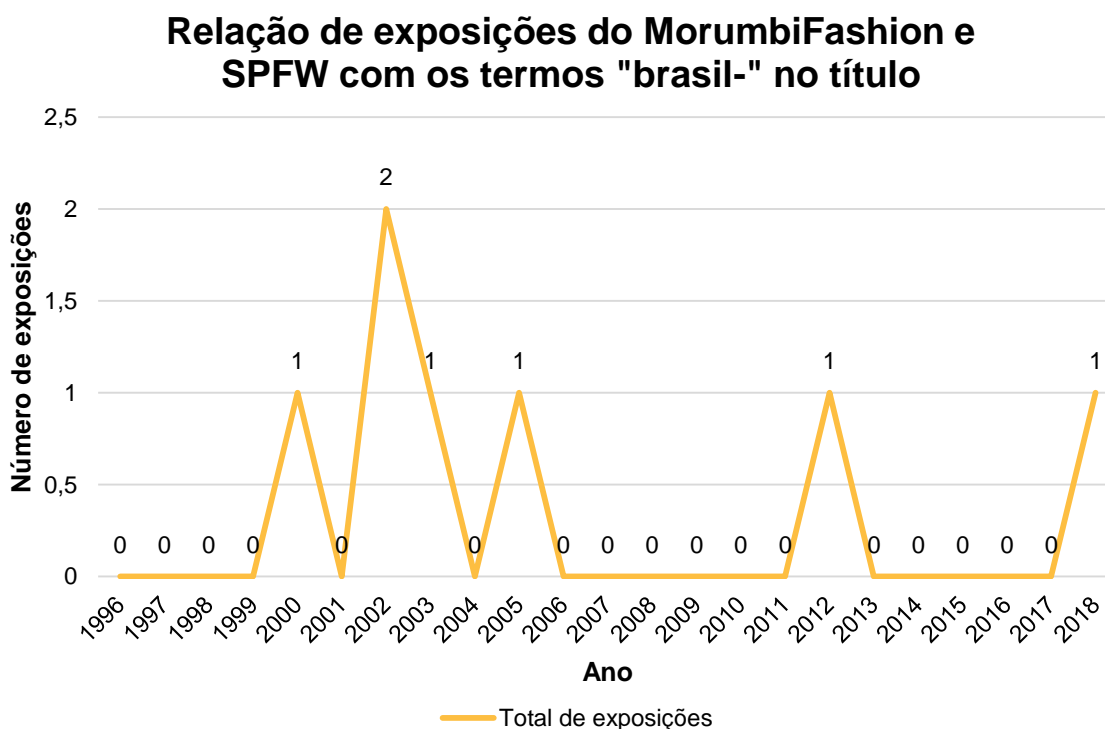
Fonte: Elaborado pelo autor.

Trinta e três exposições abordaram temas relacionados ao campo da moda no Brasil, como: retrospectivas de estilistas e marcas, fotógrafos e personalidades das artes e da cultura brasileira. Tais mostras representaram 79% daquelas realizadas no

SPFW e 15% do total de exposições mapeadas na capital paulista. Algumas das primeiras mostras realizadas no MorumbiFashion já abordaram a cultura e a moda brasileira, como as exposições “Lasar Segall”, dedicada à obra do artista lituano radicado no Brasil; “40 anos da Fenit” (ambas realizadas em fevereiro de 1998), e a exposição fotográfica de frequentadores do evento clicadas por fotógrafos de moda brasileiros (julho de 1999). Em “O Brasil já conhece o Brasil” (janeiro de 2000) a moda brasileira foi tema de retrospectiva, que expôs obras de criadores de moda com atuação no país entre os anos 1950 e 1990. O uso do nome Brasil no título da mostra, também indicava a vontade de consolidar a ideia de uma moda brasileira internacionalizada.

O emprego do termo “brasil-” ocorreu em sete títulos de exposições realizadas durante edições do MorumbiFashion e do SPFW, entre os anos 1996 e 2018, conforme aponta o gráfico 7. O maior número de exposições com os termos relacionados está na primeira década, comprovando o esforço inicial da organização em valorizar a moda nacional.

Gráfico 7 - Número de exposições no MorumbiFashion e no SPFW com o emprego de “brasil-”, no período de 1996-2018.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Personalidades da moda brasileira e ícones da brasilidade, como o publicitário Livio Rangan e a atriz e cantora Carmen Miranda, foram alguns dos temas de exposições. A pequena notável, por exemplo, foi homenageada duas vezes em exposições durante o SPFW: “Chica Chica Boom Chic” (realizada em janeiro de 2001) e “Carmen Pop Miranda” (realizada em janeiro de 2009) reafirmaram a importância desta personalidade na construção da visualidade da moda brasileira.

Se por um lado, o MorumbiFashion e o SPFW disponibilizaram espaço para exposições sobre a moda brasileira, por outro, estes eventos também promoveram a interação entre a produção nacional com o mundo da moda internacional, apresentando exposições de estilistas e marcas estrangeiras consagradas. Ao todo foram sete exposições que abordaram assuntos relacionados à moda internacional, sendo que a primeira foi “Swarovski Crystal Couture” (edição de junho dos anos 2000), ocasião na qual foram expostas obras bordadas com cristais da marca austríaca criadas por renomados estilistas internacionais como Alexander McQueen, Dolce & Gabbana, Versace e Vivienne Westwood.

Quatro dessas exposições internacionais apresentadas no SPFW estavam inseridas no contexto de edições comemorativas, como é o caso das exposições “Olhar da Tradição” e “Olhar Contemporâneo”, que exibiram, respectivamente, trajes tradicionais japoneses e criações de estilistas de vanguarda em comemoração ao ano do Centenário da imigração japonesa no Brasil (2008). Em 2009, foi festejado o Ano da França no Brasil e o SPFW também recebeu exposições dedicadas à moda francesa: “Paris Collections” com peças de alta costura contemporânea; mostra/performance da marca francesa “Sakina M’as”; e exibição da coleção da ex-modelo mineira Bethy Lagardère, com peças de criadores franceses.

Essas exposições estrangeiras realizadas durante o SPFW, não apenas agregaram prestígio ao evento, mas também alavancaram a internacionalização do campo da moda no país. Em seu livro ([2004]), Paulo Borges indica que as exposições realizadas no evento também serviram para “[...] criar um paralelo do Brasil com o ‘Mundo da Moda’” (BIANCO; BORGES, [2004], p. 952), dando visibilidade a estilistas e marcas brasileiras no país e no exterior, propiciando o amadurecimento da produção de moda nacional a partir da aproximação com a moda internacional.

Outro aspecto interessante é a exposição como forma de ocupação do espaço físico da semana de moda. O SPFW realizou-se por diversas vezes, no Pavilhão Ciccillo Matarazzo, popularmente conhecido como Pavilhão da Bienal de São Paulo,

um prédio de 25 mil metros quadrados de área, dividido em três pavimentos e o andar térreo com mezanino. As salas de desfiles e as áreas reservadas para a imprensa e para ações de marketing de patrocinadores não conseguem preencher toda área disponível do pavilhão; por isso, as exposições assumem a função de ocupar o espaço físico do evento. A dimensão do espaço permite a realização de duas até três exposições simultâneas. As exposições também aumentam de tamanho, como é o caso da exposição “Pretty Much Everything” dos fotógrafos de moda holandeses Inez Van Lamsweerde e Vinoodh Matadin. Com cerca de 286 obras, a exposição ocupou todo o andar térreo (com aproximadamente quatro mil e quinhentos metros quadrados) do Pavilhão da Bienal, durante a 31ª edição do evento em 2011, em comemoração ao ano da Holanda no Brasil.

Assim como na maioria das semanas de moda no exterior, o acesso ao SPFW é restrito a convidados pelas marcas ou pela própria organização do evento. Isso faz com que as exposições realizadas dentro do SPFW só possam ser vistas por um número limitado de pessoas que fazem parte, direta ou indiretamente, do campo da moda.

No exterior, possivelmente devido à existência de instituições culturais e museológicas dedicadas à moda, é comum que estejam em cartaz exposições sobre o tema durante as semanas de moda, aproveitando o grande número de visitantes que estes eventos atraem para cidades como Nova York, Londres e Paris. Nestes casos, as exposições não estão diretamente vinculadas à organização da semana de moda, uma vez que são organizadas por instituições, tais como o Costume Institute do Metropolitan Museum of Art e o Museum at the Fashion Institute of Technology, ambos em Nova York; ou o Victoria and Albert Museum e o Fashion and Textiles Museum, ambos localizados na capital inglesa; ou o Musée des Arts Décoratifs e o Palais Galliera Musée de la Mode de la Ville de Paris, na capital francesa.

Provavelmente, na tentativa de democratizar o acesso ao evento e ganhar relevância sociocultural na cidade de São Paulo, o evento estendeu o período de visitação de algumas exposições, como na “Pretty Much Everything” (2011) e na “Universo Criativo - Projeto Brasil 2” (2012), que puderam ser visitadas gratuitamente, pelo público em geral, durante aproximadamente quinze dias após o término oficial dos desfiles daquela edição.

Em 2018, as exposições “Pow! Explosão Criativa” e “Arte plumária no acervo do Pavilhão das Culturas Brasileiras” puderam ser visitadas durante a realização do

evento em dia e horário preestabelecidos, fora do período de desfiles. Essa ação inédita da organização do evento ocorreu, porque a edição foi realizada no espaço físico de uma instituição museológica municipal, o Pavilhão das Culturas Brasileiras, e a há o interesse em divulgar o acervo do museu e o próprio espaço.

Este fato demonstra como as exposições são utilizadas como dispositivo de democratização e atração de público. Os organizadores do SPFW exploram o interesse dos visitantes pelo tema, mas também a sua curiosidade (talvez ainda maior) em conhecer uma semana de moda, para aumentar o fluxo de pessoas atingidas pelo evento e, conseqüentemente, alavancar a autopromoção do evento. Contudo, a delimitação do período de visita pública faz com que a exclusão, tradicionalmente operada pelas semanas de moda, permaneça e seja evidenciada. Desta forma, as exposições atuam como mecanismo de manutenção do poder simbólico, conceito proposto por Pierre Bourdieu e Yvette Delsaut (2004), e da exclusividade do campo da moda.

De outro ponto de vista, as exposições realizadas durante o SPFW também poderiam ser consideradas dispositivos de entretenimento e área de convivência do público convidado. Os desfiles são curtos, duram de dez a quinze minutos cada, em média, e acontecem durante todo o dia, habitualmente em um único local, fazendo com que existam várias janelas de tempo entre um desfile e outro. O preenchimento dessas lacunas se dá também pelas exposições, que de certo modo assumem a função de ocupar os visitantes ociosos, enquanto promovem a sua formação sobre temáticas relacionadas à moda, arte e cultura brasileiras.

Isso possibilitou que fossem apresentados assuntos ainda pouco explorados e desconhecidos até mesmo de pessoas envolvidas com o campo da moda. Ao contrário das principais semanas de moda internacionais, como Londres, Nova York e Paris, que geralmente são acompanhadas de grandes exposições organizadas por museus, instituições culturais e coleções particulares, os organizadores do SPFW, encabeçados por Paulo Borges, atuam de forma quase solitária, sendo quase integralmente responsáveis pela complexa logística de articular acervos museológicos, colecionadores particulares e profissionais especializados no Brasil e no exterior, a fim de promover a cultura de moda brasileira.

Entretanto, embora a indústria da moda seja um dos setores com maior faturamento e que mais emprega no país³¹, as políticas públicas relativas ao desenvolvimento da produção e fomento da cultura de moda nacional ainda são insuficientes. A partir dos anos 2000, conforme aponta Miqueli Michetti (2014), o Ministério da Cultura (MinC) iniciou o gradual processo de inserção da moda no espectro da cultura nacional, estimulando debates e formulando projetos de políticas de integração.

Gilberto Gil, enquanto Ministro de Estado da Cultura durante os mandatos de Luiz Inácio Lula da Silva, promoveu importantes avanços no que diz respeito às políticas culturais nacionais (MICHETTI, 2014): formulou o Plano Nacional de Cultura, documento que orienta as principais ações de sua gestão; e criou, por meio do Decreto n.º 5.520 de 24 de agosto de 2005, o Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC), com representantes do poder público e da sociedade civil. Em 2007, próximo do término de sua gestão, Gil manifestou o desejo de dar mais ênfase à moda reconhecendo-a como “[...] parte vital da cultura brasileira” (VASONE, 2007, s.n.).

O sociólogo Juca Ferreira, sucessor de Gilberto Gil no MinC através da Portaria n.º 28 de 19 de março de 2010, transformou o grupo de trabalho de moda em um dos quatorze Setoriais que compõem o CNPC, ou seja, reconheceu oficialmente a relevância cultural da moda e do vestir. Paralelamente, alguns profissionais influentes do campo da moda, como Paulo Borges e Ronaldo Fraga³², encabeçaram os debates dentro e fora do MinC e do Colegiado de Moda.

A memória era um dos eixos de atuação estabelecidos pelo Colegiado de Moda em seu Plano Setorial³³. O documento previa, entre outras ações, estimular projetos de preservação e comunicação dos saberes relacionados à moda, tais como a promoção de eventos públicos, como desfiles, palestras e exposições relacionadas ao tema; a criação de acervos museológicos físicos e digitais e o incentivo às práticas de conservação e restauração de bens representativos da história da moda e do vestir nacional.

³¹ Segundo dados informados pela ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) a cadeia têxtil e de confecção faturou cerca de 51 bilhões de dólares atualizados em 2018 e é o segundo maior empregador da indústria de transformação do país (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTEL E DE CONFECÇÃO, [2018]).

³² Estilista mineiro, Ronaldo Fraga é conhecido por suas criações e desfiles de potência poética, que exploram símbolos da identidade e história brasileiras.

³³ COLEGIADO Setorial de Moda. **Plano Setorial Moda**. Disponível em: <http://moda.cnpc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/17/2016/05/Plano-Setorial-da-Moda_revisado-1.pdf>. Acesso em: 30 maio 2019.

Ana de Hollanda, sucessora de Juca Ferreira no MinC durante o primeiro mandato de Dilma Rousseff inseriu, nas discussões de seu ministério, o conceito de economia criativa (NERY, 2012). Em voga naquele momento, a ideia de economia criativa não era nova, uma vez que já era discutida no exterior, sobretudo no Reino Unido, desde o final dos anos 1990 (NEWBIGIN, 2010). O Plano da Secretaria da Economia Criativa (MINISTÉRIO, 2011, p. 22) definiu que

[...] os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social.

A dimensão simbólica da moda encaixou-se perfeitamente na recém-criada Secretaria do MinC sem perder o status de Setorial no CNPC, mas com o tempo a ideia de economia da cultura sofreu com críticas do setor cultural e acabou não se concretizando com o sucesso almejado pela ministra (MICHETTI, 2014). Entre idas e vindas, aparentemente não houve avanço nos debates sobre a moda e o vestir no MinC durante a gestão de Ana de Hollanda.

Em 2013, a então ministra Marta Suplicy decidiu autorizar a captação de financiamento de projetos de moda com a Lei Federal n.º 8.313/91, conhecida popularmente como Lei Rouanet. O ato de Marta Suplicy gerou grande debate no setor cultural, com críticas à utilização das lei de incentivos fiscais para a realização de desfiles de moda de conhecidas marcas nacionais, como Ronaldo Fraga, Alexandre Herchcovitch e Pedro Lourenço³⁴, no Brasil e no exterior. Em carta enviada à ministra na época, representantes dos setores culturais demonstravam o descontentamento com o fato e expõem o descrédito na relevância cultural da moda, como mostra um trecho do documento publicado pelo jornal Folha de S. Paulo (DINIZ, 2013, s.n.):

Naturalmente, ninguém ignora a grande importância desse segmento para a sociedade e economia brasileiras com o seu potencial de geração de empregos, inovação e vetor da identidade nacional, o que lhe garante um lugar de destaque nas indústrias criativas, entretanto, em nossa opinião, tais atributos não são suficientes para transformar a extensa cadeia produtiva do mercado de Moda, de ponta a ponta, em manifestações artístico-culturais, condição indispensável para o uso da Lei Federal 8.313/91.

³⁴ Para saber mais consultar GRAGNANI; DINIZ, 2013.

A polêmica sobre o assunto foi tamanha que os projetos acabaram não captando nenhum valor e até onde se sabe, não foram submetidos novos projetos relacionados à moda desde então. De certa forma, o debate também expôs o modo frágil como a moda estava fundamentada no âmbito cultural; os pilares não estavam bem sedimentados e por vezes o perfil econômico da moda era muito mais proeminente, fato que persiste até os dias atuais.

A realização de grandes eventos internacionais no país, como a Copa do Mundo de Futebol da FIFA (2014) e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos do Rio de Janeiro (2016), proporcionou, ainda que indiretamente, visibilidade para a moda nacional, como representação da identidade e da cultura brasileira. Entretanto, a instabilidade político-econômica que se instalou no período, fez com que os debates sobre a cultura de moda e do vestir entrassem em modo de inércia.

Em tempos de prosperidade, o SPFW e suas exposições contavam com importantes patrocinadores, estrutura complexa e produção minuciosa; por outro lado, durante recessões econômicas, o evento e toda a sua programação tornava-se enxuta e, às vezes, um tanto quanto amadora. Desta forma, de uma edição para outra, a condição de realização do evento e da programação muda drasticamente; curadorias e projetos expográficos concebidos exclusivamente para o SPFW, dão lugar a exposições mais singelas ou ao vazio. Identifica-se então, que a realização do evento bem como de suas exposições é diretamente afetada pela instabilidade política e econômica do país.

Independentemente da situação na qual cada edição do evento se realizou, constata-se por meio deste mapeamento, que o SPFW conseguiu se consolidar como o principal núcleo do campo da moda no Brasil, não apenas porque se tornou referência nacional para os profissionais do setor, mas também porque se estabeleceu como o principal polo de fomento e promoção da cultura de moda, principalmente da produção local, no país.

4.3. EXPOSIÇÕES EM MUSEUS

Tabela 4 - Algumas das exposições de moda em museus citadas no texto.

Exposição	Ano	Local
Roupas Bordadas	1986	MASP
Traje: um objeto de arte?	1987	MASP
80 modelos de Lacroix	1989	MAB-FAAP
Pierre Cardin: passado, presente e futuro	1994	MAB-FAAP
Da inspiração à criação, Christian Lacroix	1997	MAB-FAAP
Mario Testino fashion photographs	1998	
Projeto Imagem Experimental: Arte em moda – criações de Marcelo Sommer e Rochelle Costi	2001	Espaço MAM Higienópolis
Projeto Imagem Experimental: Monica Schoenacker e Walter Rodrigues	2001	Espaço MAM Higienópolis
Nefelibatas – para aqueles que vivem nas nuvens	2002	MAM-SP
Projeto Imagem Experimental: Ronaldo Fraga - política, moda e arte	2002	Espaço MAM Higienópolis
Construtivismo e a forma como roupa	2003	MAM-SP
Percurso 2006 – Pós-Graduação/Direção de Criação em Moda	2006	MAB-FAAP
II Exposição dos Formandos em Design de Moda Belas Artes	2008	MuBA
Exposição de Estamparias	2008	MuBA
Kheit / Qatar	2014	MuBA
10 anos de História da Indumentária + 30 anos de Design no Brasil	2014	MuBA

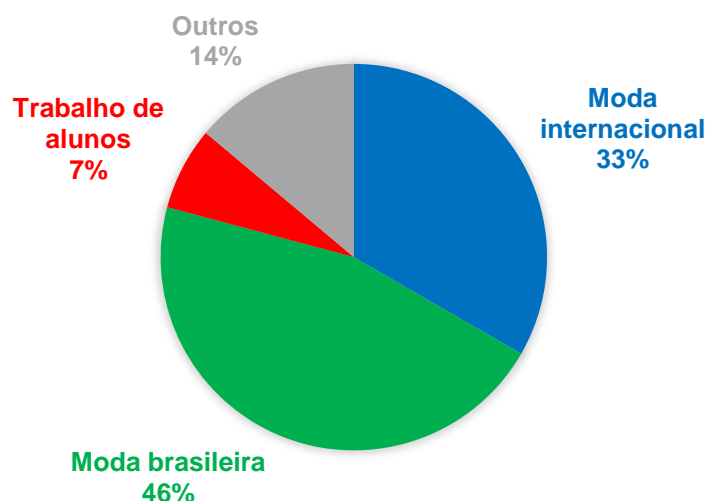
Fonte: Elaborada pelo autor.

As exposições de moda realizadas em museus representam 33% de todas as exposições mapeadas nesta pesquisa (Tabela 1). É interessante observar que, mesmo não havendo um museu ou instituição museológica dedicada especificamente

à moda na cidade de São Paulo, os museus são os locais que mais promovem exposições dedicadas ao tema na capital paulista.

Gráfico 8 - Porcentagem de exposições de moda por categoria em museus, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

Porcentagem de exposições de moda por categoria em museus



Fonte: Elaborado pelo autor.

Observando o gráfico 8 constata-se que, há uma proximidade entre o número de mostras dedicadas à moda nacional (46% com 33 exposições) e internacional (33% com 24 exposições) do total mapeado em museus (72). O número expressivo de exposições sobre a moda brasileira, faz com que os museus ocupem a segunda colocação no ranking de espaços que mais apresentaram exposições sobre o tema, atrás apenas das semanas de moda (Tabela 2). Analisando a quantidade de exposições de moda internacionais os museus estão no topo dos locais que mais sediaram exposições desta categoria, com ampla margem numérica, seguida das semanas de moda e shoppings com 8 exposições cada.

A partir do gráfico 8, constata-se que, foram poucas as exposições de trabalhos de alunos realizadas em instituições museológicas na cidade de São Paulo. As cinco exposições mapeadas (Tabela 2) foram: “Percurso 2006 – Pós-Graduação/Direção de Criação em Moda” (2006) no MAB-FAAP, instituição vinculada à Fundação e à Faculdade Armando Álvares Penteado; “Exposição de Estamparias” (2008), “II Exposição dos Formandos em Design de Moda Belas Artes” (2008), “10 anos de História da Indumentária + 30 anos de Design no Brasil” (2014) e “Kheit / Qatar” (2014), no espaço expositivo e museológico do Centro Universitário Belas Artes de

São Paulo. Essas exposições representam 7% do total das exposições mapeadas em museus, mas cabe destacar que ambas as instituições sede são museus universitários, ou seja, a proximidade e a razão pedagógica justificam a realização destas exposições. Contudo, identifica-se também um interesse publicitário na promoção de eventos como este, uma vez que, ambas as instituições são particulares e as exposições ajudariam na divulgação dos seus respectivos cursos. Este aspecto também pode ser observado nas exposições realizadas por outras instituições de ensino.

Gráfico 9 - Número de exposições de moda, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Por meio do mapeamento, identifica-se também que a realização de exposições de moda em museus na cidade de São Paulo ocorre desde meados da década de 1980 (Gráfico 9), período no qual o MASP dava continuidade às suas ações relacionadas ao tema, sobretudo promovendo as exposições “Roupas Bordadas” (1986) e “Traje: um objeto de arte?” (1987). Na década seguinte, o MAB-FAAP realizou suas primeiras exposições dedicadas à moda, contudo, o número de exposições ainda é bastante reduzido, como mostra a tabela 5:

Tabela 5 - Exposições de moda realizadas no MAB-FAAP entre 1989-1998.

Exposição	Ano
80 modelos de Lacroix	1989
Pierre Cardin: passado, presente e futuro	1994
Da inspiração à criação, Christian Lacroix	1997
Mario Testino fashion photographs	1998

Fonte: Elaborada pelo autor.

Conforme indica o gráfico 9, o aumento de exposições em museus dá-se principalmente a partir do final dos anos 2000, momento em que o país vivenciava grande visibilidade internacional e iniciava o desenvolvimento de políticas públicas, que incluíam a moda como elemento da cultura nacional, com a criação do CNPC e do Setorial de Moda no MinC. Existem dois momentos de pico durante este período: no primeiro pico, biênio de 2008-2009, os museus foram responsáveis por metade de todas as exposições apresentadas em cada ano; enquanto no segundo pico, biênio 2014-2015, identifica-se o ápice das exposições de moda em museus.

No decorrer dos primeiros anos do novo século, além do MAB-FAAP, o MAM-SP realizou uma série de exposições dedicadas ao tema e suas relações com a arte, destacando-se ao estabelecer um fluxo contínuo, ainda que breve (Tabela 6). Isto demonstra o modo como a moda adentrou nos espaços museológicos de arte, muitas vezes por intermédio de projetos e por interesses individuais de profissionais ligados aos museus, no caso do MAM-SP foi Ricardo Resende, curador desta série de exposições de moda apresentadas neste museu.

Tabela 6 - Exposições de moda realizadas no MAM-SP entre 2001-2003.

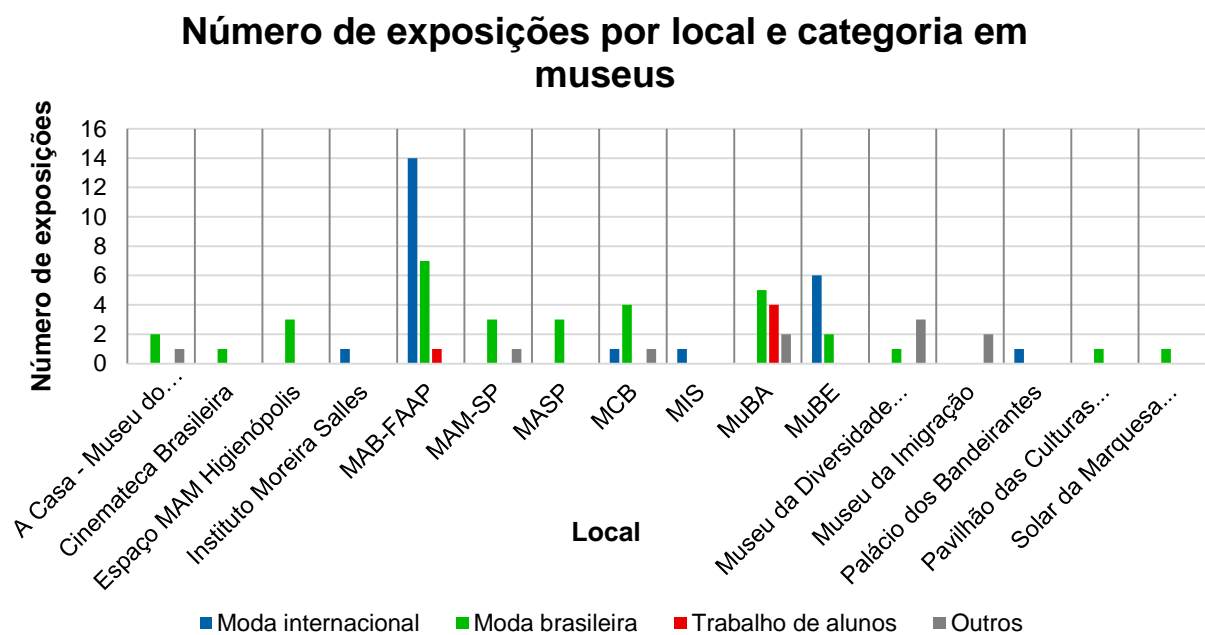
Exposição	Ano	Local
Projeto Imagem Experimental: Arte em moda – criações de Marcelo Sommer e Rochelle Costi	2001	Espaço MAM Higienópolis
Projeto Imagem Experimental: Monica Schoenacker e Walter Rodrigues	2001	Espaço MAM Higienópolis
Nefelibatas – para aqueles que vivem nas nuvens	2002	MAM-SP
Projeto Imagem Experimental: Ronaldo Fraga - política, moda e arte	2002	Espaço MAM Higienópolis
Construtivismo e a forma como roupa	2003	MAM-SP

Fonte: Elaborada pelo autor.

Percebe-se então, que as primeiras exposições dedicadas à moda em instituições museológicas foram realizadas em museus de arte e por conta desta natureza institucional, em diversas ocasiões a moda foi apresentada no contexto das belas artes e do teatro, num esforço de afastá-la da sua propriedade mercadológica. Este processo de artificação, segundo concebeu Roberta Shapiro (2007), requalifica os objetos e seus autores realçando atributos excepcionais, que os enobrece e os eleva ao status de obras de arte e artista.

Constata-se que no caso da moda o processo de artificação parece ser provisório, devendo ser renovado a cada ocasião em que o seu status e sua relevância precise ser fundamentada. Diana Crane (2011) apontou, que a necessidade de reafirmar constantemente o pertencimento da moda ao campo das artes é decorrente de um processo parcial de artificação sem alcançar sua definitiva legitimação neste campo. Por conta disso, a exibição da moda em museus parece na maioria das vezes estar fundamentada em temas e obras que já tenham o seu status consolidado no campo das artes, recorrendo a assuntos que tangenciam a moda e o vestir, como a fotografia, a publicidade, o desenho e a arte sobre suporte têxtil.

Gráfico 10 - Quantidade e categoria de exposições de moda em museus, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir do gráfico 10 é possível identificar que vários museus de tipologias distintas sediaram exposições dedicadas à moda. Há equilíbrio entre as instituições públicas e privadas, contudo, museus particulares sediaram mais exposições, independentemente da categoria, do que museus subordinados a órgãos públicos. Três instituições particulares destacaram-se quanto ao número de exposições apresentadas; curiosamente o MuBE, que como o próprio nome já afirma é um museu de escultura e ecologia, realizou oito exposições dedicadas à moda; o MuBA apresentou onze e o MAB-FAAP sediou o dobro, vinte e duas exposições (Gráfico 10).

Este grande volume de exposições apresentadas no MAB-FAAP aponta para a relevância do museu para o desenvolvimento das práticas expositivas de moda na cidade de São Paulo. Por isso, examina-se a seguir o desenvolvimento desta instituição a fim de identificar o modo como as exposições estão envolvidas com seu percurso histórico e como ela contribui para a comunicação da moda na capital paulista.

4.3.1. O MAB-FAAP como epicentro

Tudo começou com a pessoa que dá nome à instituição, Armando Álvares Penteado. Filho de uma família afortunada por conta do café, Armando frequentou a escola francesa de Belas Artes e formou-se em arquitetura pela Escola Politécnica de São Paulo. Entre Londres, Paris e a efervescente São Paulo do início do século XX, ele cultivou interesse pela prática artística e esteve em convívio com personalidades dos campos das artes e das engenharias (MATTAR, 2010).

Armando Álvares Penteado e sua mulher, Annie, não tiveram filhos e quando de sua morte, em 1947, atendendo ao desejo deixado em testamento por Armando, deu-se início ao projeto de fundação de uma Escola de Belas Artes. Segundo aponta Denise Mattar (2010), o desejo do falecido foi iniciado um ano após a sua morte, porém, o ambicioso projeto demorou a ser concretizado.

O edifício principal da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP) começou a ser construído no terreno situado à rua Alagoas, conforme determinou ele próprio, com verbas de ações da Companhia Paulista de Estradas de Ferro e da locação de imóveis na região central da cidade. Por conta da crise que assolava o país durante o segundo governo de Getúlio Vargas e o conseqüente congelamento dos preços, a quantia arrecadada com as ações e os imóveis não era suficiente para a construção

da fundação, que permaneceu com seu prédio principal e jardim, localizados no bairro do Pacaembu, parcialmente inacabados até meados dos anos 1960 (MATTAR, 2010).

Durante a gestão do primeiro presidente da fundação, Sílvio Álvares Penteado, irmão de Armando, a FAAP permaneceu praticamente inativa. Conforme aponta Mattar (2010), com o falecimento de Sílvio em 1956, Annie assume a presidência da instituição e promove o seu gradual desenvolvimento. Uma de suas primeiras ações e talvez uma das mais importantes para o futuro da instituição, foi o acordo firmado com Assis Chateaubriand, em 1957, de empréstimo de parte do acervo do Museu de Arte e da transferência dos cursos oferecidos pelo museu do empresário, ambos situados no prédio dos Diários Associados (empresa de comunicação de Chateaubriand), para as instalações ainda em construção da fundação.

As obras da coleção do empresário foram instaladas seguindo expografia semelhante ao espaço no prédio dos Diários Associados. Com a exposição das obras de modo mais acessível, algumas aulas passaram a ser ministrados no espaço expositivo da fundação, uma oportunidade única para professores e alunos de conhecer com riqueza de detalhes a história da arte por meio das obras expostas (MATTAR, 2010).

O convênio entre as duas instituições durou pouco. Em 1959, com a perspectiva da construção de uma sede própria para o acervo de Chateaubriand, a parceria foi desfeita. As obras de arte retornaram ao seu local anterior, o prédio dos Diários Associados, onde ficaram até 1968 à espera do seu novo espaço projetado pela arquiteta ítalo-brasileira e esposa de Pietro Maria Bardi, Lina Bo Bardi, localizado em plena avenida Paulista, atual sede do MASP. Contudo, o rompimento do convênio entre as instituições não afetou o oferecimento dos cursos, que continuaram a ser ministrados na sede (ainda em construção) da FAAP. A instituição passou a contratar outros profissionais para coordenar e lecionar na então recém-criada Escola de Artes da FAAP, que já oferecia atividades de desenho, gravura, pintura, história da arte, música e ballet, para crianças e adultos (MATTAR, 2010). Este legado deixado pela rápida relação entre as duas instituições deu origem aos primeiros cursos da escola e da faculdade da fundação.

Com a experiência de expor a coleção de Chateaubriand, Annie decidiu investir na ampliação do acervo da FAAP. Em julho de 1960, ainda com acervo reduzido, a presidente da fundação criou o Museu de Arte Brasileira, cuja direção ficou sob a responsabilidade do casal Lucia e Roberto Pinto de Souza (MATTAR, 2010).

O museu é aberto ao público em agosto do ano seguinte, com a exposição “Barroco no Brasil” (1961) organizada por Lourival Gomes Machado e Lucia Pinto de Souza, inaugurada na presença de Jânio Quadros, presidente da República à época. Noventa e seis mil visitantes passaram pela mostra (MATTAR, 2010), que puderam apreciar, dentre as obras algumas réplicas dos Profetas de Aleijadinho. A importância desta exposição para o MAB-FAAP ainda pode ser percebida pela presença destas réplicas no salão principal do museu.

Conforme nota publicada no jornal O Estado de S. Paulo em 8 de maio de 1966, o MAB-FAAP instituiu o 1º Museu do Traje Brasileiro, cuja principal atribuição seria formar, salvaguardar e comunicar por meio de exposições uma coleção de vestuário (ESTADO, 1966). Segundo aponta a nota, Lourdes Milliet e Darcy Penteadó ficaram responsáveis por organizar este setor da instituição, sendo que este último tinha a incumbência de visitar instituições museológicas do gênero no exterior, sobretudo na Europa e nos Estados Unidos, a fim de divulgar o projeto desta nova instituição e começar o processo de coleta de informações e acervo, que posteriormente seria exposto em caráter permanente (ESTADO, 1966). A nota divulga ainda a solicitação da instituição, que buscava doações de peças de indumentária, acessórios, como chapéus, sapatos, joias e trajes folclóricos.

A articulação promovida pelo MAB-FAAP antecede as ações de criação de uma coleção específica de moda por Pietro Maria Bardi no MASP durante os anos 1970 e 1980. Contudo, o pioneirismo do MAB-FAAP parece não ter conseguido prosperar, uma vez que não foram encontrados registros relacionado às viagens de Darcy Penteadó ao exterior ou de contato com instituições museológicas estrangeiras, tampouco relatos ou documentos de alguma atividade ou peça de vestuário que tenha sido incorporada ao acervo da instituição.

Durante as décadas de 1970 e 1980, o interesse do MAB-FAAP pela moda permaneceu adormecido, até que em 1989 o museu sediou a sua primeira exposição “80 modelos de Lacroix”, dedicada à obra do costureiro francês Christian Lacroix, que gozava de bastante destaque internacional naquele período. A partir desta exposição, já é possível identificar um padrão do perfil das exposições que são apresentadas no espaço do museu: produções extra-institucionais, sobre temáticas estrangeiras e concebidas majoritariamente fora do país. O gráfico 11 ilustra a relação das categorias das exposições de moda realizadas no MAB-FAAP (Gráfico 10).

Gráfico 11 - Porcentagem de exposições de moda por categoria realizadas no MAB-FAAP, no período de 1980-2018.

Porcentagem de exposições de moda por categoria no MAB-FAAP



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 11 mostra que, aproximadamente dois terços das exposições de moda realizadas no MAB-FAAP, tratam de temas, marcas, criadores ou personalidades estrangeiras; enquanto menos de um terço refere-se às exposições relacionadas à moda brasileira. Isto indica que há um interesse do museu em estabelecer-se como um espaço internacionalizado.

Outro fato relevante ressaltado pelo gráfico, está relacionado às exposições de trabalhos de alunos. Sendo o MAB-FAAP uma instituição museológica vinculada à uma instituição de ensino, esperava-se um número maior de exposições que apresentassem obras concebidas pelos alunos da faculdade. O museu realiza anualmente exposições dedicadas aos trabalhos universitários dos cursos de artes visuais da fundação, no entanto, os cursos de moda parecem não gozar do mesmo prestígio, uma vez que durante todo o período estudado, apenas a exposição “Percurso 2006 - Pós-Graduação/Direção de Criação em Moda” (2006), realizada simultaneamente à exposição “Gran Sera: moda italiana - 1950-1990”, apresentou obras de alunos.

Após a primeira exposição de Lacroix, em 1989, não foram realizadas exposições de moda até meados da década de 1990, o que indicaria que a exposição do costureiro francês teria sido algo pontual, fadado ao esquecimento assim como o 1º Museu do Traje Brasileiro. O ano de 1994 guardou alguns acontecimentos

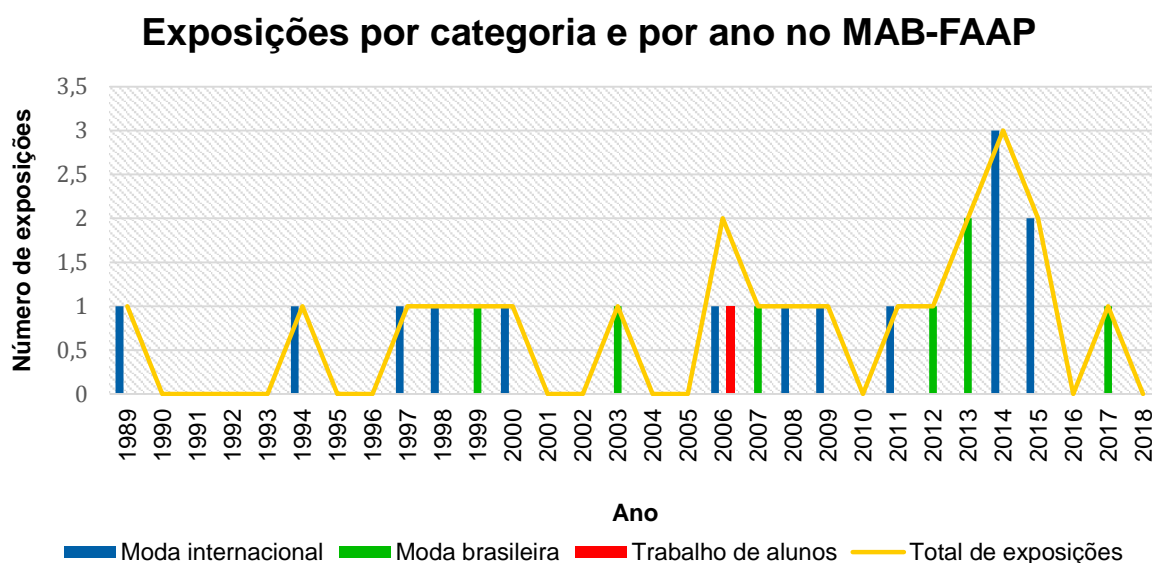
interessantes, como a realização da exposição de Pierre Cardin e a mudança na diretoria do museu.

A mostra “Pierre Cardin: passado, presente e futuro” (1994) dedicada ao francês, apresentou ao público brasileiro as criações do costureiro de vanguarda. Na ocasião de abertura da exposição, ocorreu um desfile de peças de Cardin nas escadarias centrais do prédio do museu. O acontecimento inaugurou uma prática frequente na instituição: os desfiles de moda. Depois de Cardin, Oscar de la Renta, visitou o Brasil em 1995 e apresentou suas criações nos espaços do museu. Em 1997, foi a vez de Christian Lacroix realizar o desfile das suas criações durante o vernissage de sua segunda exposição na instituição “Da inspiração à criação, Christian Lacroix”. Depois disso, a instituição sediou diversos desfiles de estilistas brasileiros: Glória Coelho, Reinaldo Lourenço, Faúse Hatem, Conrado Segreto, Alexandre Herchcovitch e Pedro Lourenço (POLLINI, 2012).

Segundo aponta Denise Mattar (2012), os desfiles de criadores de moda brasileiros e estrangeiros são utilizados como forma de estreitar os laços da instituição com o campo da criação e da indústria da moda, mas também realçar a imagem da fundação e dos seus cursos. Os desfiles, bem como as exposições, são mais uma oportunidade para que haja, conforme propuseram Bourdieu e Delsaut (2004), uma troca simbólica entre a instituição e o estilista. Em outras palavras, os desfiles e as exposições são momentos bastante oportunos para a instituição compartilhar o prestígio de um criador de renome nacional ou internacional, que reverbera tanto no prestígio do museu quanto da faculdade e de seus cursos.

Outro acontecimento importante é a mudança na diretoria do museu. Em junho de 1994, Maria Izabel Branco Ribeiro assumiu o cargo de diretora do MAB-FAAP promovendo algumas transformações estruturais no museu, como a ampliação das atividades de catalogação e conservação do acervo e o desenvolvimento de uma política de aquisições (MATTAR, 2010). Coincidentemente ou não, é durante a gestão de Maria Izabel (1994-2016), que a maior parte das exposições de moda são realizadas, como mostra o gráfico 12:

Gráfico 12 - Número de exposições de moda por categoria, por ano, realizadas no MAB-FAAP, no período de 1980-2018.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Por mais que o gráfico 12 aponte para o aumento das exposições durante a gestão de Maria Izabel, sobretudo a partir de meados dos anos 2000, não é possível afirmar categoricamente que, a diretora do museu tenha interferido na concepção de exposições de moda no MAB-FAAP. Em entrevista concedida a André da Costa Ramos Garcia e Maria Claudia Bonadio (2015), Maria Izabel deixa transparecer que não há um interesse pessoal na moda e em exposições relacionadas ao tema. Na mesma entrevista, a diretora do museu indica que a sua entrada na gestão do museu ocorreu simultaneamente à expansão dos cursos da fundação, o que explicaria o interesse da instituição em promover eventos e exposições a eles relacionados (GARCIA; BONADIO, 2015).

Maria Izabel expôs, nesta entrevista, a dinâmica do sistema de realização de exposições no MAB-FAAP, visto que grande parte das mostras apresentadas na instituição é concebida por outras instituições ou profissionais externos. O museu recebe e avalia a pertinência e a viabilidade de execução, como custos e possibilidades de patrocínio. Seguindo as diretrizes e interesses do museu, a diretoria escolhe os projetos mesmo que a instituição não seja integralmente responsável pela produção da exposição.

Quando perguntada sobre a existência de um mercado internacional de exposições, Maria Izabel confirmou que há de fato uma rede mundial de trocas de

projetos expositivos (GARCIA; BONADIO, 2015), do qual o MAB-FAAP também participa. Ou seja, o museu recebe muitas mostras vindas de fora do país, concebidas ou adaptadas para o espaço da instituição, fato que explicaria o grande volume de exposições dedicadas à moda internacional como mencionado anteriormente. Em alguns casos, porém, a equipe também articulou e concebeu exposições de temática internacional, tal como “Papiers à la Mode” (2008), com curadoria da própria Maria Izabel; e “Christian Lacroix - Trajes de Cena” (2009), cujo projeto de concepção se iniciou com o contato feito pela equipe do museu ao Centre Nationale du Costume de Scène na França.

O MAB-FAAP tornou-se reconhecido por suas exposições de moda internacionais, apoiadas por empresas e órgãos consulares de países estrangeiros. A realização de exposições de padrão internacional, sem dúvida atraíram outros projetos expositivos de perfis semelhantes, o que colabora para a construção de uma imagem sofisticada e elitizada do museu. Sendo assim, as exposições de moda deram maior visibilidade para a instituição, aumentaram o número de visitantes e, de certa forma, deram credibilidade e prestígio ao museu.

Em 2016, paralelamente à saída de Maria Izabel da diretoria do MAB-FAAP, cargo que ocupou por mais de vinte anos, o número de exposições de moda realizadas no museu cai abruptamente. A instabilidade político-econômica vivenciada no país, pode ter influenciado a mudança na política de exposições do museu, que desde então realizou apenas uma mostra dedicada ao tema “Moda no MAB: Uma nova coleção no acervo” (2017), concebida e produzida pela equipe do museu com acervo próprio, formado por doações de estilistas brasileiros, como Jum Nakao, André Lima e Fause Hatén.

Contudo, ainda que não seja um museu dedicado especificamente à moda, é preciso ressaltar que o MAB-FAAP é a instituição museológica que mais sediou exposições de moda na cidade de São Paulo (Gráfico 10). As mais de vinte exposições realizadas no museu possibilitaram o contato do público com temas e obras pouco conhecidos e discutidos no país; as narrativas curatoriais e os projetos expográficos contribuíram para a difusão de modelos e práticas expositivas contemporâneas de padrão internacional. O histórico do MAB-FAAP comprova a sua relevância para a promoção das práticas curatoriais de moda na capital paulista e no país, bem como para a difusão da cultura de moda no âmbito nacional.

4.4. EXPOSIÇÕES EM INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS

Tabela 7 - Exposições de moda em instituições educacionais, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

Exposição	Ano	Local
O Vestir em São Paulo pela Lente de Um Só Coração	2004	Centro de Design e Moda - Universidade Anhembi Morumbi
Barbie na Moda – Do Egito Antigo ao Séc. XXI	2005	Senac Lapa Faustolo
Roupas de Bethy Lagardère	2005	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro
O Brasil na Ponta do Lápis - Alceu Penna, modas e figurinos	2007	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro
A influência Japonesa na Moda Brasileira	2008	Senac Lapa Faustolo
Empreendedorismo na Moda	2011	Espaço Eugène Villien - Faculdade Santa Marcelina
Expo + Palestra Simone Nunes	2011	Senac Lapa Faustolo
Expo + Palestra Retrospectiva Walter Rodrigues Anos 90	2011	Senac Lapa Faustolo
Expo + Palestra Casa de Criadores	2011	Senac Lapa Faustolo
Expo + Palestra Neon Dudu Bertholini	2012	Senac Lapa Faustolo
Cápsula do Tempo: identidade e ruptura no vestir de Ney Matogrosso	2012	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro
Expo + Palestra Fause Hatén - A busca do risco	2013	Senac Lapa Faustolo
Expo + Palestra Rodrigo Rosner	2013	Senac Lapa Faustolo
Revisitando Walter Rodrigues	2014	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro
Exposição Fórum FASM	2015	Espaço Eugène Villien - Faculdade Santa Marcelina
Expo + Palestra Arquivo Urbano: 100 anos de Fotografia e Moda no Brasil	2015	Senac Lapa Faustolo
Mario Queiroz - 20 anos de ruptura na moda masculina	2015	Senac Lapa Faustolo
40 anos de Gloria - Acervo de Moda Senac	2015	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro
O Homem Brasileiro – 2015	2015	Senac Lapa Faustolo

2ª MostraModa FASM	2016	Espaço Eugène Villien - Faculdade Santa Marcelina
Memória da Moda	2016	Senac Lapa Faustolo
Iódice – 30 anos	2017	Espaço Eugène Villien - Faculdade Santa Marcelina
Grand Circo SBT	2017	Senac Lapa Faustolo
Ugo Castellana - costurando memórias	2017	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro
José Gayegos – 50 anos de moda	2017	Senac Lapa Faustolo
Modateca Senac 25 anos	2018	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro

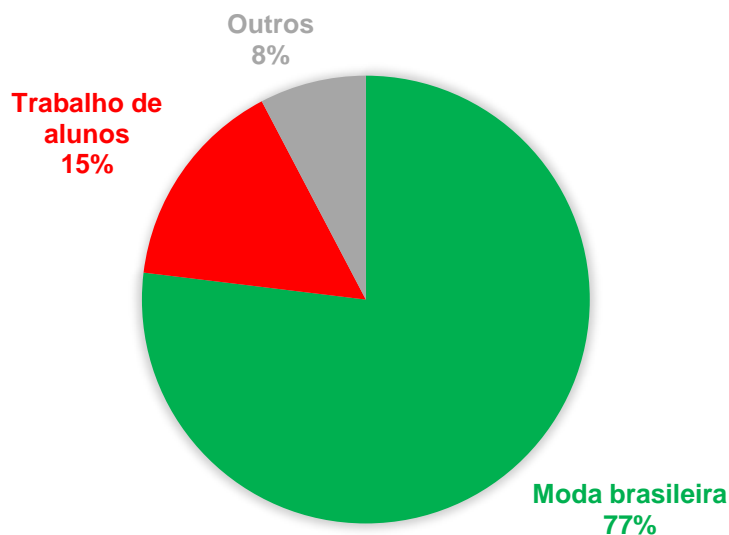
Fonte: Elaborada pelo autor.

As exposições de moda em instituições educacionais representam 12% do total de exposições mapeadas (Tabela 1). Este número poderia ser ainda maior, pois as mostras realizadas pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo e pela Faculdade Armando Álvares Penteado, foram consideradas exposições realizadas em espaços museológicos a eles vinculados: o MuBA (Museu Belas Artes de São Paulo) e o MAB-FAAP (Museu de Arte Brasileira da FAAP), respectivamente.

As exposições realizadas em instituições de ensino, geralmente têm expografia modesta, aproveitando materiais e suportes preexistentes disponíveis, como manequins e painéis; são realizadas em ambientes multiuso, bibliotecas ou espaços internos ociosos. Estes aspectos indicam que, há um escasso recurso financeiro tanto por parte das instituições educacionais quanto de eventuais patrocinadores para a realização dessas exposições.

Gráfico 13 - Porcentagem de exposições de moda por categoria em instituições educacionais, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

Porcentagem de exposições de moda por categoria em instituições educacionais



Fonte: Elaborado pelo autor.

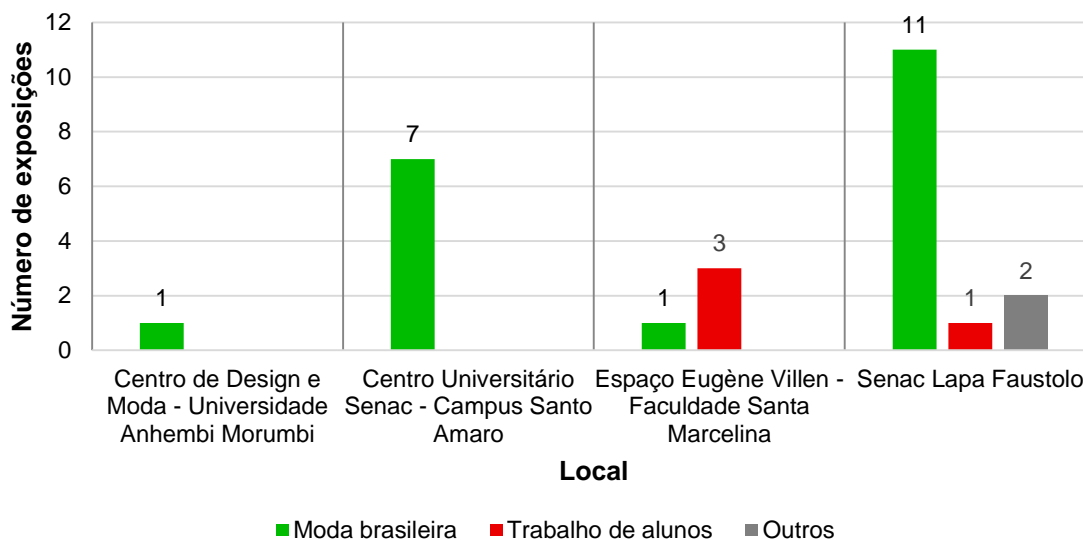
Analisando os dados obtidos pelo mapeamento (Tabela 2), observa-se que as instituições educacionais dedicaram-se principalmente às exposições relacionadas à moda brasileira, pois foram contabilizadas vinte exposições dedicadas à categoria, compreendendo 77% do total de exposições apresentadas nos quatro locais mapeados: Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro, Centro de Design e Moda – Universidade Anhembi Morumbi, Espaço Eugène Villen Faculdade Santa Marcelina e Senac Lapa Faustolo (Gráfico 13).

O desenvolvimento de mostras de temática brasileira em espaços de ensino está intrinsecamente associado às pesquisas no campo acadêmico, como trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses, bem como trabalhos de alunos desenvolvidos durante cursos livres e superiores.

O fato da maioria das exposições realizadas nestes locais tratarem de criadores, marcas e personalidades da moda nacional, como mostra a tabela 7, está relacionado ao interesse das instituições educacionais em profissionalizar o campo da moda no país. Apresentar a obra e o percurso de nomes importantes, além de complementar a formação dos alunos, serve como comprovação da existência e da necessidade de uma formação específica para interessados em atuar nesta área.

Gráfico 14 - Quantidade e categoria de exposições de moda em instituições educacionais, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.

Número de exposições por local e categoria em instituições educacionais



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme indica o gráfico 14, a unidade Lapa Faustolo da rede Senac destaca-se, sendo responsável por mais da metade das exposições realizadas em instituições educacionais (14). Se somados os números do Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro e do Senac Lapa Faustolo, ambos serão responsáveis pela realização de 21 exposições, o que representa mais de 80% do total de exposições em instituições de ensino, sendo dezoito dedicadas à temática nacional (Gráfico 14). Ressalta-se o perfil didático das exposições apresentadas pela rede Senac, já que em diversas ocasiões foram promovidas palestras com os criadores das obras expostas e profissionais do campo da moda durante os vernissages.

O pequeno número de exposições de trabalhos de alunos (4) é outro aspecto ilustrado pelo gráfico 14, que rompe com a expectativa. Entretanto, é preciso ressaltar a falta de divulgação e a dificuldade de acesso ao espaço por razões burocráticas (entrada na universidade, necessidade de depositar seus pertences em guarda-volumes sem aviso prévio e horários restritivos), fazendo com que parte dessas exposições permaneçam circunscritas à comunidade acadêmica local.

Por outro lado, há também por parte das escolas e universidades, o interesse em promover seus cursos, talvez por isso, as instituições passaram a apresentar

exposições em locais externos, como: shoppings, centros comerciais e espaços com grande fluxo de pessoas, explorando o caráter publicitário das exposições.

É preciso ressaltar que as exposições contribuíram para que as instituições educacionais percebessem a importância de manter espaços para a apresentação e salvaguarda de acervos dedicados à moda. Modatecas e museus vinculados a faculdades ganharam mais visibilidade e relevância para além do espaço acadêmico, atraindo público externo e contribuindo para a comunicação de acervos ainda pouco conhecidos.

4.5. EXPOSIÇÕES EM SHOPPING CENTERS E LOJAS

Tabela 8 - Algumas das exposições de moda realizadas em shopping centers citadas no texto.

Exposição	Ano	Local
Talentos Senac	2009	Shopping Market Place
Huis Clos - Entre Quatro Paredes	2010	Shopping Cidade Jardim
Pierre Cardin: criando moda revolucionando costumes - 60 anos de moda, arte e design	2011	Shopping Iguatemi São Paulo
A Evolução das Bolsas e acessórios femininos	2012	Shopping Frei Caneca
Exposição Senac Corset	2012	Shopping Market Place
A moda marca gol	2014	Shopping Frei Caneca
Evita: Figura, mulher e mito	2014	MorumbiShopping
Gucci Museo: Forever Now	2014	Shopping JK Iguatemi
Casa de Criadores - 20 anos	2017	Shopping Eldorado
100 X Vogue – a moda contada a partir de capas inesquecíveis dos 42 anos da revista no Brasil	2017	Shopping Cidade Jardim
Comunidade Ecofashion	2017	Conjunto Nacional
Leather Forever – uma exposição sobre o couro da Hermès	2018	Shopping Iguatemi São Paulo

Fonte: Elaborada pelo autor.

Segundo a definição da ABRASCE (Associação Brasileira de Shopping Centers), shopping center é um

Centro comercial formado por um grupo de estabelecimentos de comércio essencialmente varejistas, planejado e desenvolvido como uma única propriedade e gerido de forma centralizada. Possui área bruta locável (ABL) superior a 5.000 metros quadrados, pratica aluguel fixo e/ou percentual e dispõe de vagas de estacionamento compatível com sua área de vendas.

O modelo comercial dos shopping centers tem sua origem na década de 1950 nos Estados Unidos e embora tenha contribuído significativamente para as transformações na relação espaço-tempo nos grandes centros urbanos, seu surgimento está relacionado às formas de comércio anteriores, tais como as passagens, as galerias e lojas de departamentos europeias (BRANCO et. al, 2007).

Desde meados do século XIX, as lojas de departamento promoveram diversas inovações que as diferenciavam das lojas especializadas de passagens e galerias: das vitrinas elaboradas e espaços internos refinados, aos diversos produtos e serviços disponibilizados pelos empreendimentos. Começaram a interiorizar a prática da *flânerie*, antes realizada pelas ruas centrais da cidade e assim, estabeleceram um novo modelo de espaço de consumo moderno, promovendo importantes transformações relativas às práticas de comércio, consumo e sociabilidade nas cidades que experimentavam a aceleração da industrialização e urbanização.

Em meados do século XX, o crescimento das grandes cidades, a ampliação dos serviços de transportes urbanos e a gradual popularização dos automóveis, fez com que grande parte da população se afastasse das zonas centrais de comércio (BRANCO et al., 2007). Percebendo essa transformação geográfica de ocupação das cidades, surgiu o conceito de shopping center, que aperfeiçoa o modelo introduzido pelas lojas de departamentos, explorando novos formatos arquitetônicos e ferramentas de marketing mais adequados às demandas do mundo contemporâneo.

Empreendimentos hermeticamente fechados, localizados em regiões de grande potencial de desenvolvimento econômico vinculados principalmente à classe média e alta, os shopping centers reúnem diversas lojas em um único espaço. Oferecem ambientes de decoração agradável e sem oscilações climáticas, protegidos das intempéries e da rotina urbana caótica (insegurança, ruídos, trânsito, etc.) e dispõem, sobretudo, de amplas áreas de estacionamento e alimentação. Segundo

sintetiza Heitor Frúgoli Jr., no interior desses empreendimentos “não há chuvas, nem calor excessivo, nem becos escuros ou ruas esburacadas” (1992, p. 77); ou seja, os shoppings garantem segurança e tranquilidade para os seus clientes e familiares (incluindo seu veículo) durante o período de compras, sem perderem a variedade de produtos, marcas e serviços que atendem todas as faixas etárias.

Frúgoli Jr. observa que, os shoppings não apenas modificam o sistema de fruição do comércio, como também recriam a ideia de cidade em sua arquitetura. As minicidades ou “cidades em miniatura”, como denomina o autor, os shopping centers reproduzem espaços urbanos em seu interior, como “[...] praças, calçadas, bulevares, alameda de serviços, agrupamentos de loja etc., dentro de uma nova escala e concepção” (FRÚGOLI JR., 1992, p. 77).

No Brasil, os primeiros shopping centers instalam-se nas capitais do Rio de Janeiro e São Paulo, em meados da década 1960. Há uma discordância quanto ao primeiro shopping center do Brasil, uma vez que o Shopping Center Iguatemi São Paulo, inaugurado em 1966, é tido oficialmente como o primeiro empreendimento do tipo, embora, segundo afirma Luiz André G. M. Soares (2000), o Shopping Center do Méier no Rio de Janeiro tenha sido construído em 1965.

Segundo aponta Raquel Rolnik (2003), a construção de shoppings em regiões não-comerciais, contribuíram também para o desenvolvimento urbano e melhoria na infraestrutura urbana do seu entorno, tal como o Shopping Center Iguatemi São Paulo, que após sua inauguração estimulou, nos anos seguintes, a construção da avenida Brigadeiro Faria Lima, na região do Itaim Bibi, zona oeste do município, que se consolidou como um importante centro comercial e financeiro da capital paulista.

Na década de 1970, a cidade de São Paulo já contava com três shoppings: o Iguatemi São Paulo, o Shopping Continental, inaugurado em 1975 também na zona oeste de São Paulo; e o Shopping Ibirapuera, aberto em 1976 na zona sul. Na década seguinte, o setor de shopping centers ganhou força em várias capitais do país; foram inaugurados novos empreendimentos em diversos estados. No mesmo período, alguns empreendimentos também foram inaugurados na cidade de São Paulo, como o MorumbiShopping (1982), na zona sul; e o Center Norte (1984), o primeiro shopping da região norte da cidade, localizado ao lado da Marginal Tietê e próximo ao recém-inaugurado Terminal Rodoviário Governador Carvalho Pinto, popularmente conhecido como Rodoviária do Tietê.

Luiz André G. M. Soares (2000) aponta que, a partir da década de 1980, com o surgimento de novos estilos de vida que valorizavam o bem-estar, o modelo asséptico dos shoppings inicia um gradual processo de transformação. Na tentativa de evitar um esvaziamento, estes empreendimentos comerciais buscaram alternativas para oferecerem uma experiência de compra de melhor qualidade para os seus consumidores. Diante disso, a arquitetura interna dos shoppings passou por reformulações; foram criados átrios e jardins a fim de oferecer momentos de respiro próximo à natureza (ainda que sintética), investiram no conforto das praças de alimentação e ampliaram as áreas de lazer e recreação, com o acréscimo de mais salas cinemas, teatros e atividades infantis (SOARES, 2000).

Neste cenário, segundo Frúgoli Jr. (1992), o anseio pelo lazer se sobrepõe à necessidade de consumo do público dos shoppings e assim estabelece uma nova dinâmica de uso dos espaços, que busca relações de sociabilidade, ainda que temporárias. Conforme nota o autor, os jovens são os principais atores dessa dinâmica, que tornaram os shoppings locais de “[...] encontros, paqueras, ‘derivadas’, ócio, exibição, tédio, passeio, consumo simbólico” (FRÚGOLI JR., 1992, p. 78).

A interiorização do espaço de sociabilidade das cidades, fez com que os shoppings investissem em mais atividades de lazer; pista de patinação, montanha russa, parques de diversão, fliperamas e ações promocionais em parceria com canais de televisão e programas infantis foram alguns dos atrativos oferecidos por shoppings a fim de cativar a nova geração de consumidores. Contudo, a ideia de finalidade lúdica estaria substituindo o propósito comercial dos shoppings é artificial, uma vez que o investimento no setor de lazer e recreação é na verdade um “[...] atrativo para o consumo de mercadorias e serviços, para garantir a permanência prolongada e gerar ‘tráfego’ nos corredores, mas nunca com um fim em si mesmo” (FRÚGOLI JR, 1992, p. 78).

As exposições de moda fazem parte desta transformação, já que produzem uma atmosfera mais agradável e cultural no espaço tradicionalmente hermético e enfadonho dos shopping centers. De certa forma, elas contribuem com as vendas dos lojistas, pois despertam o desejo de compra, propiciam momentos de descanso e relaxamento, prolongando inconscientemente a permanência dos consumidores.

Ao todo foram mapeadas 23 exposições (Tabela 1), o que representa 10% do total de exposições mapeadas. Dentre estas, é possível identificar gêneros distintos

de exposições, não apenas relacionado à categoria, mas principalmente a respeito da sua grandeza e finalidade.

Pequenas exposições ocuparam corredores secundários, apresentaram réplicas e fotografias de peças em estruturas modestas, como “Evita: Figura, mulher e mito” (2014) realizada e promovida pelo MorumbiShopping; “Comunidade Ecofashion” (2017) promovida pelo Movimento Ecoera no Conjunto Nacional; e “Casa de Criadores - 20 anos” (2017) (Figura 11), promovida pela semana de moda Casa de Criadores no Shopping Eldorado.

Por outro lado, exposições grandiosas ocuparam shoppings reconhecidos como de alto padrão, contaram com projetos expográficos elaborados e vasto número de peças, tais como “Pierre Cardin: criando moda revolucionando costumes - 60 anos de moda, arte e design” (2011) e “Leather Forever – uma exposição sobre o couro da Hermès” (2018), ambas realizadas no Shopping Iguatemi São Paulo; e “Gucci Museo: Forever Now” (2014) (Figura 12), promovida pela marca de artigos de luxo italiana Gucci e realizada no Shopping JK Iguatemi.

As duas últimas exposições mencionadas apresentaram peças de seus acervos institucionais em expografias cenográficas fundamentadas nos princípios do *visual merchandising*. Esse é um padrão que se estabeleceu principalmente nas exposições realizadas por marcas de luxo internacionais, que promoveram mostras autobiográficas com o propósito de reforçar o fetiche que envolve seus produtos e, conseqüentemente, manter e expandir o prestígio atribuído à marca.

Figura 11 - Registro fotográfico da exposição “Casa de Criadores - 20 anos” (2017), promovida pela Casa de Criadores e realizada no Shopping Eldorado.



Fonte: <https://www.facebook.com/casadecriadores/photos/a.1474766115891901/1474767659225080/?type=3&theater>. Acesso em: 20 jul 2019.

Figura 12 - Registro fotográfico da exposição “Gucci Museo: Forever Now” (2014), promovida pela Gucci e realizada no Shopping JK Iguatemi.



Fonte: <https://cdn.luxuo.com/2014/06/Gucci-gowns.jpg>. Acesso em: 20 jul 2019.

Nestes casos existe uma vontade clara das marcas em proporcionar uma experiência diferenciada, que envolve tanto aspectos materiais quanto imateriais; do contato com o produto num ambiente “neutro” fora da loja, aproximação do visitante com a história e o *savoir-faire* da grife. Sendo assim, a exposição serve mais como meio de comunicação e marketing da marca, pois viabiliza o encontro do público-cliente com o produto num espaço idealizado e controlado pela empresa (MARCHETTI, 2017). Nestas ocasiões é comum encontrar pessoas vestidas com produtos da marca numa clara tentativa de inserir-se em seu nicho de clientes compartilhando do seu prestígio.

A escolha do lugar para abrigar a exposição torna-se fundamental para o seu sucesso. Shoppings de alto padrão, como os shoppings Iguatemi São Paulo, JK Iguatemi e Cidade Jardim (localizados em áreas nobres da cidade de São Paulo), dispõem de público selecionado e atmosfera desejada para a realização das exposições “grifadas”.

Embora tenha se difundido a ideia de que os shopping centers são espaços públicos de acesso gratuito e livre circulação de pessoas, estes locais ainda são espaços privados regidos por interesses mercadológicos (PADILHA, 2006). Os frequentadores de shoppings podem não perceber, mas existem mecanismos

autorregulados de seleção de público, nem sempre tão imperceptíveis quanto se imagina (UNDERHILL, 2004).

Talvez por isso, como mostra o gráfico 15, as exposições internacionais concentrem-se principalmente nos shoppings do Grupo Iguatemi (Iguatemi São Paulo, JK Iguatemi, Pátio Higienópolis, Market Place, entre outros empreendimentos espalhados pelo país), que além de oferecerem as qualidades já mencionadas, contam também com certo prestígio tanto no âmbito do comércio de luxo, quanto no âmbito artístico, patrocinando museus e eventos dedicados às artes e realizando doações de obras à museus brasileiros³⁵.

Gráfico 15 - Quantidade e categoria de exposições de moda em shoppings, no período de 1980-2018, na cidade de S. Paulo.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir do gráfico 15 é possível identificar relação entre os locais e as categorias das exposições. Apenas dois shoppings abrigaram exposições de trabalhos de alunos no período estudado: o shopping Market Place, localizado na zona

³⁵ Segundo seu site institucional (IGUATEMI, s.d.) o Grupo Iguatemi desenvolve algumas ações socioculturais, tais como patrocinar a Pinacoteca de São Paulo e o MASP e apoiar a realização da SP-Arte, feira internacional de arte, na qual a rede de shoppings adquire obras de galerias e doa-as para instituições museológicas como o MAC-USP (Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo), MAM-SP e a Pinacoteca de São Paulo por meio do Programa de Doações promovido pelo evento desde 2008 (SP-ARTE, s.d.).

sul da cidade, apresentou “Talentos Senac” (2009) e “Exposição Senac Corset” (2012), ambas promovidas pelo Centro Universitário Senac São Paulo; enquanto o shopping Frei Caneca, localizado na região central da capital paulista, abrigou as exposições “A Evolução das Bolsas e acessórios femininos” (2012), organizada pelo Senai M. Angelina V. A. Franceschini e Sinacouro e “A moda marca gol” (2014) (Figura 13), promovida pela Faculdade Santa Marcelina. Isto pode estar relacionado com as afinidades e a proximidade geográfica destes empreendimentos com as instituições de ensino promotoras das mostras.

Figura 13 - Registro fotográfico da exposição “A moda marca gol” (2014).



Fonte: https://catracalivre.com.br/wp-content/uploads/sites/5/2014/06/imagem_release_231392-1.jpg. Acesso em: 20 jul 2019.

Por outro lado, cinco shoppings sediaram exposições da categoria moda brasileira, com destaque para as exposições “Huis Clos - Entre Quatro Paredes” (2010) e “100 X Vogue – a moda contada a partir de capas inesquecíveis dos 42 anos da revista no Brasil” (2017), ambas realizadas no shopping Cidade Jardim, empreendimento de alto padrão que abriga lojas de luxo internacionais e conhecido pelo acesso limitado, uma vez que o empreendimento não conta com entrada social para pedestres.

Sediar uma exposição de moda não é exatamente uma ação desinteressada por parte dos Shoppings. Segundo aponta Paco Underhill “[...] há sempre um lucro em potencial embutido nessa disposição aparentemente tão singela de sediar os mais

variados eventos [...]” (2004, p. 48), seja a fim de trocar prestígio ou de beneficiar-se da mídia produzida pela exposição.

Tabela 9 - Algumas das exposições de moda realizadas em lojas citadas no texto.

Exposição	Ano	Local
Vivienne Westwood Multimídia	2008	Galeria Melissa
Vivienne Westwood Shoes – 1973-2006	2008	SPFW/Centro Cultural Britânico
New Balance 1906	2011	Loja 284
40 Anos de Gloria Coelho	2014	Casa Electrolux

Fonte: Elaborada pelo autor.

Ao todo foram registradas 9 exposições de moda apresentadas em lojas (Tabela 1), o que representa 4% do total mapeado. Oito lojas diferentes sediaram exposições, sendo que cinco estavam diretamente relacionadas ao campo da moda, pois comercializavam produtos de vestuário e/ou acessórios: Cartel 011, Galeria Melissa, Loja 284, Le Lis Blanc, Loja Santa Paciência. Os outros espaços eram a Casa Electrolux e a Livraria Cultura instalada no Conjunto Nacional da avenida Paulista, que por sua vez, sediou três exposições de trabalhos de alunos (Tabela 2).

De certa forma, as lojas quando realizam exposições de moda também almejam agregar prestígio, principalmente quando expõe marcas internacionais. A exposição “New Balance 1906” (2011) apresentou a historiografia da empresa americana de calçados esportivos na loja 284, marca lançada no final do ano de 2008, que aproveitou a credibilidade dos produtos exibidos para se afirmar perante o mercado e o seu público alvo.

Há também o caminho inverso, como a exposição “40 Anos de Gloria Coelho” (2014) realizada na Casa Electrolux³⁶, em que se observou a parceria de uma empresa internacional (Electrolux), em busca de afinidades com o mercado nacional e uma marca brasileira (Gloria Coelho), que pretendia receber um selo internacional de modernidade e tecnologia. Neste caso, há um vínculo duradouro, visto que além

³⁶ Localiza à Rua Colômbia, no bairro do Jardim América, a Casa Electrolux foi inaugurada em 2010 como uma loja-conceito da empresa de eletrodomésticos. Durante a sua permanência, o espaço sediou exposições de prestigiados criadores do design nacional, como Sérgio Rodrigues, Irmãos Campana e Zanini de Zanine. Sabe-se que as atividades do espaço foram encerradas, porém, não foram encontradas informações a respeito da data do seu fechamento.

da exposição, a estilista Gloria Coelho realizou um desfile de noivas no espaço em 2011, bem como a Electrolux patrocinou outros desfiles da marca de moda brasileira.

Exposições servem também como meio de publicidade para lançamentos de novos produtos, como é o caso da exposição “Vivienne Westwood Multimídia” (2008), realizada na Galeria Melissa, loja-conceito da marca Melissa inaugurada em 2005 na rua Oscar Freire, 827. A loja recebeu o nome de galeria com o intuito de mesclar as funções de espaço comercial e de espaço de exibição dos produtos. Caracterizada pela mudança sazonal de sua grande fachada, a loja sempre apresenta os últimos lançamentos da marca e tornou-se sinônimo de inovação de *visual merchandising*. Na ocasião da exposição, a marca brasileira de calçados feitos de plástico lançava a coleção desenhada em parceria com a estilista britânica Vivienne Westwood, e possivelmente a mostra serviu para apresentar ao público brasileiro o prestígio da estilista no contexto internacional. Simultaneamente, com apoio da marca Melissa, foi realizada a exposição “Vivienne Westwood Shoes - 1973-2006” (2008), exibida primeiramente durante o SPFW no prédio da Bienal de São Paulo e posteriormente aberta ao público no Centro Brasileiro Britânico.

5. PARA ALÉM DAS EXPOSIÇÕES

Quando se aborda o tema exposições de moda torna-se necessário comentar sobre a profissão, ou melhor, o ofício do curador – indivíduo responsável pela seleção, arranjo e toda a organização de um percurso dentro do espaço expositivo, de forma que a narrativa proposta seja compreendida pelo visitante. A partir deste fio condutor, são apresentadas algumas reflexões sobre megaexposições, a relevância do número de visitantes e sua relação com a popularidade das exposições de moda, e ainda uma análise crítica sobre catálogos de mostras dedicadas ao tema.

5.1. CURADORIA E CURADORES

A crítica e curadora de arte Aracy Amaral resume a complexidade que envolve a prática curatorial; são necessárias várias habilidades tanto teóricas quanto práticas, como pesquisa, reflexão, argumentação, senso crítico, desenvolvimento de narrativas visuais e sensibilidade estética. “Uma curadoria não é tarefa fácil de ser concebida” (AMARAL, 2019, s. p.).

Segundo Hans Ulrich Obrist (2014), a raiz etimológica do termo curadoria origina-se do grego *curare*, que significa cuidar, zelar, preservar. Durante a história, identificam-se diferentes usos e significados relacionados ao termo curadoria, tais como os *curatores* da Roma antiga, indivíduos responsáveis por supervisionar obras públicas; e a figura religiosa do *curatus*, que durante a Idade Média encarregava-se de cuidar das almas de uma paróquia. O termo *curar* com significado mais próximo ao entendido atualmente, segundo nota Obrist (2014), surge no final do século XVIII juntamente com a fundação dos museus, momento em que o curador passa a desempenhar o papel de cuidar do acervo destas instituições. A partir deste momento, inicia-se o gradual processo de fundamentação das práticas curatoriais “referenciais para o sistema de arte [...]” (REINALDIM, 2015, p. 21).

Hans U. Obrist ressalta que, a responsabilidade de organizar exposições “[...] passou a definir a prática [curatorial] contemporânea [...]” (2014, p. 39), ou seja, quando comparada às práticas clássicas, como o teatro e a poesia, a exposição é um fenômeno recente, que se sobressai às atividades relacionadas ao zelo, cuidado, estudo e reflexão das coleções, atribuições primordiais da curadoria (DIETZ, 2017).

A exposição tornou-se o lugar no qual se promove a “[..] mediação entre a singularidade das obras e poéticas artísticas e os diálogos que podem ser construídos a partir delas [...] e as novas possibilidades de significação decorrentes de uma análise em conjunto” (REINALDIM, 2015, p. 25). A efemeridade e a incompletude da narrativa de uma exposição são o resultado de seu estreito vínculo com o tempo ao qual pertencem, uma simbologia que permite a proliferação de sentidos e o contínuo exercício das práticas curatoriais (DIETZ, 2017).

Na atualidade, entretanto, os termos curador e curadoria foram utilizados para definir uma série de atividades, desde escolher músicas e músicos para *playlists* e selecionar comidas e vinhos até conceber a decoração de hotéis e empreendimentos comerciais de alto padrão (MORGAN, 2013). Este esgarçamento (REINALDIM, 2015) está relacionado, principalmente, com a equiparação da prática curatorial com a tarefa de escolha. Dorothea von Hantelmann (2011) destaca, que a liberdade de escolha se tornou um fardo para o indivíduo contemporâneo e a figura do curador tornou-se um mecanismo de fuga, de “terceirização”.

Curadores são profissionais do campo das escolhas e são especialistas em fazê-las significativas. Cada exposição curada é baseada em um número de escolhas que devem constituir algo coerente – para produzir, como uma exposição, mais do que a soma das partes. Esta é a diferença entre escolher e curar [...]: não ser apenas capaz de escolher, mas também saber como unir seus atos de escolha de modo a produzir sentido [...]” (HANTELMANN, 2011, p. 10-11, tradução nossa).

Identifica-se então, que o curador, como figura responsável pelo ato de curar, deve pensar, estudar, racionalizar, propor, produzir, relacionar, comunicar, organizar e expor os sentidos intrínsecos aos objetos. Reinaldim ressalta, “[...] o processo permanente de construir-se enquanto curador exige estudo, conhecimento, acúmulo de experiências, aprimoramento e alguma dose de autorreflexão, entre outras coisas” (2015, p. 19).

A figura do curador de exposições de arte, ainda que não recebesse este nome, começa a ganhar evidência a partir do final dos anos 1960 e início da década de 1970. Nomes como o do sueco Pontus Hultén, da americana Lucy Lippard e do suíço Harald Szeemann, apenas para citar alguns, conceberam exposições de vanguarda que transformaram o rumo das práticas expositivas.

As mostras organizadas por Szeemann são consideradas por muitos como marcos para a consolidação da figura do curador e do processo curatorial da arte contemporânea. A exposição “When Attitudes become Form”, apresentada na Kunsthalle Bern em 1969, trouxe novas perspectivas mais autorais, movimentando o campo da arte. O abalo produzido pela exposição de 1969, levou a demissão de Szeemann da Kunsthalle Bern e ao convite de organizar outro evento que seria tão ou mais marcante: a Documenta³⁷ 5 (1972). Na ocasião, Szeemann introduziu novas linguagens artísticas, como: instalações, performances e *happenings*, causando alvoroço entre críticos, artistas e diletantes das artes. O destaque foi, não somente a magnitude da exposição, mas principalmente a habilidade discursiva do seu organizador, que de acordo com alguns autores (OBRIST, 2014; REINALDIM, 2015), deu origem a um novo profissional do campo e mercado das artes: o curador de exposições.

Ainda no contexto internacional, foi neste mesmo período que se estabeleceram duas importantes personalidades para as práticas curatoriais de moda: Cecil Beaton e Diana Vreeland. Beaton era um fotógrafo, ilustrador, escritor e figurinista, que organizou a exposição “Fashion: An Anthology by Cecil Beaton” (1971) no Victoria and Albert Museum de Londres, ocasião na qual modificou a relação do museu britânico com a moda contemporânea, segundo afirmam Amy de la Haye e Judith Clark (2014).

Enquanto isso, do outro lado do Oceano Atlântico, a ex-editora de moda das revistas Harper’s Bazaar e Vogue americanas, Diana Vreeland³⁸ se tornou, em 1972, Consultora Especial [Special Consultant] do Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York, com a responsabilidade de produzir as exposições deste departamento. Durante o período em que ocupou o cargo até sua morte, no final dos anos 1980, Vreeland concebeu algumas exposições de grande impacto, tanto no público quanto na crítica, muito por conta da narrativa e apresentação de peças não historicista e o uso excessivo de estímulos sensoriais, como iluminação, fundo musical

³⁷ A Documenta é uma grande exposição internacional de arte contemporânea, que ocorre na cidade de Kassel (Alemanha) desde 1955, com periodicidade quinquenal.

³⁸ Parisiense radicada nos Estados Unidos, Diana Vreeland atuou como editora de moda na revista Harper’s Bazaar americana entre a década de 1930 e o início dos anos 1960. Tornou-se uma profissional conhecida e influente principalmente pelo seu olhar estético crítico e vanguardista enquanto editora-chefe da revista Vogue americana, cargo no qual permaneceu entre 1963 e 1971. Para saber mais, ver DIETZ, 2017.

e perfumes (DIETZ, 2017). Mesmo entre o sucesso e o fracasso, para muitos Diana Vreeland foi a precursora das práticas curatoriais de moda como se conhecem hoje.

No Brasil, durante o período da Ditadura Militar (1964-1985), alguns profissionais responsáveis pela produção de exposições de arte ganharam mais visibilidade internamente (REINALDIM, 2015). Walter Zanini, diretor do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo entre 1963 e 1978 e diretor artístico das 16^{a.} e 17^{a.} Bienais de São Paulo (1981 e 1983), foi um dos principais nomes da cena artística paulista, enquanto na capital carioca o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro ganhava relevância, sobretudo por conta das atuações de Frederico Morais e Roberto Pontual, coordenadores de cursos e de exposições da instituição, respectivamente (REINALDIM, 2015).

A experiência ou o aprender na prática, define bem como se deu a formação dos profissionais que atuam como curadores de exposições de arte no país. Como aponta Reinaldim, muitos aprenderam o ofício “[...] na medida em que foram desenvolvendo suas ações: assumiram cargos institucionais, organizaram exposições temporárias, supervisionaram projetos [...]” (2015, p. 26), uma vez que, até a segunda década dos anos 2000, existiam apenas poucas disciplinas em cursos de graduação, todas vinculadas às artes plásticas e alguns cursos livres oferecidos por instituições educacionais e museológicas.

Cabe ressaltar, ainda que embora alguns tenham frequentado cursos no exterior e possuam conhecimentos multidisciplinares, a formação dos curadores brasileiros se deu majoritariamente pelo viés das artes plásticas, com ênfase no estudo da história e da crítica de arte. Este fato se reflete nas exposições de moda uma vez que muitos dos profissionais responsáveis pela curadoria têm profissões diversas; são professores universitários, artistas, museólogos, historiadores, jornalistas e outros, que exercem a função de curador de forma esporádica em projetos específicos. O mapeamento das exposições de moda ocorridas na cidade de São Paulo no período entre 1980 e 2018, possibilita afirmar que profissionais de diversas áreas também atuaram como curadores de exposições de moda.

Glaucia Amaral Rodrigues é o primeiro nome que desponta quando se trata de exposições de moda. A artista teve uma produção expositiva bastante profícua durante os 1990, realizando a curadoria das mostras “Roupas Bordadas” (1986), “Modos da Moda” (1992), “Labirinto da Moda: uma Aventura Infantil” (1996) e “Fantasia Brasileira: O Balé do IV Centenário” (1998). Depois desse período, Glaucia

parece ter se dedicado à outras produções e a outros interesses pessoais; seu pioneirismo, contudo, não deve ser esquecido.

Profissionais do campo da moda também se aventuraram em curadorias de exposições. Bob Wolfenson e Fernando Laszlo, ambos fotógrafos, assinaram algumas exposições dedicadas à fotografia de moda e colegas de profissão, enquanto o carnavalesco Milton Cunha, realizou a curadoria da exposição “Cápsula do Tempo: identidade e ruptura no vestir de Ney Matogrosso” (2012). Estilistas também atuaram em exposições de moda, como Ronaldo Fraga, que realizou a curadoria de “Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga” (2011), uma exposição autobiográfica. O estilista Dudu Bertholini realizou a curadoria de algumas exposições: “A Chita na Moda” (2005), “Renda-se” (2015) e em parceria com Manon de Salles Ferreira organizou a exposição “Expo + Palestra Neon” (2012), que apresentou criações da Neon, marca de Bertholini em sociedade com Rita Comparato.

Docentes e pesquisadores universitários foram responsáveis por parte das exposições de moda na cidade de São Paulo. Grande parte do material exibido nestas produções foi resultado de dissertações e teses, projetos de pesquisa e trabalhos desenvolvidos em sala de aula, que encontraram no formato “exposição” um meio de divulgação das pesquisas de moda realizadas na academia.

A figura do curador independente ou curador *freelancer*, como preferem chamar Obrist (2014) e Reinaldim (2015), que surge a partir da década de 1990, quando este profissional passa a ser visto pelo mercado da arte como um “[...] um prestador de serviços, muitas vezes detentor de saber técnico especializado” (REINALDIM, 2015, p. 21), também está relacionado às práticas expositivas de moda. Os curadores independentes são profissionais polivalentes, que coletam e articulam informações disponíveis sobre determinado assunto, tendo a liberdade para flunar sobre os mais variados temas, percorrer diferentes coleções a fim de formatar seus projetos e inseri-los, no complexo circuito cultural público e privado.

Os curadores *freelancer* desenvolvem projetos curatoriais sem vínculos com instituições ou coleções específicas e de certa forma tornaram-se os principais agentes do mercado cultural, “comercializando” serviços e produtos através de leis de incentivo e editais. Denise Mattar personifica esse perfil de profissional; dentre os muitos projetos que concebeu e/ou participou, estão exposições relacionadas à diversos temas: artes, design, história e moda, como é o caso das exposições “Pierre Cardin: criando moda revolucionando costumes – 60 anos de moda, arte e design”

(2011), “A Arte dos Quimonos e as Gravuras Japonesas do Acervo Artístico dos Palácios” (2013) e “Op-Art – Ilusões do Olhar” (2015).

Do mesmo modo, curadores estrangeiros também organizaram diversas exposições de moda em São Paulo. A proximidade com acervos internacionais e o trânsito no mercado de exposições facilitou a atuação destes profissionais, que às vezes conceberam exposições a convite da instituição estrangeira ou então desenvolveram projetos independentes, apresentados em vários locais ao redor do mundo. Percebeu-se que a maior parte dos curadores de exposições de moda realizadas na capital paulista se enquadram na primeira situação.

No exterior já existem curadores de moda com ampla e consolidada produção acadêmica e expositiva sobre o tema, somente para citar alguns: Valerie Steele (diretora e curadora-chefe do Museum at the Fashion Institute of Technology, em Nova York), Olivier Saillard (ex-diretor e curador do Palais Galliera Musée de la Mode de la Ville de Paris), Claire Wilcox (curadora sênior de moda do Victoria and Albert Museum de Londres), Richard Martin (ex-curador do Museum at the Fashion Institute of Technology e do Costume Institute - Metropolitan Museum of Art, ambos em Nova York), Harold Koda (ex-curador do Museum at the Fashion Institute of Technology e do Costume Institute - Metropolitan Museum of Art), Amy de la Haye (pesquisadora, curadora e docente da Pós-graduação em curadoria de moda da London College of Fashion na Inglaterra), Judith Clark (curadora e docente da Pós-graduação em curadoria de moda da London College of Fashion na Inglaterra), Andrew Bolton (curador do Costume Institute - Metropolitan Museum of Art de Nova York). Florence Müller (pesquisadora de história da moda e curadora de artes têxteis e moda da Avenir Foundation - Denver Art Museum) e Pamela Golbin (ex-curadora-chefe de moda e têxteis contemporâneos do Musée des Arts Décoratifs de Paris), por exemplo, conceberam a exposição “Fashion Passion – 100 anos de moda na Oca” (2004), mas assim como outras exposições organizadas por outros curadores estrangeiros, foram projetos pontuais, no Brasil.

A prática curatorial de moda no país ainda não está consolidada, sendo exercida esporadicamente por profissionais de outras áreas ou estrangeiros, que realizam projetos específicos e temporários. O curador de moda no país ainda não tem o mesmo reconhecimento do seu colega dedicado às exposições de arte e não é incomum que o seu nome seja desconhecido ou omitido no conteúdo produzido para e pela imprensa.

5.2. MEGAEXPOSIÇÕES

Também conhecidas pelo termo inglês *blockbuster*, as megaexposições “[...] são descritas como populares, geradoras de dinheiro, de visibilidade e de prestígio para museus no mundo inteiro” (ESPECIAL, 2007, p. 15). Estas produções expositivas abordam temas contemporâneos, exibem obras de autores de prestígio internacional e promovem aglomerações de visitantes dentro e fora dos espaços expositivos; são um meio de popularização da fruição das obras de arte e do campo da arte em si.

O termo *blockbuster* está intrinsecamente relacionado ao sucesso de venda de exemplares de obras literárias e da bilheteria de produções cinematográficas (ESPECIAL, 2007). Contudo, conforme aponta Ana Luísa F. B. Especial (2007), o termo deriva do nome de uma bomba de característica explosiva e incendiária, bastante utilizada pela Força Aérea Britânica durante a Segunda Guerra Mundial, com capacidade de provocar destruição localizada.

Trata-se, pois, de uma exposição com um poder metaforicamente comparado ao de uma bomba demolidora, e cuja tipologia ou modelo está baseado no fator de impacto sobre a sociedade, para a apresentação do maior espetáculo e a atração do maior número de visitantes possível (ESPECIAL, 2007, p. 15, tradução nossa).

Lucas F. L. de Souza admite também que há “[...] um claro esforço de todos os agentes formadores da exposição em desenvolver um evento de estética marcante e forte apelo publicitário direcionado às grandes massas” (SOUZA, 2012, p. 102), cujo principal objetivo “[...] é atrair e consolidar o grande público como consumidor da arte” (SOUZA, 2012, p. 102).

Ao contrário do que se pode imaginar, as megaexposições não são um fenômeno recente. Ana Luísa F. B. Especial, apoiada por outros autores, considera que Thomas Hoving, diretor do Metropolitan Museum of Art de Nova York entre 1967 a 1977, foi o responsável pela concepção do formato das megaexposições (ESPECIAL, 2007, p. 1). No entanto, acredita-se que Hoving tenha sido apenas um dos responsáveis por institucionalizar e popularizar este formato durante sua gestão no museu, uma vez que existiram exposições anteriores que já apresentavam características fundamentais das exposições *blockbuster*, como expografia teatralizada, forte investimento midiático e, principalmente, sucesso de público. Duas

exposições de moda podem ser citadas como exemplo: “Le Théâtre de la Mode” (1945) e “Britain Can Make It” (1946).

Idealizada por Robert Ricci, filho de Nina Ricci, e organizada pela Câmara Sindical da Costura Parisiense, a exposição “Le Théâtre de la Mode” tinha como principal objetivo colaborar com o resgate econômico francês e retomar a vitalidade e a excelência da moda francesa no período pós-guerra.

A disponibilidade limitada de materiais para a confecção das roupas e para a produção da exposição, não abalou os idealizadores do projeto, que conceberam a ideia de “[...] apresentar a moda nova com bonecas vestidas por todos os grandes nomes do luxo parisiense que trabalhariam com materiais iguais” (BAUDOT, 2002, p. 136). Os suportes expositivos (manequins em miniatura de setenta centímetros de altura) foram confeccionados exclusivamente para a exposição a partir de estruturas de ferro e gesso branco esculpido, cada um com feições e silhuetas únicas.

A exposição apresentou peças assinadas por vários costureiros parisienses, como Cristóbal Balenciaga, Elsa Schiaparelli, Jacques Fath, Jean Patou, Jeanne Paquin, Lucien Lelong, Madame Carven, Madame Grès, Marcel Rochas, Nina Ricci, Pierre Balmain, Charles Frederick Worth, entre outros. Distribuídos em treze cenários concebidos por artistas que recriaram cenas e espaços públicos da capital francesa, duzentos e trinta e sete manequins acompanhados de fundo musical compuseram a exposição, vestidos de maneira similar à forma como seriam usados por suas clientes, com adornos de cabeça, calçados, joias, penteados e roupas de baixo (Figura 14).

Figura 14 - Detalhe da exposição “Le Théâtre de la Mode” (1945).



Fonte: <http://www.lemodologue.fr/wp-content/uploads/2017/02/theatre-de-la-mode-14.jpeg>. Acesso em: 20 jul 2017.

“Le Théâtre de la Mode” abriu em vinte e sete de março de 1945 e durante o período em que permaneceu aberta ao público, recebeu mais de duzentos mil visitantes no pavilhão de Marsan do Louvre em Paris. A exposição atraiu ainda mais visitantes nos anos seguintes, sendo reapresentada em Londres, Barcelona, Copenhague, Estocolmo e Viena, até 1946, ano em que teve a sua última montagem nos Estados Unidos (BAUDOT, 2002).

No ano seguinte da inauguração da exposição “Le Théâtre de la Mode” em Paris, dentro das dependências do Victoria and Albert Museum de Londres, realizou-se a exposição “Britain Can Make It” (1946). A mostra também foi idealizada com o intuito de reestruturar a economia e a produção industrial inglesa através da valorização do design britânico. O projeto da exposição foi coordenado pelo Council of Industrial Design [Conselho de Design Industrial] e visava apresentar “[...] a originalidade criativa e comercial dos designers industriais ingleses e impulsionar as exportações nos mercados do pós-guerra” (HAYE, 2014, p. 22, tradução nossa).

Esta foi a primeira vez que a moda contemporânea era apresentada no Victoria and Albert Museum, contudo, não foram expostas peças do acervo da instituição. Assim como destaca Haye (2014), uma diversidade de peças compôs a exposição; entre mobiliário, brinquedos e utensílios domésticos, a moda estava representada pela alta costura e pelo pronto-para-vestir³⁹ feminino, joias, luvas, bolsas, chapéus e outros acessórios, além de roupas masculinas, infantis e tecidos, tudo produzido por empresas e designers britânicos.

O grupo de seleção das peças de moda feminina e acessórios era composto por profissionais de diversos setores do ramo de vestuário, entre eles, o presidente da Incorporated Society of London Fashion Designers, administradores e compradores de lojas de departamentos e editores de revistas especializadas, como a Vogue e a Harper’s Bazaar inglesas. Mais enxuto, o grupo de seleção de moda masculina era composto por alfaiates e jornalistas (HAYE, 2014).

Durante os processos de planejamento, os profissionais responsáveis pela produção da exposição “Britain Can Make It” exploraram ideias que proporcionassem experiências multissensoriais aos visitantes e “[...] destacaram a importância do toque para a compreensão do significado e da materialidade dos objetos [...]” (HAYE, 2014,

³⁹ Pronto-para-vestir, também conhecido pelos termos em inglês *ready-to-wear* e francês *prêt-à-porter*, refere-se ao processo industrializado de confecção da peça, que se opõe ao processo manual da alta costura e da roupa feita sob medida.

p. 25, tradução nossa). Além de música e perfumes, a mostra também era composta por cenários impactantes e inovadores criados a partir da visão de James Gardner, designer chefe da exposição. Tão espetacular quanto inovador, o carrossel de mais de sete metros de altura criado para dispor os vestidos de alta costura, ilustrava a magia produzida por Gardner e seus colegas (Figura 15).

Figura 15 - O carrossel na seção de moda feminina da exposição “*Britain Can Make It*” (1946).



Fonte: Design Council and the University of Brighton Design Archives. Disponível em: <https://vads.ac.uk/x-large.php?uid=80148&sos=1>. Acesso em: 20 jul 2019.

Além dos métodos expositivos bastante teatralizados, a influência das práticas comerciais na produção da exposição também podia ser identificada pelo fato das peças expostas estarem acompanhadas de etiquetas, que identificavam a sua disponibilidade no mercado, sendo que a grande maioria dos produtos estariam nas lojas em breve (HAYE, 2014). As peças prontas-para-vestir, por exemplo, tinham seus preços indicados nas etiquetas. Chapéus, joias, luvas e sapatos também foram exibidos de maneira ainda mais próxima do universo comercial, em um ambiente intitulado Rua das Vitrinas [*Shopwindow Street*] (Figura 16).

Figura 16 - Vista parcial da seção Rua das Vitrinas da exposição “*Britain Can Make It*” (1946).



Fonte: Design Council and the University of Brighton Design Archives. Disponível em: <http://www.vads.ac.uk/x-arge.php?uid=81333&sos=6>. Acesso em: 20 jul 2019.

A exposição “Britain Can Make It” foi inaugurada em vinte e quatro de setembro de 1946 e ao todo apresentou cerca de seis mil peças em pouco mais de oito mil metros quadrados, sendo aproximadamente cento e oitenta trajes femininos, masculinos e infantis, separados em ambientes por segmento de produção e gênero. Devido ao grande número de visitantes que formavam longas filas, a exposição teve o seu período de duração estendido até o final daquele ano. Diversas foram as críticas à exposição, principalmente por parte dos fabricantes dos produtos, insatisfeitos com o modo como cada peça foi apresentada (HAYE, 2014). Neste caso, prevaleceu o apelo comercial da exposição, aqui descrito pelo relato da revista *The Ambassador*: “O interior comumente sombrio do Victoria and Albert Museum de Londres, foi transformado em um showroom contemporâneo espetacular [...]” (HAYE, 2014, p. 33, tradução nossa).

No Brasil, segundo aponta Stella Teixeira de Barros (2002), as megaexposições de artes visuais começaram a acontecer a partir da década de 1990, sobretudo nas grandes capitais do Sudeste. O interesse do público por obras emblemáticas da história da arte ainda pouco vistas em território nacional, foi a

principal razão da popularização das megaexposições. Retrospectivas de movimentos artísticos, exposições monográficas de grandes nomes das artes e mostras de coleções particulares e acervos de instituições museológicas estrangeiras tornaram-se cada vez mais frequentes no país, a fim de atender uma demanda crescente.

Cabe destacar que, muitas das megaexposições não foram concebidas e produzidas por profissionais ou instituições nacionais. Em muitos casos, segundo Myriam S. dos Santos, “os curadores não fazem parte do quadro de profissionais do museu que recebe a exposição, mas são especialistas no tema da mostra contratados com o específico fim de produzir a mostra” (SANTOS, 2002, p. 77), assim como as obras exibidas muitas vezes não fazem parte do acervo da instituição na qual ela se apresenta; frequentemente, as obras integram acervos de coleções particulares e instituições museológicas internacionais e são trazidas do exterior para serem temporariamente exibidas durante a exposição.

Os projetos expográficos bastante elaborados, que exploram suportes físicos e digitais, também são características marcantes das exposições *blockbuster*. Diferentemente dos percursos monótonos dos museus históricos e dos ambientes assépticos do cubo branco dos museus de arte moderna e contemporânea, as megaexposições apresentam as obras de um modo mais descontraído, que aproxima o visitante e o “seduz pela encenação” (BARROS, 2002, p. 69). O uso de técnicas de *visual merchandising*⁴⁰ em conjunto com a cenografia e a teatralização do espaço expositivo, faz com que alguns críticos julguem que esse tipo de montagem expográfica “[...] trata-se da mercantilização e banalização da arte, enquanto para outros da sua tão esperada desaturação e democratização” (SANTOS, 2002, p. 91).

A dimensão das megaexposições e o uso excessivo de dispositivos expográficos/cênicos de grande impacto visual, conseqüentemente eleva o seu custo de produção, tornando necessário o aporte financeiro de grandes patrocinadores. Myriam S. dos Santos ressalta que, “[...] os principais responsáveis pela realização das megaexposições no Brasil têm sido empresas dirigidas por agentes culturais, que se responsabilizam pela escolha do corpo técnico” (SANTOS, 2002, p. 80).

⁴⁰ O *visual merchandising*, segundo afirma Sylvia Demetresco (in SACKRIDER; GUIDÉ; HERVÉ, 2009, p. 10), é uma ferramenta de marketing que consiste em “[...] conceber como e onde será apresentado um produto específico, de acordo com um público visado, num espaço comercial”, considerando também a identidade e a histórica da marca e o seu posicionamento no mercado.

Para executar o projeto, as empresas promotoras precisam captar recursos financeiros de patrocínios públicos e privados; frequentemente as megaexposições acabam fazendo uso de leis e editais de incentivo à cultura, solicitando apoio de entidades governamentais brasileiras e estrangeiras ou então arrecadando patrocínio de empresas públicas e privadas a fim de concretizar o seu projeto. Este envolvimento do setor privado na produção de grande parte das exposições *blockbuster*, faz com que se revele uma relação complexa de intervenção corporativa no campo das artes (WU, 2006). Algumas empresas, por exemplo, condicionam o patrocínio à possibilidade de indicar o tema, as obras, bem como os profissionais envolvidos na concepção e montagem da exposição.

Os patrocinadores utilizam as exposições *blockbuster*, como ferramenta de marketing; oferecem altas somas para a produção curatorial e expográfica com o intuito, muitas vezes, de promover a imagem de suas marcas. As longas filas nas entradas de museus e instituições culturais são a comprovação, não somente do sucesso quantitativo da exposição, mas também do retorno do investimento realizado pelos patrocinadores.

As exposições de moda ficaram famosas no exterior pela sua popularidade e pela expografia exuberante. Frequentemente, exposições dedicadas ao tema realizadas no Metropolitan Museum of Art de Nova York, no Victoria & Albert Museum de Londres, no Musée des Arts Décoratifs de Paris e em outras instituições de prestígio internacional se configuram como *blockbuster*: grandes patrocinadores, expografia teatralizada e, sobretudo, número recorde de visitantes. No Brasil, por outro lado, poucas são as exposições de moda que podem ser classificadas como megaexposições; uma delas foi a “Fashion Passion – 100 anos de moda na Oca”, que será tratada com mais profundidade a seguir.

5.2.1. Fashion Passion: uma megaexposição de moda em São Paulo

A exposição “Fashion Passion – 100 anos de moda na Oca” aconteceu entre os dias 14 de setembro e 5 de dezembro de 2004, tendo sido estendida até o dia 9 de janeiro de 2005. Promovida pela extinta BrasilConnects Cultura e Ecologia, a exposição ocupou todo o Pavilhão Lucas Nogueira Garcez, também conhecido como o Pavilhão OCA do Parque Ibirapuera, localizado na cidade de São Paulo.

Criada em 2001 para substituir a Associação Brasil 500 Anos Artes Visuais, entidade promotora da megaexposição “Brasil+500 – Mostra do Redescobrimento” (2000), a BrasilConnects dedicou-se ao fomento da cultura no Brasil e à promoção da cultura brasileira no exterior (CYPRIANO, 2004). Dentre as várias exposições realizadas pela entidade, estão “Brazil: Body and Soul” (2002) no Solomon R. Guggenheim Museum de Nova York, “China: Guerreiros de Xi’an e os Tesouros da Cidade Proibida” (2003) e “Picasso na Oca” (2004), essas no Pavilhão OCA em São Paulo.

Caracterizadas por seus projetos audaciosos, as mostras promovidas pela BrasilConnects reuniram artistas, curadores, cenógrafos/arquitetos e outros profissionais renomados na concepção de espaços expositivos extraordinários, que apresentavam um grande volume de obras a um gigantesco número de visitantes (SOUZA, 2012).

Com o envolvimento do presidente do conselho da entidade, Edemar Cid Ferreira, em escândalos fiscais e a falência do Banco Santos (do qual também era presidente), a BrasilConnects sofreu com a falta de fundos e patrocínios para os seus projetos e, mesmo com o grande número de visitantes de suas exposições, a entidade suspendeu suas atividades no final de 2004 (CYPRIANO, 2004).

Em seu curto período de existência, como aponta Lucas F. L. de Souza (2012), as exposições promovidas pela BrasilConnects propagaram o conceito das megaexposições no Brasil, que exploram temáticas contemporâneas e populares, abusam de efeitos cenográficos/expográficos e atraíam enorme público.

Escolhido para sediar muitas das exposições promovidas pela BrasilConnects, o Pavilhão OCA, projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer, é um espaço público do município de São Paulo, localizado no Parque Ibirapuera. O Pavilhão OCA abrigou durante um longo período o Museu do Folclore e depois o Museu da Aeronáutica, até que no final dos anos 1990, o espaço foi cedido para a realização da exposição “Brasil+500 - Mostra do Descobrimento”. Após o término do evento, a BrasilConnects tornou-se responsável pela gestão do espaço promovendo várias exposições temporárias. No início de 2005, com a extinção da entidade, a gestão retornou ao controle da administração municipal sob a responsabilidade da Secretaria do Verde e do Meio Ambiente (até 2010) e posteriormente da Secretaria da Cultura, integrando desde 2017 o conjunto de edifícios históricos do Museu da Cidade. Embora tenha

abrigado acervos e instituições museológicas em seu passado, o Pavilhão OCA caracteriza-se atualmente como espaço de exposições temporárias.

A exposição “Fashion Passion – 100 anos de moda na Oca” (2004) ocupou os quatro pavimentos do prédio, reconfigurando o seu espaço inspirado nas construções indígenas em uma espécie de museu temporário da moda. Estruturada em dois eixos, a exposição foi concebida por profissionais brasileiros e estrangeiros, pesquisadores de moda, funcionários de instituições culturais, editores de moda e produtores de conteúdo sobre etiqueta e comportamento.

Daniela Thomas (consultora e cenógrafa da mostra) e Felipe Tassara (também cenógrafo da mostra) relataram resumidamente a complexidade do projeto curatorial da exposição, que buscou

“[...] sintetizar o café francês e a esquina paulista, a alta moda e o vernacular brasileiro, o esquema euclidiano da proposta curatorial e a sinuosidade da Oca, a rua e as Maisons, Christian Lacroix e Arthur Bispo do Rosário. O resultado não é, afinal, sintético: estarão todos lá, em harmoniosa convivência, nessa promiscuidade deliciosa que é um dos efeitos colaterais da globalização” (THOMAS; TASSARA, 2004, s. p.).

O grupo curatorial estrangeiro, composto por Jean-Louis Froment (fundador do Centre d'arts plastiques contemporains/Musée d'Art Contemporain de Bordeaux e curador independente de exposições relacionadas à arte contemporânea, fotografia e moda), Florence Müller (pesquisadora de história da moda e curadora de artes têxteis e moda da Avenir Foundation - Denver Art Museum) e Pamela Golbin (ex-curadora-chefe de moda e têxteis contemporâneos do Musée des Arts Décoratifs de Paris), desenvolveram o eixo principal da mostra, que foi a retrospectiva dos cem anos de moda no século XX. Esta seção, composta por dez núcleos temáticos divididos em ambientes de percurso tortuoso, apresentou algumas obras de importantes criadores de moda e estilistas internacionais, organizados por meio de relações de afinidade e não por ordem cronológica, a saber:

- Núcleo 1 – Os viajantes do extremo: John Galliano, Paul Poiret e Christian Lacroix;
- Núcleo 2 – Chanel, a lenda: Chanel anos 1920 e 1930, Chanel anos 1950 e 1960 e Chanel por Karl Lagerfeld;

- Núcleo 3 – O espetáculo está no guarda-roupa: Viktor & Rolf, Elsa Schiaparelli e Yves Saint Laurent;
- Núcleo 4 – Ode ao corpo: Azzedine Alaïa e Madeleine Vionnet;
- Núcleo 5 – O mistério do vestido cinderela: Oliver Theyskens, Christian Dior e Dior por John Galiano;
- Núcleo 6 – A costura sublimada: Junya Watanabe, Cristóbal Balenciaga e André Courrèges;
- Núcleo 7 – A mulher esculpida: Nicolas Ghesquière, Charles James e Thierry Mugler;
- Núcleo 8 – Viagem ao país do fantástico: Alexander McQueen, Vivienne Westwood e Jean Paul Gaultier;
- Núcleo 9 – Dolce vita: Gianni Versace e Emilio Pucci;
- Núcleo 10 – Da desconstrução à reconstrução: Yohji Yamamoto, Martin Margiela e Comme des Garçons.

O vínculo da moda com a fotografia também foi enfatizado no discurso proposto pelos curadores estrangeiros, pois, segundo afirma Jean-Louis Froment, “[...] a fotografia de moda é indissociável das revistas nas quais a imagem-espelho da mulher fotograficamente interpretada nunca é totalmente estranha à evolução de seus costumes” (FROMENT, 2004, s. p.). As criações dos estilistas compartilharam o espaço com várias obras de importantes fotógrafos estrangeiros:

- Núcleo 1 – Os viajantes do extremo: Man Ray, Jacques Henri Lartigue e Steven Klein;
- Núcleo 2 – Chanel, a lenda: André Durst, Henry Clarke e François Kollar;
- Núcleo 3 – O espetáculo está no guarda-roupa: Roger Viollet, Robert Doisneau, Inez Van Lamsweerde;
- Núcleo 4 – Ode ao corpo: Cecil Beaton, Gilles Bensimon e Peter Lindbergh;
- Núcleo 5 – O mistério do vestido cinderela: Henri Cartier-Bresson, Willy Maywald e Irving Penn;
- Núcleo 6 – A costura sublimada: Horst P. Horst, William Klein e Peter Knapp;
- Núcleo 7 – A mulher esculpida: Louise Dahl Wolfe, Erwin Blumenfeld e Bruce Weber;

- Núcleo 8 – Viagem ao país do fantástico: Jean-Baptiste Mondino, Mario Palmieri e Nick Knight;
- Núcleo 9 – Dolce vita: Gian Paolo Barbieri, Henry Clark e Guy Bourdin;
- Núcleo 10 – Da desconstrução à reconstrução: David Sims, Anders Edström e Paolo Roversi.

Entre os núcleos ocorriam “interferências” ou, como consta no livro da exposição, “[...] contribuições e respostas brasileiras para os caminhos da moda” (FROMENT et al., 2004, s. p.). A argumentação apresentada no livro sugere que a moda nacional seria incapaz de representar toda a diversidade da cultura brasileira e por isso precisaria ser amparada por elementos da cultura nacional: “[...] a referência à nossa cultura não se traduz em roupas ou em estilo, mas na riqueza de nosso fazer artístico em todas as suas manifestações – pintura, escultura, fantasias, instalações, etc.” (FROMENT et al., 2004, s. p.).

Essas contribuições eram compostas de obras de arte e design potentes, que levavam a assinatura de consagrados artistas brasileiros, tais como o Manto da apresentação de Arthur Bispo do Rosário no Núcleo 1 (Os viajantes do extremo), o New Look - Traje do Novo Homem dos Trópicos – Experiência Nº 3 de Flávio de Carvalho no Núcleo 3 (O espetáculo está no guarda-roupa), fotos dos Parangolés de Hélio Oiticica no Núcleo 4 (Ode ao corpo), A Negra de Carmela Gross no Núcleo 5 (O mistério do vestido cinderela) e a cadeira Favela dos Irmãos Campana no Núcleo 10 (Da desconstrução à reconstrução).

Especula-se que a moda brasileira talvez ainda fosse imatura, “[...] jovem, tão inexperiente [...]” (KALIL, 2004, s. p.), para ser equiparada ao percurso da moda internacional, uma vez que, até o momento de realização da exposição, o campo da moda estava em processo de consolidação no Brasil e a sua produção ainda era pouco visível internacionalmente.

Visto que a moda brasileira estaria ausente na seção principal, outro eixo foi estruturado para tratar exclusivamente do tema. Compuseram o grupo curatorial brasileiro Gloria Kalil, empresária, consultora e autora de livros sobre moda, comportamento e etiqueta e Regina Guerreiro, jornalista, editora e consultora de moda, ambas profissionais consagradas no campo da moda brasileira.

Alocada no segundo andar do Pavilhão OCA, uma espécie de mezanino, a seção brasileira não tinha segmentação por núcleos e nem divisão espacial. O amplo

espaço consistia em paredes revestidas por lambe-lambes e um grande número de manequins desiguais distribuídos pelo ambiente, numa provável tentativa de dar conta da pluralidade da moda brasileira. A seção apresentou cerca de 60 criações de vários estilistas e marcas, dentre as quais estavam Alexandre Herchcovitch, Ellus, Forum, Karlla Giroto, Marcelo Sommer, Reinaldo Lourenço, Ronaldo Fraga, Rosa Chá, Salinas e Vera Arruda.

Declaradamente direcionado à exaltação da visualidade exótica e sensual do Brasil, vários marcadores de brasilidade estiveram presentes neste eixo, como a fauna e a flora, as praias, personagens da cultura popular (a baiana, o malandro, a passista...), o carnaval, o futebol, entre outros.

À tradicional cultura de moda europeia respondemos com a nossa vigorosa arte popular; à roupa exclusiva, saída dos inigualáveis ateliês de alta-costura, respondemos com a roupa vestida, aquela que usa o **corpo** como suporte vital e as ruas como passarela, criada por estilistas brasileiros que se inspiraram em algum elemento bem característico da nossa cultura ou em algum hábito bem típico do nosso cotidiano: **a natureza, as cores, o artesanato, as etnias, as paixões** (KALIL, 2004, s. p., grifo nosso).

Para ilustrar toda a potencialidade dos atributos e das qualidades da moda brasileira, foram escolhidos tópicos que possibilitassem a interação com o eixo principal da mostra.

Como contraponto às fotografias de moda clicadas pelos grandes fotógrafos internacionais [...] mostramos belas imagens de pontos altos da moda brasileira também vistas da perspectiva das ruas, em *outdoors fashion*: a mania nacional pelo **jeans**, todos os usos das camisetas, **nossas modelos** (as estrelas do espetáculo), nossos costureiros, a moda dos palcos, nossas lindas estampas tropicais, o melhor uso do verde e amarelo fotografados **nas ruas e praias do país** (KALIL, 2004, s. p., grifo nosso).

Na argumentação de Gloria Kalil e em sua entrevista concedida à repórter Aline Maccari (2004) na inauguração da exposição, foi possível identificar o corpo como objeto central do discurso curatorial da seção brasileira, a fim de distinguir a moda nacional. Débora Krischke Leitão (2011), em seus apontamentos sobre a moda brasileira, aprofundou esta relação de importância do corpo e considerou a visibilidade da moda nacional no contexto internacional.

Sensualidade e erotismo são características comumente atribuídas ao corpo e à moda brasileira, porém, segundo aponta Débora Leitão, estes atributos “[...] não estão relacionados à nudez pura e simples [...] e sim com o desnudamento, com o jogo entre o nu e o vestido, entre o mostrar e o esconder” (LEITÃO, 2011, p. 71). A autora conclui, a partir dos seus estudos antropológicos sobre o biquíni e o jeans nacionais, que a imagem sensual e erótica que envolve a moda brasileira está vinculada à “[...] sugestão do ato de desnudar-se, articulando corporalidade, ornamentação corporal, gestual e performance” (LEITÃO, 2011, p. 71).

Entre peças de inspiração na cultura indígena e no futebol e fantasias de escolas de samba, vários foram os modelos de biquíni (e peças de moda praia) e de jeans apresentados na seção brasileira da exposição “Fashion Passion – 100 anos de moda na Oca”, fato que ratifica as considerações de Débora Leitão (2011) sobre a significativa importância do biquíni e da calça jeans na concepção de uma visualidade do corpo e da moda nacional.

O conceito de corpo exótico e sensual e a sua relação com a moda nacional, também pode ser identificado na aparição de modelos em meio à seção brasileira da exposição. Mulheres e homens, conhecidos nacional e internacionalmente, desfilaram a sua beleza pelo mundo e também atuaram, durante as últimas décadas, como personagens importantes para a consolidação e propagação da visualidade da moda brasileira atrelada à sensualidade (MICHETTI, 2009).

Diversos foram os registros emblemáticos da carreira de Gisele Bündchen e outras modelos que compuseram a mostra, juntos de fotos de ídolos da Tropicália e do futebol. Gisele, segundo Miqueli Michetti (2009), exerceu um “[...] papel fundamental na afirmação internacional de uma ‘moda brasileira’” (MICHETTI, 2009, p. 108); sua beleza, seu carisma e seu corpo, especialmente o seu caminhar, tornaram-se sinônimos de brasilidade, assim como a MPB (Música Popular Brasileira) e o Pelé o são para a música e o futebol, respectivamente.

O vínculo entre a seção principal e a seção brasileira era bastante sutil; cada seção apresentou, à sua maneira, uma narrativa sobre os cem anos de moda no século XX. A moda internacional foi retratada de forma precisa, com o rigor e o preciosismo necessários ao se tratar de um campo já consagrado; enquanto a seção brasileira, mesmo de modo peculiar, conseguiu reunir uma parte da produção de moda nacional ainda dispersa, sem ocultar a autenticidade e a diversidade da cultura e da moda brasileiras.

De modo geral, a exposição “Fashion Passion – 100 anos de moda na Oca” exemplifica como se desenvolveram as megaexposições de moda no Brasil. Além disso, ressalta-se, que a exposição desempenhou um papel importante na formação de público para exposições dedicadas ao tema no país e este foi seu principal legado.

5.3. NÚMERO DE VISITANTES

Quando se trata de número de visitantes de exposições, pensa-se diretamente nas notícias a respeito do estabelecimento de novos recordes de público, algo que algumas instituições culturais e museológicas internacionais parecem perseguir obstinadamente, como o Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York⁴¹. O fato das instituições almejarem números cada vez maiores de público não está relacionado apenas com a sua missão sociocultural, de disponibilizar e fomentar as artes e cultura para a maior quantidade de pessoas possível, mas também estão envolvidas razões econômicas e políticas.

Esta corrida por números pode estar relacionada com o envolvimento do mercado corporativo nos conselhos e diretorias de instituições culturais e museológicas (WU, 2016), que instalam uma política gerencial de cobrança por resultados de desempenho majoritariamente quantitativa: número de visitantes, número de exposições, número de patrocinadores e valores arrecadados com patrocínios, venda de ingressos e produtos, e assim por diante. Stella Teixeira de Barros afirma, “hoje mais parece lhe valer um critério de avaliação puramente quantitativo, baseado no número de visitantes, que não avalia nada, não diz nada do aproveitamento do público” (BARROS, 2002, p. 70).

As exposições de moda estão diretamente relacionadas com este contexto, pois facilitam a aproximação e a interação do mercado com o campo da cultura, visto que, o patrocínio de marcas internacionais e conglomerados de luxo internacionais às

⁴¹ As exposições promovidas pelo departamento de vestuário do Metropolitan Museum of Art de Nova York vêm, de forma recorrente, chamando a atenção pelo número de visitantes que recebem como é o caso das exposições “Alexander McQueen: Savage Beauty” (2011) - 661.509 visitantes, “China: Through the Looking Glass” (2015) - 815.992 visitantes; e “Manus x Machina: Fashion in an Age of Technology” (2016) - 752,995 visitantes. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/press/news/2018/heavenly-bodies-most-visited-exhibition>. Acesso em: 20 de maio 2019.

exposições e aos museus de moda, inclusive no Brasil⁴², é cada vez mais frequente. Percebeu-se que exposições com temáticas relacionadas à moda operam como dispositivos magnéticos de público e por conta disso tornaram-se alvo em potencial, dos patrocinadores interessados em alavancar a sua marca⁴³, como companhias de cartão de crédito (American Express), grifes de luxo (Agent Provocateur, Bulgari, Burberry, Chanel, Gucci, Swarovski), empresas de tecnologia (Apple, Yahoo!).

Exemplo disso é a exposição “Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination” (10 maio a 8 de outubro de 2018), realizada pelo Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York com patrocínio do casal de filantropos americanos Christine e Stephen A. Schwarzman, da grife italiana Versace e da editora internacional de revistas de estilo de vida Condé Nast, que recebeu 1.659.647 visitantes, sendo considerada a exposição mais visitada do ano no mundo e a mais visitada na história da instituição.

A divulgação do número de visitantes de uma exposição no contexto internacional é cada vez mais frequente, também pelo fato de servirem como mecanismo para alavancar o prestígio da instituição e para atrair mais patrocinadores interessados em vincular a sua marca ao sucesso de público de futuras exposições com temática semelhante. No Brasil, por outro lado, a divulgação do número de visitantes ainda é pouco usual e realizada por poucas instituições, como o Centro Cultural Banco do Brasil, que aparece repetidas vezes no relatório de visitação de exposições do ano de 2018 publicado pelo The Art Newspaper⁴⁴, ocupando em sua melhor colocação o décimo primeiro lugar no ranking das exposições mais visitadas mundialmente, com a exposição “FILE – Festival Internacional de Linguagem Eletrônica” apresentada em sua unidade no Rio de Janeiro.

Conforme aponta Bernard Donoghue (in APOLLO, 2018), os números de visitantes são apresentados para empresas, mídia e população como forma de ilustrar a abrangência e a relevância da instituição. Para além de um argumento de incentivo, o número de visitantes também se consolidou como uma ferramenta de marketing,

⁴² A exposição “Mario Testino - In Your Face” (2014) realizada no MAB-FAAP, por exemplo, contou com o patrocínio da marca britânica Burberry, copatrocínio da francesa Citroën e apoio de mídia da Sky.

⁴³ Segundo apontam Fiona Anderson (2000), Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015), a popularidade das exposições de moda desperta o interesse mercadológico dos patrocinadores, uma vez que a mostra serve como canal de divulgação da marca ao mesmo tempo em que a insere no prestigiado campo das artes e da cultura.

⁴⁴ THE ART, 2018.

visto que o sucesso de uma exposição consagra a instituição que a apresenta, o que por sua vez atrai outras exposições de sucesso e novos patrocinadores interessados em vincular a imagem de sua empresa ao museu ou instituição cultural. Assim como constatou Nicholas Penny, diretor da National Gallery de Londres entre 2008 e 2015, os números de visitantes recebidos pelos museus e suas exposições tornaram-se indicadores de performance institucional, priorizando quantidade ao invés de uma programação diversificada e de qualidade, distorcendo o que deveria ser a sua finalidade e missão cultural (in APOLLO, 2018).

Parte das instituições aqui mapeadas são museus subordinados à esfera pública ou institutos, fundações e entidades privadas sem fins econômicos, que de certa forma, utilizam-se desses dados para direcionar suas políticas de exposições e também justificar sua existência e manutenção. Instituições museológicas subordinadas à Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa de São Paulo, por exemplo, registram e divulgam seus números de visitantes para atender cláusulas contratuais, já que em sua maioria são geridas por Organizações Sociais⁴⁵, que direta ou indiretamente precisam tornar públicas partes das suas informações de gestão.

Encontrar os números exatos de visitantes por exposição mostrou-se tarefa bastante difícil, não somente porque poucas são as instituições que realizam uma contagem oficial, mas também, porque muitas delas não disponibilizam seus dados publicamente. O método com o qual cada instituição registra o número de visitantes também varia muito, desde contagem manual e venda de ingressos até o uso de processos eletrônicos que registram o fluxo de pessoas no espaço expositivo.

Algumas vezes os números contabilizados não são específicos para cada exposição, visto que uma mesma instituição pode apresentar simultaneamente exposições correlatas ou não, o que pode provocar uma sensível distorção dos resultados caso o registro dos visitantes seja realizado no acesso da instituição (pela venda ou retirada de ingresso, contagem manual ou eletrônica de pessoas), uma vez que o indivíduo pode visitar apenas uma exposição daquelas que estão em cartaz no

⁴⁵ Rogério Cezar de Cerqueira Leite (2003) define que uma organização social é uma entidade sem fins lucrativos que executa tarefas de relevância social não exclusivas do Estado. Segundo Leite (2003, s.n.) “o Estado e a OS celebram um ‘contrato de gestão’, no qual são estabelecidos deveres e metas de ambas as partes, de tal maneira que, se não forem cumpridos, o contrato pode ser rompido unilateralmente. Anualmente, o contrato precisa ser confirmado, o que estabelece uma saudável dinâmica de avaliação e prestação de contas da OS à sociedade e ao governo que a contratou”.

mesmo período; ou seja, o local onde a contagem de público é realizada afeta diretamente o resultado.

Outro aspecto que deve ser ressaltado, é que na maior parte das vezes a contagem de visitantes ignora aspectos básicos de reconhecimento de público, tais como o motivo da visita, a idade, o poder aquisitivo, os meios de transporte utilizados para chegada ao museu, entre outros. Estas informações nos parecem cruciais para compreender o perfil do visitante das exposições, sobretudo daquelas relacionadas à moda, uma vez que é preciso conhecer melhor o público que as visita, para então aprofundar o debate sobre o fenômeno de popularidade das exposições dedicadas à temática.

No MASP, por exemplo, não foi possível averiguar o número de visitantes de nenhuma de suas exposições. As duas primeiras exposições mapeadas, “Roupas Bordadas” (1986) e “Traje: um objeto de arte?” (1987), não dispõem de registro sobre visitantes, provavelmente porque o museu ainda não contabilizava oficialmente esta informação naquele momento e porque o período de realização das exposições foi bastante curto. Já o número de visitantes recebidos durante a exposição “Arte na moda: coleção MASP – Rhodia” (2015) não foi disponibilizado, encontrou-se apenas o número total de visitantes recebidos durante todo o ano, cerca de 314.859 visitantes, conforme consta em seu Relatório Anual de Atividades (MASP, 2016), sem especificar o público de cada exposição. No entanto, outras exposições do museu realizadas no mesmo ano, são mencionadas no ranking anual de visitação de exposições publicado pelo The Art Newspaper, o que leva a crer que talvez a exposição de moda não tenha recebido tantos visitantes quanto o esperado.

Outro caso é a exposição “David Bowie” (2014), realizada no MIS-SP, que segundo o relatório Anual de 2014 (ASSOCIAÇÃO, 2014) da Associação do Paço das Artes Francisco Matarazzo Sobrinho (organização social gestora do museu), recebeu oitenta mil pessoas, obtendo destaque na imprensa, sobretudo devido as longas filas que se formavam na entrada do museu. Contudo, o sucesso da mostra não se equipara ao número de visitantes alcançado pela mesma exposição em outras instituições e cidades em que foi apresentada, tais como no Victoria and Albert Museum em Londres (312 mil visitantes), na Art Gallery of Ontario em Toronto (146.500 visitantes), no Martin-Gropius-Bau em Berlin (151 mil visitantes) e no Museum of Contemporary Art de Chicago (193 mil visitantes) (VICTORIA, [2015]). Estes fatos indicam que as exposições de moda realizadas em São Paulo atraem

menos público que no exterior e talvez por isso as instituições não mantenham atividades contínuas relacionadas ao tema.

Por outro lado, o MAB-FAAP registra e disponibiliza o número de pessoas que visitam a instituição por exposição desde 1994 (Tabela 10). A contagem já seguiu vários métodos distintos: de 1994 até 2001 a contagem era realizada com contador manual ou com livro de assinatura; a partir de 2001 a instituição passou a utilizar um sistema eletrônico de Controle de Fluxo de Pessoas, conforme informado por correio eletrônico por Claudia Caroli, coordenadora do setor administrativo do museu. Apenas a exposição “80 modelos de Lacroix” (1989) está ausente deste levantamento, uma vez que não foram encontrados ou disponibilizados registros sobre o número de visitantes da mesma.

Tabela 10 - Número de visitantes das exposições de moda realizadas no MAB-FAAP, no período de 1994-2018.

Exposição	Ano	Número de visitantes
Pierre Cardin: passado, presente e futuro	1994	4.103
Da inspiração à criação, Christian Lacroix	1997	2.078
Mario Testino fashion photographs	1998	5.057
Femmes, plus que femmes. Mulheres, sobretudo mulheres	2000	4.376
JR Duran	2003	16.899
Gran Sera: moda italiana - 1950-1990*	2006	7.684
Percurso 2006 - Pós-Graduação/Direção de Criação em Moda*	2006	7.684
Papiers à la Mode	2008	29.836
Christian Lacroix - Trajes de Cena	2009	46.431
Os Anos Grace Kelly, Princesa de Mônaco	2011	76.650
Moda no Brasil: criadores contemporâneos e memórias	2012	22.148

WORK: Klaus Mitteldorf – Photographs 1983-2013	2013	11.532
#afábricadoDR.F.	2013	2.953
Pérolas	2014	56.684
In Your Face	2014	33.628
Blumenfeld Studio: New York 1941 – 1960	2014	2.402
Festival des Métiers: um encontro com os artesãos da Hermès	2015	17.861
Agatha vs Agatha: Agatha Ruiz de la Prada	2015	10.795
Moda no MAB: Uma nova coleção no acervo**	2017	19.942

*As exposições ocorreram simultaneamente.

** A exposição ocorreu em conjunto com a exposição "Eterna Trilogia: retratos, paisagens e naturezas-mortas".

Fonte: Tabela elaborada pelo autor, a partir de dados coletados em Relatórios de Atividades Sociais da FAAP no período de 2008 a 2017 disponíveis online (FAAP, s.d.) e informações concedidas através de correio eletrônico por Claudia Caroli, coordenadora do setor administrativo do museu.

A tabela 10, mostra que o número de visitantes varia bastante entre cada exposição, talvez por conta da popularidade dos temas apresentados, duração da mostra ou ainda por conta do modo como se deu a divulgação de cada uma. Algo interessante de se observar é que até o ano 2000, as exposições de moda realizadas no MAB-FAAP atraíam menos de 4 mil visitantes, um valor ainda pequeno quando comparado aos números alcançados entre os anos de 2008 e 2012. Juntas, as exposições “Papiers à la Mode” (2008) - 29.836 visitantes, “Christian Lacroix - Trajes de Cena” (2009) - 46.431 visitantes, “Os Anos Grace Kelly, Princesa de Mônaco” (2011) - 76.650 visitantes e “Moda no Brasil: criadores contemporâneos e memórias” (2012) - 22.148 visitantes, receberam cerca de 43.700 mil visitantes em média. Isso mostra que, em pouco mais de uma década, as exposições de moda realizadas pelo MAB-FAAP tornaram-se populares e passaram a atrair mais visitantes.

Um caso específico é o da exposição “Os Anos Grace Kelly, Princesa de Mônaco” (2011) no MAB-FAAP, que recebeu 76.650 visitantes. A exposição

ultrapassou o recorde de público da instituição, estabelecido pela exposição “Vertigem, d’OSGEMEOS”⁴⁶ de 73.943. O sucesso da exposição sobre Grace Kelly, conforme atribui Maria Izabel Ribeiro Branco (diretora do MAB-FAAP entre 1994 e 2016) está relacionado à popularidade e ao mito que envolve a história desta personalidade (GARCIA; BONADIO, 2015).

Acredita-se que, a maior parte do público das exposições de moda realizadas em instituições culturais e museológicas da capital paulista seja de profissionais do setor têxtil, alunos de cursos técnicos e superiores de moda e de interessados no assunto. Entretanto, os relatórios de atividades sociais do MAB-FAAP apresentam estudos de público aprofundados, o que permite identificar melhor quem é o público das exposições de moda realizadas neste museu. Além da comunidade interna da FAAP (alunos, docentes e funcionários), o setor educativo do MAB-FAAP recebe muitos grupos de alunos de escolas públicas e particulares, grupos atendidos por ONGs (organizações não-governamentais) e alunos de escolas técnicas e universidades com cursos de moda e áreas correlatas. Este fato aponta para o perfil pedagógico que as exposições de moda do MAB-FAAP desempenham, como meio de formação de um público diverso, desde a idade escolar até adultos.

Os números mostram que, o fenômeno de popularidade das exposições de moda no exterior já pode ser identificado pontualmente na cidade de São Paulo. Entretanto, o volume de visitantes das mostras apresentadas por aqui, ainda que trazidas do exterior, ainda não alcançou o valor astronômico daquelas realizadas em instituições internacionais. De todo modo, vale ressaltar que números não atestam a qualidade das exposições, independentemente do tema, do local, do curador e dos patrocinadores.

⁴⁶ A exposição realizada entre os dias 25 de outubro e 13 de dezembro de 2009, apresentou obras dos artistas gêmeos Gustavo e Otávio Pandolfo, reconhecidos internacionalmente por seus grafites figurativos coloridos e políticos.

5.4. CATÁLOGOS

Dentre os vários materiais gráficos produzidos para exposições há um em especial que desperta e inspira uma análise mais aprofundada: o catálogo. Existe algo de excepcional neste tipo de publicação, sobretudo naquela dedicada à moda, que envolve desde o seu invólucro e capa até o seu conteúdo, que pode estar relacionado com o fenômeno de popularidade das exposições de moda.

Desde os primeiros exemplares publicados ainda no século XVII, no contexto dos salões acadêmicos de Paris (JOYEUX-PRUNEL; MARCEL, 2016), os catálogos tinham como função primordial registrar um determinado evento ou exposição. Além do título, os catálogos oferecem aos seus leitores, informações sobre a entidade promotora, o indivíduo responsável pela organização e as obras que compuseram a exposição, acompanhados de datas e locais de sua realização.

Geralmente estruturados a partir de listas, os catálogos apresentam dados completos das obras expostas e seus autores, contendo título da obra, suporte, datação, proveniência, entre outras informações. Com o passar do tempo, as publicações também passaram a conter textos introdutórios enxutos relacionados à temática da exposição e uma seleção bastante concisa de imagens em preto e branco. Ainda assim, os catálogos conservavam a simplicidade no modo de registrar a exposição.

Com a ascensão da figura do curador no contexto internacional a partir dos anos 1970, que se coloca como figura detentora de um conhecimento específico e singular, os textos ganharam mais espaço nos catálogos, talvez como forma de explicar mais detalhadamente os discursos curatoriais. Os catálogos são (ou ao menos deveriam ser) obras que possibilitam a compreensão do conceito, isto é, possibilitando que a linguagem empregada pelo autor seja compreendida pelo maior número de pessoas possível, sem a necessidade de decodificar termos e elementos textuais (BARNET, 1993). Caso contrário, a publicação será um meio de comunicação e registro ineficiente, permanecendo restrita às prateleiras de especialistas e bibliotecas acadêmicas.

Analisando catálogos de exposições nota-se que existem dois modelos de publicações: os mais acadêmicos, que apresentam textos extensos cheios de informações históricas e poucas imagens; enquanto outros são mais visuais, recheados de imagens e textos enxutos. Há também catálogos que mesclam os dois

modelos, combinando de forma equilibrada e agradável elementos textuais e visuais na tentativa de produzir um registro bem fundamentado da exposição.

Desde as últimas décadas do século XX, conforme apontam Béatrice Joyeux-Prunel e Olivier Marcel (2016), os catálogos de exposições de arte passaram por transformações tanto físicas quanto de conteúdo, afastando-se lentamente da sua função primordial de apenas listar as obras exibidas em uma exposição. Os formatos e as proporções das publicações se diversificaram e, com o desenvolvimento tecnológico, as imagens passaram a ter melhor qualidade. Os catálogos de exposição de moda, no entanto, não acompanharam tão imediatamente esta transformação, uma vez que as exposições relacionadas ao tema ainda não possuíam a relevância e a popularidade que alcançaram no presente.

Vê-se, por exemplo, na exposição “Modes des Années Folles: 1919-1929” (1970), realizada no Musée du costume de la ville de Paris enquanto anexo ao Musée Carnavalet, quão antiquados e modestos eram os catálogos do período. A publicação (DELPY; VANIER, 1970) tem um pouco mais de vinte centímetros de altura e vinte e quatro páginas, capa mole sem título, com fotografia em preto e branco de manequins vestidos com peças expostas na ocasião da exposição. Bastante concisa, a publicação é basicamente composta pela listagem das duzentas peças exibidas na exposição, acompanhada de uma breve introdução e uma seção final de fotografias, que semelhante a imagem da capa, retratam manequins e detalhes de peças.

Mesmo a revolução expositiva promovida por Diana Vreeland e o sucesso de suas exposições no Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York, influenciaram muito discretamente a evolução dos catálogos dedicados às exposições de moda. No período em que Vreeland era responsável pela curadoria das exposições, ela participava muito discretamente da produção dos catálogos, delegando sobretudo a parte textual para terceiros.

Em uma breve retrospectiva analítica de alguns catálogos de exposições de moda do Costume Institute é possível observar a gradativa transformação deste tipo de publicação. O catálogo que acompanhou a exposição “The Manchu Dragon: Costumes of China - The Ch'ing Dynasty” (1980) (MAILEY, 1980) é bastante enxuto, com menos de quarenta páginas, comum para os catálogos do período, porém não continha lista de obras; com prefácio de Diana Vreeland, os textos assinados por Jean Mailey eram breves e as imagens retratavam majoritariamente obras de arte orientais, objetos e poucas peças de vestuário.

O mesmo modelo se repete no catálogo da exposição “Man and the Horse: An Illustrated History of Equestrian Apparel” (1984) (MACKAY-SMITH; DRUESEDOW; RYDER, 1984); Diana Vreeland assina apenas uma breve introdução à obra, enquanto outros autores escrevem sobre o assunto principal da exposição. Uma publicação mais extensa e ainda sem listagem de obras, com aproximadamente cento e trinta páginas, por conta do volume maior de imagens, (várias preenchem páginas inteiras) mas poucas apresentam peças de vestuário.

A exceção é o catálogo da exposição “Yves Saint Laurent” (1983) (LAURENT et al, 1983), que introduz alguns elementos dos catálogos contemporâneos, como capítulos dedicados exclusivamente a imagens e o registro fotográfico de peças de vestuário em estúdio. Em quase duzentas páginas, a publicação contém textos autobiográficos e biográficos escritos por Vreeland e personalidades íntimas de Saint Laurent, como Pierre Bergé, Paloma Picasso-Lopez e Catherine Deneuve, acompanhados de muitas imagens e uma seção de fotografias de peças que poderiam configurar uma listagem de obras da exposição.

Em um segundo momento do Costume Institute, entre a década de 1990 e o início dos anos 2000, em que Richard Martin e Harold Koda eram responsáveis pela curadoria da instituição, os catálogos passam a fornecer textos mais enxutos concedendo mais espaço para imagens de peças de vestuário, com detalhes e páginas inteiras. Em “Haute Couture” (1995) (MARTIN; KODA, 1995), as legendas das imagens compõem a maior parte do texto, que preenche aproximadamente cento e vinte páginas de uma publicação em capa mole de vinte e oito centímetros de altura, sem apresentar uma lista definitiva de obras. O mesmo ocorre com o catálogo da exposição “Christian Dior” (1996) (MARTIN; KODA, 1996): mais de duzentas páginas com textos enxutos e muitas imagens, várias ocupando páginas inteiras, com riqueza de detalhes e ainda assim sem lista de obras.

Nas publicações mais recentes, já sob a curadoria de Andrew Bolton, observa-se que o projeto gráfico e as imagens tornaram-se os principais elementos dos catálogos. No caso de “AngloMania: Tradition and Transgression in British Fashion” (2006), as imagens de altíssima qualidade e apelo estético ocupam páginas duplas, registram detalhes das peças e, excepcionalmente, a expografia da mostra. A publicação (BOLTON, 2006) de aproximadamente cento e sessenta páginas, trinta centímetros de altura e capa dura apresenta textos curatoriais mais complexos. No

final da publicação encontra-se uma listagem de obras acompanhada de pequenos registros fotográficos de cada seção da exposição.

Marco para o estudo da popularidade das exposições de moda no mundo, a exposição “Alexander McQueen: Savage Beauty” (2011) inaugura também o modelo de “catálogo-desejo” (BOLTON, 2011). A começar pela capa, com um gigantesco holograma que quando movimentado mescla a imagem da face de Alexander McQueen com um crânio humano, uma das marcas registradas do estilista. A publicação de capa dura e trinta e quatro centímetros de altura contém poucos textos, uma entrevista da estilista Sarah Burton⁴⁷ realizada pelo jornalista Tim Blanks e várias citações de McQueen distribuídas por suas duzentas e quarenta páginas. As imagens compõem a maior parte do catálogo; realizadas em estúdio, as fotografias registram todas as peças expostas na mostra, ocupando páginas inteiras desacompanhadas de legendas, que ao final são apresentadas todas de uma vez no formato de lista [*exhibition checklist*]. O design contemporâneo e o apelo visual introduzido pelo catálogo da exposição “Alexander McQueen: Savage Beauty” se mantiveram nas outras publicações seguintes produzidas pelo Costume Institute do Metropolitan Museum of Art de Nova York, inspirando também outras instituições.

Constata-se que, durante a evolução dos catálogos de moda, o conteúdo textual foi cada vez mais sendo suprimido em detrimento do apelo visual (BORKOPP-RESTLE et al, 2016). As imagens publicadas se assemelham àquelas publicadas em revistas de moda, técnica e esteticamente; e o design gráfico tornou-se cada vez mais ambicioso. Os catálogos de moda cresceram em altura, grossura e peso, ganharam textura, recursos gráficos e visuais fazendo deles uma experiência adicional à exposição.

Com projetos gráficos cada vez mais ambiciosos, os catálogos de exposições de moda tornaram-se objetos de desejo, tais como produtos de luxo. Por vezes, assumem dimensões desproporcionais a sua finalidade tornando-se grandes e pesados demais para serem manipulados. Alguns podem até servir como objetos de decoração, para serem cuidadosamente colocados sobre mesas de centro, assim como um quadro na parede. São vendidos a preços elevados e não só até o término da exposição, mas também em livrarias de todo o mundo e pela internet. Em certa

⁴⁷ Sarah Burton foi assistente de Alexander McQueen durante um longo período e com o falecimento do estilista em 2010, ela assume a direção criativa da marca.

medida, os catálogos tornaram-se publicações para serem folheadas como livros de arte.

O momento que o visitante tem contato com o catálogo é também um aspecto que deve ser considerado. Em geral, as lojas de instituições e exposições ficam localizadas no final da mostra, ora mais distantes em cômodos separados, ora tão próximas que parecem ainda fazer parte da exposição. A proximidade da loja com a exposição visa de forma bastante explícita, aproveitar o ânimo e a êxtase do visitante, que deslumbrado com a exposição adquire produtos a ela relacionados, de lápis e cartões postais a camisetas e catálogos.

Os catálogos adquiriram também um valor simbólico de guardar e lembrar as lembranças das experiências vivenciadas durante a exposição, pois guardam impressos em suas páginas uma parte da experiência promovida pela exposição. Possibilitam também que o contato com as peças exibidas seja prolongado após o término da exposição. Operam como outra plataforma de desenvolvimento do discurso curatorial em formato bidimensional.

Para além de exercerem a função de *souvenir*, os catálogos de exposição tornaram-se também importantes meios de acesso às coleções, que muitas vezes permanecem restritas às reservas técnicas de instituições museológicas e de colecionadores privados quando do término da exposição (BORKOPP-RESTLE et al, 2016). A “portabilidade” dos catálogos possibilita que seu conteúdo seja difundido para além dos espaços institucionais, alcançando indivíduos ao redor do mundo que não puderam experienciá-la pessoalmente.

Entretanto, o catálogo não deve ser considerado como uma réplica legítima da exposição, já que seu conteúdo pode não corresponder integralmente ao conteúdo exposto no evento. A edição da publicação, feita pelo curador, editor, designer gráfico ou outro profissional pode não retratar fielmente o conteúdo da exposição, apresentando mais ou menos informações textuais e visuais do que aquelas apresentadas na mostra.

A reprodução de algo espacial tridimensional em um suporte bidimensional exige que concessões sejam feitas, tanto no quesito da organização do conteúdo transferido da exposição para o catálogo, quanto na escolha das imagens que ilustram a publicação. Os “capítulos” podem não ser apresentados na mesma ordem que as “seções” da exposição, porém podem dispor de informações mais aprofundadas com relação aos textos de parede e legendas. O catálogo pode não conseguir registrar a

totalidade das obras expostas, ainda menos o modo como cada uma foi exposta e seu contexto expográfico, uma vez que as leis de direitos autorais podem restringir o uso de imagem de determinadas peças e devido a edição e até mesmo o lançamento da publicação ocorrer antes da abertura da exposição, não é possível fotografar as peças na exposição. Por conta destas e outras lacunas e imprecisões dos catálogos de exposições, parte do campo acadêmico desconsidera este tipo de publicação para fins científicos e didáticos (BORKOPP-RESTLE et al, 2016), ainda que muitos deles sejam editados por curadores de prestígio e contenham informações pouco conhecidas publicamente.

No Brasil e mais especificamente nas exposições de moda realizadas em São Paulo, a produção de catálogos parece não ser comum, isto é, nem todas disponibilizam publicações vinculadas à mostra. Exposições realizadas em shoppings, lojas e instituições educacionais, por exemplo, na maior parte das vezes não disponibilizam catálogos, apenas algum material gráfico simples e pouco informativo. Existem também exposições que produzem catálogos de melhor qualidade, mas o valor pelo qual são comercializados torna a sua aquisição inacessível.

A tiragem impressa é outro fator que restringe o acesso à grande parte dos catálogos; grande parte das exposições produzem um número limitado de exemplares, comercializados muitas vezes apenas durante a exposição e dentro do museu. No exterior, catálogos de exposições de arte e de moda de alguns museus são facilmente encontrados em livrarias, mesmo após o término da mostra.

Destaca-se também a escassez de exemplares de catálogos de exposições dedicadas à moda em acervos de bibliotecas públicas e privadas, sobretudo de instituições de ensino superior; dificilmente encontra-se algum exemplar de uma ou outra exposição realizada na capital paulista. Em muitos locais, que possuem bons acervos bibliográficos dedicados à moda, os catálogos de exposições estrangeiras são mais facilmente encontrados do que das nacionais. Isso aponta para a necessidade de estabelecer-se a preservação dos registros destas exposições, seja pelas publicações, pelo material gráfico ou pelo conteúdo efêmero (PECORARI, 2012; LESLIE, 2017) produzido pela moda e pelas exposições sobre o tema.

A partir do material consultado, não foi possível traçar uma evolução ou mesmo padrão no desenvolvimento dos catálogos, assim como ocorre nas exposições internacionais. A escrita, a formatação, o design gráfico, o tamanho e a tiragem de

cada publicação varia muito de exposição para exposição realizada durante um mesmo período.

Alguns catálogos de exposições mais antigas como “Labirinto da moda: uma aventura infantil” (1996) (SESC, 1996) e “Fantasia Brasileira: O Balé do IV Centenário” (1998) (SESC, 1998), ambos publicados pelo Sesc contêm textos extensos e imagens variadas, possuem aproximadamente vinte e oito centímetros de altura e em torno de duzentas páginas. As publicações são bastante completas, mas seu conteúdo textual tende para uma escrita acadêmica, apresentando muitas informações que podem não ter sido evidenciadas na mostra.

Catálogos grandes com projetos gráficos elaborados como os das exposições internacionais também são produzidos no país, no entanto, existem muitas críticas a este modelo de publicação. Stella Teixeira de Barros (2002), ao se referir a esse tipo de publicação produzidos para as exposições da BrasilConnects, destaca que estes catálogos “[...] costumam brilhar pelo tamanho e não pelo conteúdo. Difíceis até de carregar, são verdadeiros tijolos de fulgor gráfico” (BARROS, 2002, p. 70). Barros defende que estas publicações poderiam ser substituídas por folhetos e publicações mais modestos, textual e economicamente mais acessíveis, em outras palavras, os catálogos deveriam ser de mais fácil compreensão evitando escritas acadêmicas, priorizando o seu conteúdo ao invés do projeto gráfico.

O catálogo publicado na ocasião da exposição “Fashion Passion: 100 anos de moda na OCA” (2004) (FROMENT et al., 2004), promovida pela BrasilConnects, contrapõe-se ao caso descrito por Stella Teixeira de Barros. A publicação consiste em uma caixa com um pequeno livro de textos bastante concisos, acompanhados de imagens de página inteira, que apresentam poucas peças ou obras exibidas na ocasião da exposição. Os textos introdutórios parecem explicar o discurso curatorial e expográfico ao leitor, sem aprofundar o conteúdo ou apresentar uma lista de obras.

O catálogo da exposição “David Bowie” (2014) (DAVID, 2014) apresentada no MIS-SP, talvez seja o que mais se aproxima do modelo internacional contemporâneo, com textos precisos e fotos de altíssima qualidade técnica e estética. Entretanto, este fato não causa estranhamento, uma vez que a publicação nacional foi traduzida integralmente da publicação original inglesa concebida pelo Victoria & Albert Museum de Londres, mantendo inclusive seu design gráfico original.

Consta no relatório anual do MIS-SP, que o catálogo desta exposição não pode ser disponibilizado gratuitamente no site do museu, pois o mesmo foi publicado em

parceria com a editora Cosac Naify⁴⁸ e seria comercializado durante e após o período da exposição, por um valor relativamente elevado. Atualmente, a publicação pode ser encontrada em diversos sites na internet por valores que variam entre cento e cinquenta e mil e duzentos reais.

Isso indica outro aspecto relacionado aos catálogos de exposições de moda: seu custo. As qualidades técnica e estética da publicação elevam seu custo e conseqüentemente seu preço, tornando sua compra inacessível por boa parte dos visitantes das exposições. Em 2015, com o intuito de ampliar o acesso aos catálogos das suas exposições, o MASP introduziu uma nova política de publicações. O museu produziu dois formatos de catálogos: livros de capa dura, de grande formato e muitas páginas, com riqueza de imagens de obras e textos críticos (MASP, 2016); e brochuras, que “embora de tamanho menor e acabamento mais simples, elas incluem textos críticos e reproduções de todas as obras expostas” (MASP, 2016, p. 42).

A brochura produzida para a exposição “Arte na moda: coleção MASP – Rhodia” (2015) (PEDROSA; CARTA; TOLEDO, 2015), é um exemplo deste novo formato proposto pelo museu. Com tiragem de 6 mil exemplares, o conteúdo e a qualidade das imagens publicadas no catálogo em nada deixam a desejar para uma publicação tradicional. O custo era de dez reais, possibilitando que mais pessoas pudessem adquiri-lo, até mesmo durante a exposição, uma vez que haviam no espaço expositivo alguns totens em que poderiam ser adquiridos a partir de um sistema de autoatendimento.

No caso das exposições realizadas pelo MAB-FAAP, é possível observar como se deu a relação entre temática e catálogo, sobretudo no que se refere ao número de exemplares produzidos.

⁴⁸ A editora Cosac Naify ficou conhecida pelos seus projetos editoriais diferenciados de alto padrão, tanto em livros de arte e design quanto de literatura nacional e estrangeira, clássica e infanto-juvenil. A empresa encerrou suas atividades em meados de 2017.

Tabela 11 - Número de catálogos produzidos para as exposições de moda realizadas no MAB-FAAP entre 2008 e 2015.

Exposição	Ano	Número de exemplares
Papiers à la Mode	2008	1.000
Christian Lacroix - Trajes de Cena	2009	2.500
Os Anos Grace Kelly, Princesa de Mônaco	2011	2.000
Moda no Brasil. Criadores Contemporâneos e Memórias	2012	2.000
Work - Klaus Mitteldorf Photographs 1983-2013	2013	1.000 + 2.000
Blumenfeld Studio: New York 1941 – 1960	2014	750
Agatha vs Agatha: Agatha Ruiz de la Prada	2015	200

Fonte: Tabela produzida pelo autor a partir de dados coletados em Relatórios de Atividades Sociais da FAAP no período de 2008 a 2017 disponíveis online (FAAP, s.d.).

A partir da tabela 11, observa-se que o número de exemplares produzidos tem relação com a estimativa de número de visitantes de cada exposição. Produziu-se para a exposição “Christian Lacroix - Trajes de Cena” (2009) 2 mil e 500 exemplares, sendo que cerca de 46 mil pessoas visitaram a mostra; enquanto apenas 750 exemplares foram produzidos para a exposição “Blumenfeld Studio: New York 1941 – 1960” (2014), que recebeu aproximadamente 2 mil e 400 visitantes. Contudo, existem casos que destoam, como da mostra “Agatha vs Agatha: Agatha Ruiz de la Prada” (2015), que recebeu cerca de 10 mil e 800 visitantes e apenas 200 exemplares do catálogo foram disponibilizados.

Ressalta-se, que o número de exemplares produzidos para cada exposição também pode estar relacionado a outros dois fatores: à popularidade do assunto tratado pela exposição e do valor investido para a sua realização. Neste caso, acredita-se que a exposição sobre o costureiro francês Christian Lacroix tenha disponibilizado um número maior de catálogos pois o mesmo já era conhecido do público brasileiro, uma vez que, além da visibilidade na imprensa nacional e

internacional, já haviam sido realizadas outras duas exposições dedicadas ao trabalho de Lacroix no MAB-FAAP; e também porque a mostra foi realizada no ano da França no Brasil e, certamente, contou com considerável aporte financeiro. Por outro lado, o número reduzido de exemplares disponibilizados na mostra dedicada à estilista espanhola Agatha Ruiz de la Prada, talvez tenha relação com o pouco reconhecimento de seu trabalho no país e o limitado orçamento disponível para a realização da mostra num período de crise político-econômica pelo qual o país passava naquele momento.

Desta forma, constata-se que os catálogos de exposição de moda desempenham múltiplas funções, muito além de um meio de comunicação extraexposição. Estas publicações guardam em si o registro do evento e do seu conteúdo, da experiência vivenciada pelos visitantes e do fenômeno de espetacularização e popularidade que envolve as exposições dedicadas a este campo. Os catálogos são um material indispensável para o estudo das práticas expositivas de moda e do desenvolvimento de seus discursos curatoriais, que de certa forma se entrelaçam com os estudos e difusão da própria história da moda; esforços deveriam ser feitos para adquirir, colecionar, preservar, conservar e disponibilizar à sociedade essa valiosa documentação.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desta pesquisa foi possível verificar que as práticas expositivas de moda se desenvolveram em concomitância com a consolidação da cidade de São Paulo como centro de profissionalização e difusão de moda no país. As exposições de moda acompanharam o processo de organização do campo no Brasil, evidenciado a partir dos anos 1980 e, por vezes, serviu como retrato do momento pelo qual passava o setor.

Percebeu-se, por meio do mapeamento, que as exposições dedicadas à moda se tornaram mais frequentes a partir dos anos 2000, quando passaram a ocupar diversos locais da cidade. Isso se reflete também nos vários perfis das mostras; das pequenas e mais modestas às megaexposições de perfil internacional, produzidas no país ou vindas do exterior. A pesquisa mostrou, que o Brasil já integra o circuito de exposições de moda internacional, ainda que em um caminho de mão única, isto é, o país já é destino de exposições de moda concebidas no exterior.

O estudo sobre as exposições, ainda que recente, mostra-se cada vez mais relevante e indispensável para compreender a importância das produções expositivas na história e na contemporaneidade. Analisar o discurso curatorial, a escolha das obras, do espaço e da concepção expográfica é essencial para entender como se estabeleceram e como são administrados e revistos os significados atribuídos aos objetos representativos da cultura material e visual.

A pesquisa destacou a importância dos locais em que as exposições de moda são apresentadas, seja durante semanas de moda, em museus públicos ou privados, instituições educacionais, shopping centers, entre outros. Tornou-se essencial ressaltar as particularidades de cada local para compreender as especificidades do desenvolvimento das práticas curatoriais de moda e do próprio campo no Brasil, especialmente na cidade de São Paulo.

Consolidado como o principal evento de divulgação e de lançamento da moda no Brasil, o SPFW não somente foi fundamental para a organização do campo da moda no país, mas também, desempenhou um papel singular na introdução e difusão da cultura de moda no âmbito nacional. As exposições realizadas dentro da programação do evento diferenciam-no de outras semanas de moda internacionais, como Londres, Nova York e Paris, uma vez que estas não organizam exposições dentro de suas programações.

Ao se tratar do SPFW, constatou-se que Paulo Borges despontou como um importante articulador entre os vários segmentos da moda, desde as tecelagens aos lojistas. Além disso, Paulo Borges participou de algumas das principais articulações com o intuito de ressaltar a relevância da moda brasileira para o país, tanto no setor político-econômico quanto no setor sociocultural. Neste aspecto, as exposições apresentadas durante a programação do SPFW são resultantes dos esforços realizados pelo evento e pela figura de Paulo Borges, bem como servem de estímulo para os debates sobre a valorização da moda no âmbito nacional.

Observou-se também que, apesar de não haver museus dedicados à moda na cidade de São Paulo, várias instituições museológicas disponibilizaram seus espaços para a realização de um grande número de exposições dedicadas, sobretudo, à moda nacional. Ainda que muitas exposições não tenham sido concebidas pelas próprias instituições, a diversidade de museus que sediaram exposições revela a capacidade da moda em tratar de diferentes assuntos.

Neste aspecto, o MAB-FAAP se destacou como um espaço que desde o final dos anos 1980 realizou frequentemente exposições de moda. Durante as últimas décadas, constatou-se que o MAB-FAAP desempenhou um papel central no desenvolvimento das práticas expositivas no país ao apresentar temas, estilistas e grifes estrangeiras desconhecidas por grande parte do público, embora o propósito de sua fundação e seu acervo seja direcionado à arte brasileira e a formação de sua coleção de moda seja recente.

As instituições de ensino que oferecem cursos de moda na cidade de São Paulo também foram relevantes para esta pesquisa. Se por um lado, as escolas e universidades foram responsáveis pela capacitação dos profissionais do campo no país; por outro lado, elas incentivaram a produção de moda nacional, principalmente através de exposições sobre marcas, profissionais, personalidades brasileiras de relevância histórica, de pesquisas de docentes e trabalhos de alunos e ex-alunos.

Enquanto as exposições realizadas em instituições educacionais são caracterizadas por seu caráter pedagógico, as mostras apresentadas em shopping centers e lojas, por sua vez, carregam consigo um forte apelo mercadológico e publicitário, apesar de terem sido identificados perfis distintos de exposições. Percebeu-se que o local de realização das exposições está diretamente relacionado ao perfil de público frequentador destes locais, uma vez que, mostras maiores promovidas por ou sobre grifes de luxo foram realizadas em shoppings de alto padrão,

ao passo que mostras menores foram apresentadas em shoppings com vocação mais popular. Ou seja, constatou-se, que a escolha do local está estritamente relacionada ao tema e ao público que se deseja alcançar por meio da exposição.

A diversidade de locais que sediaram exposições de moda na cidade de São Paulo, aponta que, o desenvolvimento das práticas expográficas dedicadas ao tema ocorreu de forma independente de acervos e de instituições museológicas. Conseqüentemente, as práticas e os processos curatoriais relacionados à moda se desenvolveram de forma pulverizada e inconstante, fato que também está relacionado com a formação dos profissionais que organizaram exposições sobre o tema na cidade de São Paulo.

Muitos dos responsáveis por conceber exposições dedicadas à moda são oriundos dos campos das artes, da história, da sociologia, do jornalismo, entre outros; isto é, não possuem formação ou especialização em conservação e tecnologia têxtil ou curadoria de moda. Tiveram que aprender na prática, por vezes desenvolvida de forma esporádica e independente. A carência de literatura em língua portuguesa, a escassez de cursos voltados à prática curatorial no país e a lacuna deixada pelos currículos dos cursos superiores de moda nacionais, que não incluem estudos a respeito de exposições e o desenvolvimento de atividades relacionadas à curadoria; evidenciam esta constatação.

Apesar dessas especificidades, verificou-se que a cidade de São Paulo já sediou várias exposições dedicadas à moda, inclusive megaexposições. Este formato expositivo, conforme destacado na pesquisa e ao contrário do que se acredita, não é recente no contexto internacional e o seu surgimento pode estar relacionado à realização de algumas exposições de moda.

O estudo sobre as megaexposições aponta para outro fenômeno: o número de visitantes de exposições de moda. Mesmo que o fator quantitativo não seja o único aspecto considerado para a análise da qualidade de uma exposição, observou-se que este é um tópico bastante polêmico e muitas vezes utilizado pelas instituições e pelos curadores para atestar o sucesso da mostra à mídia e aos patrocinadores. Embora poucas instituições tenham disponibilizado o número de visitantes de suas exposições, foi possível notar, por meio das informações cedidas pelo MAB-FAAP, que o fenômeno da popularidade das exposições de moda já foi vivenciado na capital paulista, mesmo que os valores sejam bem inferiores àqueles alcançados por grandes instituições internacionais.

A pouca importância dada aos registros das exposições de moda no país, foi outro aspecto ressaltado pela pesquisa. Percebeu-se que são poucas as instituições nacionais que preservam e disponibilizam ao público materiais gráficos, fotografias, registro jornalísticos ou qualquer outro registro que ateste a realização de mostras dedicadas ao tema. Evidenciou-se a relevância dos catálogos e das publicações de exposições, não somente para o registro e estudo das produções expositivas, mas também como objeto que possui a potência de prolongar a fruição da exposição, de evocar a experiência de visita e de ampliar o acesso ao conteúdo da mostra a quem não foi possível vivenciá-la pessoalmente.

Tem-se consciência de que algumas lacunas persistem, visto que muitas informações ainda permanecem pulverizadas e permanecem desconhecidas. É preciso conscientizar as instituições nacionais da relevância de preservar os registros das exposições de moda, pois eles representam parte da história, não somente do desenvolvimento do campo, mas também do país.

A história da moda, sem sombra de dúvida, tem muito a ganhar com o estudo das práticas curatoriais e expositivas, uma vez que as exposições possibilitam múltiplas narrativas e revelam relações ainda desconhecidas, tanto entre obras quanto entre fatos e momentos históricos, indivíduos e comunidades. A moda perpassa por questões históricas, políticas, econômicas, sociais, estéticas, tecnológicas e uma infinidade de outros assuntos que dialogam com um amplo e variado grupo de indivíduos. As exposições são oportunidades únicas para vivenciar a moda em outra dinâmica, observar por novas perspectivas e perceber suas subjetividades.

Sem a pretensão de esgotar o assunto, esta pesquisa contribui para o avanço das discussões e resalta a existência de outros caminhos possíveis para o estudo da história da moda no país. Espera-se, que a partir desta pesquisa surjam novas percepções a respeito das exposições de moda e se ampliem os horizontes para as práticas curatoriais no país.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA Estado. "Fashion Passion" conta cem anos de história da moda. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, 14 set. 2004. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,fashion-passion-conta-cem-anos-de-historia-da-moda,20040914p5002>. Acesso em: 10 out. 2017.
- AHMED, Fatema. Runway successes – the appeal of fashion exhibitions in museums. In: **Apollo** – The Internacional Art Magazine [s. l.], 01 jun. 2019. Disponível em: https://www.apollo-magazine.com/fashion-exhibitions-museums/?utm_source=Adestra&utm_medium=email&utm_content=Weekly%20Roundup%2020190607&utm_campaign=Newsletters. Acesso em: 05 jun. 2019.
- AMARAL, Aracy. Uma Curadoria. In: **ARTE!Brasileiros**, [s. l.]. 02 jul. 2019. Disponível em: <https://artebrasileiros.com.br/arte/uma-curadoria/>. Acesso em: 04 jul. 2019.
- ANDERSON, Fiona. Museums as fashion media. In: BRUZZI, Stella (Ed.); GIBSON, Pamela Church (Ed.). **Fashion cultures: theories, explorations and analysis**, pp. 371-389. New York: Routledge, 2000.
- APOLLO**. Are museums too preoccupied by visitor numbers? In: **Apollo** – The Internacional Art Magazine [s. l.], 23 abr. 2018. Disponível em: <https://www.apollo-magazine.com/are-museums-too-preoccupied-by-visitor-numbers/>. Acesso em: 27 abr. 2019.
- ASSOCIAÇÃO DO PAÇO DAS ARTES FRANCISCO MATARAZZO SOBRINHO. **Relatório do Anual de 2014**. São Paulo: Associação do Paço das Artes Francisco Matarazzo Sobrinho, 2014. Disponível em: http://www.mis-sp.org.br/sites/default/files/relatorio_de_atividades_e_financas_de_2014.pdf. Acesso em: 30 julho 2018.
- BAIÃO, Joana. Memórias de exposições: o projeto RaisExpo. **MIDAS**, n. 6, p. 1-10, 2016. Disponível em: <http://midas.revues.org/969>. Acesso em: 05 fev. 2018.
- BANGERT, Albrecht. **VISIONAIRE: para todos os sentidos**. São Paulo: Instituto Tomie Ohtake, 2010.
- BARBUY, Heloisa. O Brasil vai a Paris em 1889: um lugar na Exposição Universal. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 211-261, jan. 1996. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/5342/6872>. Acesso em: 30 mar. 2018.
- BARDI, P. M. **The Arts in Brazil: a New Museum at São Paulo**. Milan: Edizioni Del Milione, 1956.
- BARNET, Sylvan. **A short guide to writing about art**. New York: HarperCollins College, 1993.
- BARROS, Stella Teixeira de. Males de nascença. **Revista USP: Cinquenta anos de Bienal Internacional de São Paulo**, n. 52, 2002, pp. 64-71. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/33165/35903>. Acesso em: 07 jul. 2019.
- BASS-KRUEGER, Maude. Fashion Collections, Collectors, and Exhibitions in France, 1874–1900: Historical Imagination, the Spectacular Past, and the Practice of

Restoration. **Fashion Theory**, Volume 22, Issues 4-5, Jan. 2018, p. 405-433.

Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1362704X.2018.1425354>. Acesso em: 20 set 2018.

BAUDOT, François. **Moda do século**. 3. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

BERGAMO, Mônica. Mônica Bergamo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 20 jun. 2003.

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2006200305.htm>. Acesso em: 12 ago. 2018.

BERGAMO, Mônica. Mônica Bergamo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 29 jun. 2019.

Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2019/06/deltan-queria-acelerar-acoes-contra-jacques-wagner-em-2018-mostram-mensagens.shtml>. Acesso em: 01 jul 2019.

BOLTON, Andrew. **Alexander McQueen: Savage Beauty**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2011.

BOLTON, Andrew. **AngloMania: Tradition and Transgression in British Fashion**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2006. Disponível em:

<http://resources.metmuseum.org/resources/metpublications/pdf/AngloMania_Tradition_and_Transgression_in_British_Fashion.pdf>. Acesso em: 04 de maio de 2019.

BONADIO, Maria Claudia. A Moda no MASP de Pietro Maria Bardi (1947-1987).

Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material, São Paulo, v. 22, n. 2, p. 35-70, dez. 2014a. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142014000200003&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 17 junho 2018.

BONADIO, Maria Claudia. A Produção acadêmica sobre moda na pós-graduação *Stricto sensu* no Brasil. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 50-146, dez. 2010. Disponível em:

http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/03_IARA_vol3_n3_Dossie.pdf. Acesso em: 26 julho de 2018.

BONADIO, Maria Claudia. Brazilian fashion and the “exotic”. In: **International Journal of Fashion Studies**. [S. l.: s. n.], 2014b, vol. 1, n. 1, pp. 57-74. Disponível em:

<<http://www.ingentaconnect.com/content/intellect/infos/2014/00000001/00000001/art0004>>. Acesso em: 06/05/2014, às 16h19.

BONADIO, Maria Claudia. **Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960**. São Paulo: nVersos, 2014c.

BONADIO, Maria Claudia. **Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920**. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

BORCHGRAVE, Isabelle; BROWN, Rita. **Papiers à la Mode**. São Paulo: MAB-FAAP, 2008.

BORGES, Paulo. **Day1 - A história de Paulo Borges e a criação da SPFW**.

Endeavor Brasil. 2014. 26min38, color. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=cghSroh9wiQ>. Acesso em: 11 jun. 2019.

BORKOPP-RESTLE, Birgitt et al. Museums and the Making of Textile Histories: Past, Present, and Future. **Perspective**, [s. l.: s. n.], vol. 1, 2016. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/perspective/6179>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O Costureiro e sua Grife: contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. São Paulo: Zouk, 2004, pp. 113-190.

BRANCO, Carlos Eduardo Castello et al. **Setor de shopping center no Brasil: evolução recente e perspectivas**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 26, p. 139-190, set. 2007. Disponível em:

https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2575/1/BS%2026%20Setor%20de%20shopping%20center%20no%20Brasil_P.pdf. Acesso em: 25 de maio de 2019.

BRASIL. **Colegiado Setorial de Moda - Conselho Nacional de Política Cultural**. Disponível em: <http://moda.cnpc.cultura.gov.br/>. Acesso em: 30 de maio de 2019.

BRASIL. **Decreto** n.º 5.520, de 24 de agosto de 2005. Institui o Sistema Federal de Cultura - SFC e dispõe sobre a composição e o funcionamento do Conselho Nacional de Política Cultural - CNPC do Ministério da Cultura, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5520.htm. Acesso em: 19 jul 2019.

BRASIL. **Lei** n.º 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8313cons.htm. Acesso em: 19 jul 2019.

BRASIL. **Ministério da Cidadania - Secretaria Especial da Cultura**. Disponível em: <http://cultura.gov.br/secretaria/>. Acesso em: 02 jun. 2019.

BRASIL. **Plano Setorial Moda**. Disponível em: http://moda.cnpc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/17/2016/05/Plano-Setorial-da-Moda_revisado-1.pdf. Acesso em: 30 maio 2019.

BUENO, Maria Lucia; CASTRO, Ana Lucia de; CAMARGO, Luiz Octavio Lima. Das butiques a São Paulo Fashion Week: história e organização do campo da moda no Brasil (Notas sobre um trabalho de pesquisa em andamento). In: Colóquio de Moda, 4., 2008, Novo Hamburgo. **Anais Colóquio de Moda**. Novo Hamburgo: Feevale, 2008. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/edicoes/4-Coloquio-de-Moda_2008/42142.pdf. Acesso em: 21 set. 2017.

BURTON, Victor. **Recordações da Exposição Nacional de 1861**. Rio de Janeiro: Confraria dos Amigos do Livro, 1977.

CASTILLO, Sonia Salcedo Del. **Arte de expor: curadoria como *exposis***. Rio de Janeiro: Nau, 2014.

CASTRO, Eliana. Fascinante turnê por 100 anos de moda. Caderno 2. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, p. 47, 13 out. 1992. Disponível em:

<https://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19921013-36154-nac-0047-cd2-1-not>. Aceso em: 22 mar. 2018.

CENTRE National du Costume de Scène (CNCS). **Le musée**. Disponível em: <http://www.cncs.fr/le-mus%C3%A9?language=fr>. Acesso em: 02 maio 2018.

CENTRO DE DIFUSÃO DO CONHECIMENTO. **Manual de normalização para apresentação de trabalhos acadêmicos**. Juiz de Fora: UFJF, 2019. Disponível em: <http://www.ufjf.br/biblioteca/servicos/normalizacao-2/>. Acesso em: 20 jul 2019.

CLARK, Judith; HAYE, Amy de la; HORSLEY, Jeffrey. **Exhibiting Fashion: Before and After 1971**. London: Yale University Press, 2014.

COELHO, Ricardo. O que é uma exposição? In COELHO, Ricardo. **Concepção de projetos para montagem de exposições de arte** - caderno de experiências. São Paulo: Senac, 2007, p. 39-43.

COLEGIADO Setorial de Moda. **Plano Setorial Moda**. Disponível em: http://moda.cnpc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/17/2016/05/Plano-Setorial-da-Moda_revisado-1.pdf. Acesso em: 30 maio 2019.

CONSELHO Nacional de Política Cultural. **Conselho Nacional de Política Cultural – CNPC: O que é?** Disponível em: http://cnpc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/3/2016/05/Cartilha_CNPC_148x21_Final.pdf. Acesso em: 30 maio 2019.

CONSELHO Nacional de Política Cultural. **Regimento Interno do Colegiado Setorial de Moda**. Disponível em: <http://moda.cnpc.cultura.gov.br/regimento-interno/>. Acesso em: 30 maio 2019.

CORREIO do Brasil. A exposição “Fashion Passion” conta a história da moda do século XX. **Correio do Brasil**, Rio de Janeiro, 16 set. 2004. Disponível em: <https://www.correiodobrasil.com.br/a-exposicao-fashion-passion-conta-a-historia-da-moda-do-seculo-xx/>. Acesso em: 10 out. 2017.

CORREIO do Brasil. Mostra “Fashion Passion” conta a história dos 100 anos da moda. **Correio do Brasil**, Rio de Janeiro, 11 set. 2004. Disponível em: <https://www.correiodobrasil.com.br/mostra-fashion-passion-conta-a-historia-dos-100-anos-da-moda/>. Acesso em: 10 out. 2017.

CRISPI, Ana Paula Lobo. O Costume do ano 2045 de Salvador Dali: a história de um vestido. In: PAULA, Teresa Cristina Toledo de (ed.). **Tecidos e sua conservação no Brasil: museus e coleções**. São Paulo: Museu Paulista da USP, 2006, p. 171-174.

CUNHA, Aguinaldo Cristofani Ribeiro da (org.). **APCA 60 anos**. 1. ed. São Paulo: Monolito, 2017.

CYPRIANO, Fabio (org.); OLIVEIRA, Mirtes Martins de (org.). **História das exposições**. Casos exemplares. São Paulo: EDUC, 2016.

CYPRIANO, Fabio. BrasilConnects suspende suas atividades: Entidade promoveu "Picasso na Oca" e foi fundada por Edemar Cid Ferreira, do Banco Santos, hoje sob intervenção. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 21 dez. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2112200418.htm>. Acesso em: 09 jan. 2018.

DAVID Bowie is inside. Tradução de Donaldson M. Garschagen. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

DÁVILA, Sérgio. GASTROBADALAÇÃO embala São Paulo. Cotidiano. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 08 jun. 2003. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0806200313.htm>. Acesso em: 12 ago. 2018.

DELPPIERRE, Madeleine; VANIER, Henriette. **Modes des Années Folles - 1919-1929**. Paris: Musée du Costume de la Ville de Paris (Annexe du Musée Carnavalet), 1970.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François (Ed.). **Conceitos-chave de Museologia**. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus; Pinacoteca do Estado de São Paulo; Secretaria de Estado da Cultura, 2013.

DIETZ, Thomas Walter. Curadoria de moda: evidenciando algumas singularidades. In: **Anais do 4º. Congresso Internacional de Memória, Design e Moda**. Moda Documenta: Museu, Memória e Design, ano 4, n. 1, Maio de 2017. Disponível em: <http://www.modadocumenta.com.br/anais-2017/>. Acesso em: 07 jul 2019.

DINIZ, Pedro. Em carta, setores culturais criticam uso da Lei Rouanet para desfile de grife de luxo. **Folha de S. Paulo**. Publicado em 07 set. 2013. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/09/1338583-em-carta-setores-culturais-criticam-uso-da-lei-rouanet-para-desfile-de-grife-de-luxo.shtml>. Acesso em: 02 jun. 2019.

DINIZ, Pedro. Por posição de patrocinador, artistas e estilistas deixam projeto do Masp. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 08 dez. 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/pedrodiniz/2017/12/1941908-por-posicao-de-patrocinador-artistas-e-estilistas-deixam-projeto-do-masp.shtml>. Acesso em: 12 ago. 2018.

ESPECIAL, Ana Luísa Ferreira Braga. **Arte versus blockbuster: as exposições de impacto de arte contemporânea em Portugal**. 2007. Dissertação (Mestrado em Estudos Curatoriais) – Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/9167>. Acesso em: 08 jul. 2019.

ESTADO de S. Paulo. Trajes vão ter Museu. **Estado de S. Paulo**, 8 de maio de 1966, pp. 13.

FAAP. **Responsabilidade social** – Relatório Social. Disponível em: <http://faap.br/responsabilidadesocial/relatorio-social.asp>. Acesso em: 12 fev. 2019.

FASHION Forward (FFW). **Anuncie**. Disponível em: <http://ffw.uol.com.br/anuncie/>. Acesso em: 11 de maio de 2019.

FERREIRA, Juca. **Transcrição da fala do Ministro de Estado da Cultura do Brasil Sr. Juca Ferreira durante a Mesa de Abertura do I Seminário Nacional de Moda**. I Seminário Nacional de Moda, Salvador, de 27 a 29 de setembro de 2010. Disponível em: <http://www.iniciativacultural.org.br/2011/01/seminario-e-pesquisa-economia-e-cultura-da-moda/>. Acesso em: 02 jun. 2019.

FILIPOVIC, Elena. What Is an Exhibition? In HOFFMANN, Jens (Ed.). **Ten Fundamental Questions of Curating**. Milan: Mousse, 2013, p. 73-81.

FOLHA de S. Paulo. Pinheiros ganha mais 2 casas para shows, eventos e festas: Novos espaços unem restaurante e pista de dança no mesmo endereço. Via sp. **Folha de S. Paulo**, 25 de maio de 1995, Caderno Especial – 1. Disponível em: <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=12799&keyword=Phabrica&anchor=509815&origem=busca&pd=60d5e8fbd470b81b283ae05609e7c1ac>. Acesso em: 19 de maio 2019.

FREIRE, Cristina. Dos museus e das exposições: por uma breve arqueologia do olhar. In SISTEMA Estadual de Museus - SISEM SP (Org.). **Museus: o que são, para que servem?** Brodowski: ACAM Portinari; Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, 2011, p. 69-77. Coleção Museu Aberto.

FROMENT, Jean-Louis. Fashion Passion. In: FROMENT, Jean-louis et al. **Fashion Passion: 100 Anos de Moda na OCA.** São Paulo: Brasilconnects Cultura, 2004.

FROMENT, Jean-louis et al. **Fashion Passion: 100 Anos de Moda na OCA.** São Paulo: Brasilconnects Cultura, 2004.

FRÚGOLI JR., Heitor. Os Shoppings de São Paulo e a Trama do Urbano: Um Olhar Antropológico. PINTAUDI, Silvana Maria (org.); FRÚGOLI JR., Heitor (org.).

Shopping centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras. São Paulo: Unesp, 1992, pp. 75-92.

GALERIA do Hotel Lycra (São Paulo, SP). In: **ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras.** São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/instituicao364469/galeria-do-hotel-lycra-sao-paulo-sp>. Acesso em: 12 ago. 2018. Verbete da Enciclopédia.

GARCIA, André da Costa Ramos; BONADIO, Maria Claudia. O Museu e moda. **ModaPalavra E-periódico**, ano 8, n.16, Jul.-Dez. 2015, pp. 025 – 036. Disponível em:

<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/1982615x08162015025>. Acesso em: 15 fev. 2019.

GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. **Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX.** São Paulo: Edusp, 2004.

GORGUET-BALLESTEROS, Pascale; BONIN, Marie. Le fonds ancien du Palais Galliera, musée de la Mode de la Ville de Paris: nouvelles perspectives de recherche. In GEORGEL, Chantal (dir.). **Choisir Paris: les grandes donations aux musées de la Ville de Paris.** Collections électroniques de l'INHA. Disponível em: <http://inha.revues.org/6915>. Acesso em: 13 mar 2018.

GORGULHO, Guilherme. Exposição na Oca viaja na história da moda do século 20. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 09 set. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u47245.shtml>. Acesso em: 10 out. 2017.

GRAGNANI, Juliana; DINIZ, Pedro. Setores culturais reagem ao uso da lei Rouanet na moda. **Folha de S. Paulo.** Publicado em 28 ago. 2013. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/08/1332741-setores-culturais-reagem-ao-uso-da-lei-rouanet-na-moda.shtml>. Acesso em: 02 jun. 2019.

GREENBERG, Reesa; FERGUSON, Bruce W.; NAIRNE, Sandy (Ed.). **Thinking about Exhibitions.** London: Routledge, 2005.

HANTELMAANN, Dorothea von. The Curatorial Paradigm. **The Exhibitionist: Journal on Exhibition Making**, Berlin, [s. n.] n. 4, p. 6-12, jun. 2011. Disponível em: <https://img1.wsimg.com/blobby/go/da1f680c-d473-4a1f-96ec-228d06bc117b/downloads/Exhibitionist%204.pdf?ver=1562942035694>. Acesso em: 12 jul 2019.

- HAYE, Amy de la. Exhibiting Fashion Before 1971. In: CLARK, Judith; HAYE, Amy de la; HORSLEY, Jeffrey. **Exhibiting Fashion: Before and After 1971**. London: Yale University Press, 2014, p. 9-56.
- HAYE, Amy de la; CLARK, Judith. Introduction. In: CLARK, Judith; HAYE, Amy de la; HORSLEY, Jeffrey. **Exhibiting Fashion: Before and After 1971**. London: Yale University Press, 2014, p. 6-8.
- HEGEWISCH, Katharina. Um meio à procura de sua forma – as exposições e suas determinações. **Arte & Ensaios - Revista do Programa de Pós-graduação em Artes Visuais - EBA - UFRJ**, Rio de Janeiro, n. 13, p. 185-197, 2006. Disponível em: https://www.ppgav.eba.ufrj.br/wp-content/uploads/2012/01/ae13_katharina_hegewisch.pdf. Acesso em: 20 nov. 2017.
- HERREMAN, Yani. Mostras, exposições e exposições. In BOYLAN, Patrick J. (Ed.) **Como gerir um museu: manual prático**. Brodowski, SP: Associação Cultural de Apoio ao Museu Casa de Portinari; Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, 2015, p. 74-85.
- HOFFMANN, Jens (ed.). **Ten Fundamental Questions of Curating**. Milan: Mousse, 2013.
- HOFFMANN, Jens. **Curatoria de A a Z**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2017.
- HORSLEY, Jeffrey. An Incomplete Inventory of Fashion Exhibitions Since 1971. In: CLARK, Judith; HAYE, Amy de la; HORSLEY, Jeffrey. **Exhibiting Fashion: Before and After 1971**. London: Yale University Press, 2014, p. 169-245.
- HUDEK, Antony. Colecionar e Recolecionar história das exposições. In: MARINGELLI, Isabel Cristina Ayres da Silva (Org.). **III Seminário Serviços de Informação em Museus: Colecionar e significar - documentação de acervos e seus desafios**. São Paulo: Pinacoteca de São Paulo, 2016, p. 49-61.
- IGUATEMI. **Responsabilidade social**. Disponível em: <https://iguatemi.com.br/institucional/responsabilidade-social>. Acesso em: 25 de maio de 2019.
- JOYEUX-PRUNEL, Béatrice; MARCEL, Olivier. Exhibition Catalogues in the Globalization of Art. A Source for Social and Spatial Art History. **Artl@s Bulletin**, vol. 4, n. 2, 2016, article 8, pp. 80 - 104. Disponível em: <https://docs.lib.purdue.edu/artlas/vol4/iss2/8/>. Acesso em: 28 abr. 2019.
- KALIL, Gloria. Com que roupa eu vou ao baile que você me convidou? In: FROMENT, Jean-louis et al. **Fashion Passion: 100 Anos de Moda na OCA**. São Paulo: Brasilconnects Cultura, 2004.
- KISSELGOFF, Anna. Barbara Karinska Dies at 97; City Ballet Costume Designer. **The New York Times**, New York, 19 de out. de 1983. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1983/10/19/obituaries/barbara-karinska-dies-at-97-city-ballet-costume-designer.html>. Acesso em: 19 de maio de 2019.
- LAPRADE, Maxime. Haute couture et expositions universelles, 1900–1925. **Apparence(s) - Histoire et culture du paraître**, n. 7, 2017. Disponível em: <http://journals.openedition.org/apparences/1370>. Acesso em: 07 jul. 2017.
- LAURENT, Yves Saint et. al. **Yves Saint Laurent**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 1983. Disponível em: https://www.metmuseum.org/art/metpublications/Yves_Saint_Laurent?Tag=&title=&

uthor=&pt=0&tc=0&dept={70F0A38B-BF1E-45E1-ADBD-2D63B35A714D}&fmt=0>. Acesso em: 04 de maio de 2019.

LAZARETTI, Mariella. Salão à moda antiga. **Jornal da tarde**, São Paulo, 1992.

Disponível em:

<https://www.flickr.com/photos/ateliernadrecita/2610264567/in/photostream/>. Acesso em: 22 mar. 2018.

LEITÃO, Débora Krischke. Anatomia cultural da moda brasileira: apontamentos sobre corpo, nudez e erotismo. **Vivência**, UFRN, n. 37, 2011, p. 59-72. Disponível em:

http://www.cchla.ufrn.br/vivencia/sumarios/37/PDF%20para%20INTERNET_37/04_D%C3%A9bora%20Krischke%20Leit%C3%A3o.pdf. Acesso em: 08 out. 2017.

LEITÃO, Débora Krischke. **Brasil à Moda da Casa: Imagens da Nação na Moda Brasileira Contemporânea**. 2007. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/10252>. Acesso em: 21 jul 2019.

LEITE, Rogério Cezar de Cerqueira. Quem tem medo da organização social? A organização social é o melhor remédio contra a mediocridade militante, que se torna intocável em instituições de pesquisa. **Folha de S. Paulo**, 14 de fev. 2003.

Disponível em: <http://www.bresserpereira.org.br/Documents/MARE/terceiros-papers/03.Rogério-Cerqueira-Leite.pdf>. Acesso em: 28 de maio de 2019.

LESLIE, Esther. Fashion Remains: The Epistemic Potentials of Fashion Ephemera, Doctoral Thesis in Stockholm Fashion Studies. **Konsthistorisk tidskrift**, vol. 86, n. 2, 2017, pp.137-142. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00233609.2016.1189958>. Acesso em: 15 fev 2018.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. Tradução de Eduardo Brandão. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LONZA, Furio. **História do uniforme escolar no Brasil**. São Paulo: Rhodia, 2005.

MACCARI, Aline. **Reportagem: Fashion Passion** – TV Globo SP. 2004. 2min33, color. Disponível em: <https://youtu.be/u5Jv7FzGY8Q>. Acesso em: 08 out. 2017.

MACKAY-SMITH, Alexander; DRUESEDOW, Jean R.; RYDER, Thomas. **Man and the Horse: An Illustrated History of Equestrian Apparel**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 1984. Disponível em:

<http://resources.metmuseum.org/resources/metpublications/pdf/Man_and_the_Horse_an_illustrated_history_of_equestrian_apparel.pdf>. Acesso em: 04 de maio de 2019.

MAILEY, Jean. **The Manchu Dragon: Costumes of China - The Ch'ing Dynasty**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 1980. Disponível em:

<http://resources.metmuseum.org/resources/metpublications/pdf/The_Manchu_Dragon_Costumes_of_the_Ching_Dynasty_1644_1912.pdf>. Acesso em: 04 de maio de 2019.

MARCHETTI, Luca; REINACH, Simona Segre. **Exhibit! La moda esposta: lo spazio della mostra e lo spazio della marca.** Milano: Bruno Mondadori, 2017. Collana Scientifica “Culture, moda e società”.

MARTIN, Richard; KODA, Harold. **Christian Dior.** New York: The Metropolitan Museum of Art, 1996. Disponível em: <http://resources.metmuseum.org/resources/metpublications/pdf/Christian_Dior.pdf>. Acesso em: 04 de maio de 2019.

MARTIN, Richard; KODA, Harold. **Haute Couture.** New York: The Metropolitan Museum of Art, 1995.

MASP. **Relatório anual de atividades MASP 2015.** São Paulo: MASP, 2016. Disponível em: <https://masp.org.br/uploads/about-governance-items/Xio4CiXiQwuAp65h9UcGyAs3n7khWEuO.pdf>. Acesso em: 21 mar 2019.

MCNEIL, Peter. “We’re Not in the Fashion Business”: Fashion in the Museum and the Academy. **Fashion Theory**, vol. 12, n. 1, p. 65–82. Disponível em: <http://docserver.ingentaconnect.com/deliver/connect/bloomsbury/1362704x/v12n1/s4.pdf?expires=1432509461&id=81881148&titleid=6312&accname=Thomas+Dietz&checksum=E48EF6AE5A3A4E4EDB3F7CE595F51602>. Acesso em: 24 maio 2015.

MCPHERSON, Elizabeth. Barbara Karinska: Costume Couturier. In: **Dance Teacher.** Publicado em 09 de nov. de 2008. Disponível em: <https://www.dance-teacher.com/barbara-karinska-costume-couturier-2392280486.html>. Acesso em: 19 de maio de 2019.

MELCHIOR, Marie Riegels; SVENSSON, Birgitta (Ed.). **Fashion and Museums: theory and practice.** London: Bloomsbury, 2014.

MENOTTI, Gabriel. Obras à mostra: articulações do trabalho de arte pelo desenho de exposição. **ARS (São Paulo)**, Brasil, v. 11, n. 22, p. 53-69, Jun. 2013.

MERLO, Márcia (org.). **Memórias e museus.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

METROPOLITAN Museum of Art. **The Costume Institute - Press.** Publicado em: 18 out. 2016. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/press/general-information/2011/the-costume-institute>. Acesso em: 13 junho 2018.

MICHETTI, Miqueli. A moda e o MinC: a posição da moda nas políticas culturais federais a partir dos anos 2000. **Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio**, n. 14, jan/jun, 2014, pp. 74-91. Disponível em: https://www.academia.edu/23006950/A_moda_e_o_MinC_a_posi%C3%A7%C3%A3o_da_moda_nas_pol%C3%ADticas_culturais_federais_a_partir_dos_anos_2000. Acesso em: 30 maio 2019.

MICHETTI, Miqueli. Os usos da diversidade cultural no mercado mundial de moda: a dinâmica das identidades nacionais na globalização. **Latitude**, v. 3, n. 1, 2009, p. 96-124. Disponível em: http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/643/pdf_49. Acesso em: 08 out. 2017.

MINISTÈRE du commerce et de l'industrie, des postes et des télégraphes. **Catalogue général officiel / Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes, Paris, avril-octobre 1925.** Paris: Vaugirard, [1925]. Disponível em: <https://www.cmog.org/library/catalogue-ge-ne-ral-officiel-exposition->

internationale-des-arts-de-coratifs-et-industriels?fbclid=IwAR3-6lscVj-6Cuo74tjg4CTeLuKCznHZRhEA3iuagKgamybK78KVi0pOlca. Acesso em: 25 set 2017.

MINISTÉRIO da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**, 2011 – 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro_web2edicao.pdf. Acesso em: 05 jun. 2019.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Portaria n.º 28, de 19 de março de 2010. Dispõe sobre o Regimento Interno do CNPC. **Conselho Nacional de Política Cultural - CNPC: o que é? – Estrutura e atribuições**. Disponível em: http://cnpccultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/3/2016/05/Carilha_CNPC_148x21_Final.pdf. Acesso em: 19 jul 2019.

MORENA, Jill. Museum Life: the museum and shopping. **Worn Through**. Disponível em: <http://www.wornthrough.com/2015/10/museum-life-the-museum-and-shopping/>. Acesso em: 13 out. 2015.

MORGAN, Jessica. What Is a Curator? In HOFFMANN, Jens (Ed.). **Ten Fundamental Questions of Curating**. Milan: Mousse, 2013, pp. 21-29.

MOTTA, Marly. **Exposição Internacional do Centenário da Independência do Brasil**. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/EXPOSI%C3%87%C3%83O%20INTERNACIONAL%20DO%20CENTEN%C3%81RIO%20DA%20INDEPEND%C3%8ANCIA.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2018.

MUSEU de Arte Brasileira - Fundação Armando Alvares Penteado. **A Instituição - História**. Disponível em: <http://www.fAAP.br/museu/historia.asp>. Acesso em: 23 abr. 2018.

MUSEU Histórico Nacional. **Arquitetura e história - Exposição de 1922**. Disponível em: <http://www.museuhistoriconacional.com.br/mh-h-300.htm>. Acesso em: 15 abr. 2018.

NERO, Cyro del. Metamorfose do consumo anos 60. In: BORGES, Adélia; NERO, Cyro del; MORAIS, Frederico. **Cotidiano/Arte: o consumo**. São Paulo: Itaú Cultural, 1999, s.p. Catálogo de exposição, 19 de novembro de 1999 a 06 de fevereiro de 2000, Instituto Itaú Cultural, São Paulo.

NERY, Salette. Economia criativa: entre a moda e o artesanato. **Latitude**, vol. 6, n. 2, pp.221-239, 2012. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/879/pdf>. Acesso em: 27 de maio de 2019.

NEWBIGIN, John. **A economia criativa: um guia introdutório**. London: British Council, 2010. Série Economia Criativa e Cultural/1. Disponível em: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf. Acesso em: 05 jun. 2019.

O'NEILL, Alistair. Exhibition: A Display of "Articles of Clothing, for Immediate, Personal, or Domestic Use" - Fashion at the Great Exhibition. In GECZY, Adam (Ed.); KARAMINAS, VICKI (Ed.). **Fashion and Art**. London: Berg, 2012. p. 189-200.

OBRIST, Hans Ulrich. **Caminhos da curadoria**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2014.

PALOMINO, Erika. **Babado forte: moda, música e noite na virada do século 21**. São Paulo: Mandarin, 1999.

- PECORARI, Marco. The Berg Fashion Library: Archiving the Future? **Fashion Theory**, vol. 16, 2012, Supplement, pp. S83-S86. Disponível em: https://www.academia.edu/12065981/Archiving_the_Future. Acesso em: 14 jul 2019.
- PEDROSA, Adriano; CARTA, Patricia; TOLEDO, Tomás. **A arte na moda: coleção MASP – Rhodia**. São Paulo: MASP, 2015.
- PETROV, Julia. **Dressing Ghosts: Museum Exhibitions of Historical Fashion in Britain and North America**. 2012. 299 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – School of Museum Studies, University of Leicester, Leicester, 2012. Disponível em: <https://lra.le.ac.uk/handle/2381/11065>. Acesso em: 02 jun. 2018.
- PINNOCK, Olivia. The Growing Popularity Of Fashion Exhibitions. In: **Forbes**, publicado em 14 mar. 2019. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/oliviapinnock/2019/03/14/the-growing-popularity-of-fashion-exhibitions/?fbclid=IwAR1yYctSzcAfX5umEYr89-dzi1MRTqgYd33cgGiG1IsoV166vHtZsMFE-sY#67a452edbbb1>. Acesso em: 29 mar. 2019.
- PINTAUDI, Silvana Maria (Org.); FRÚGOLI JR., Heitor (Org.). **Shopping centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Unesp, 1992, pp. 75-92.
- PIRAS, Fiorella Arrobbio et al. **Grand Sera: moda italiana. 1950 - 1990**. São Paulo: MAB-FAAP, 2006.
- PIRAS, Fiorella Arrobbio et al. **Grand Sera: moda italiana. 1950 - 1990**. São Paulo: MAB-FAAP, 2006.
- PIRES, Dorotéia Baduy. Design de moda: uma nova cultura. **dObras**, Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 66-73, 2007. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/404/401>. Acesso em: 06 maio 2018.
- POLLINI, Denise. **Moda no Brasil: criadores contemporâneos e memórias**. São Paulo: FAAP, 2012.
- PRADO, Luís André do; BRAGA, João. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. 2. ed. Barueri: Disal, 2011.
- REINALDIM, Ivair. Tópicos sobre curadoria. **Poiésis** - Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudos Contemporâneos das Artes, Universidade Federal Fluminense, n. 26, Dez. 2015, pp. 15-28. Disponível em: <http://www.poesis.uff.br/p26/p26-3-dossie-2-ivair-reinaldim.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2019.
- RESENDE, Ricardo. Museu, arte e moda. In: MESQUITA, Cristiane (Org.); PRECIOSA, Rosane (Org.). **Moda em ziguezague: interações e expansões**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, pp. 103-116.
- RIBENBOIM, Ricardo. O Momento do consumo. In: BORGES, Adélia; NERO, Cyro del; MORAIS, Frederico. **Cotidiano/Arte: o consumo**. São Paulo: Itaú Cultural, 1999, s.p. Catálogo de exposição, 19 de novembro de 1999 a 06 de fevereiro de 2000, Instituto Itaú Cultural, São Paulo.
- RIZZI, Maria Christina de Souza Lima. **Olho Vivo - Arte-Educação na Exposição Labirinto da Moda: Uma Aventura Infantil**. 2000. Tese (Doutorado em Artes Plásticas) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São

Paulo, 2000. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27131/tde-17022016-112519/pt-br.php>. Acesso em: 17 abr. 2018.

ROLNIK, Raquel. **São Paulo**. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

ROYAL Opera House. Karinska - biography. Disponível em: <http://www.roh.org.uk/people/karinska>. Acesso em: 19 de maio de 2019.

SACKRIDER, Françoise; GUIDÉ, Gwenola; HERVÉ, Dominique. **Entre vitrinas: distribuição e visual merchandising na moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

SANTA'ANNA, Affonso Romano de. **Artificação: problemas e soluções**. São Paulo: Unesp, 2017.

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. As megaexposições no Brasil: democratização ou banalização da arte? In: **Cadernos de Sociomuseologia: Museu e políticas de Memória**, n. 19, 2002, pp. 69-97. Disponível em: <http://recil.ulusofona.pt/handle/10437/3821> Acesso em: 07 jul. 2019.

SCHWARTZ, Jessica Drew. **Curatorial Practices in Museums Housing Fashion and Dress Collections in the United States and the United Kingdom**. 2012. 180 f. Dissertação (Mestrado em Ciência) – University of Georgia, Georgia, 2012. Disponível em: https://getd.libs.uga.edu/pdfs/schwartz_jessica_d_201205_ms.pdf. Acesso em: 16 junho 2018.

SECRETARIA da Educação do Estado de São Paulo. **Escola Caetano de Campos**. Disponível em: <http://www.educacao.sp.gov.br/institucional/a-secretaria/escola-caetano-de-campos/>. Acesso em: 12 ago. 2018.

SEIXAS, Cristina Araújo. **A questão da cópia e da interpretação no contexto da produção de moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro na década de 1950**. 2002. Dissertação (Mestrado em Design). Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

SENADO FEDERAL. Manual de Comunicação da Secom - Estrangeirismos grafados sem itálico ou aspas. In: **Senado Federal**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/redacao-e-estilo/estilo/estrangeirismos-grafados-sem-italico>. Acesso em: 19 jul 2019.

SEQUEIRA; Rosane Preciosa; DIETZ, Thomas Walter. Reflexões sobre curadoria de moda a partir de práticas experimentais. **Acervo - Revista do Arquivo Nacional**, Rio de Janeiro, v. 31, n. 2, p. 128-137, maio/ago. 2018, pp. 128-137. Disponível em: <http://revista.arquivonacional.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/924/941>. Acesso em: 07 jul 2019.

SESC SÃO PAULO. Cultura - Exposição revela o trajeto e os diversos usos do mais brasileiro de todos os tecidos. **Revista E**, n. 100, set. 2005 (publicado online em: 01 set. 2005). Disponível em: https://www.sescsp.org.br/online/artigo/2827_CULTURA. Acesso em: 12 ago. 2018.

SESC SÃO PAULO. **Fantasia Brasileira: O Balé do IV Centenário**. São Paulo: Sesc São Paulo, 1998.

SESC SÃO PAULO. **Labirinto da moda: uma aventura infantil**. São Paulo: Sesc São Paulo, 1996.

SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu extático na metrópole: São Paulo sociedade e cultura nos frementes anos 20**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SHAPIRO, Roberta. Que é artificação? **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 22, n. 1, Jan./Abr. 2007, p. 135-151. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v22n1/v22n1a06.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

SOBY, James Thrall. **Salvador Dali: paintings, drawings, prints**. New York: MoMA, 1941. Disponível em: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_2085_300061969.pdf. Acesso em: 19 de maio de 2019.

SOUZA, Lucas Fabrizzio Laquimia de. **A cenografia e as megaexposições do século XXI**. 2012. Dissertação (Mestrado em Teoria e Prática do Teatro) - Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27156/tde-05032013-103246/publico/LucasFabrizzioTese.pdf>. Acesso em: 10 out. 2017.

SP-ARTE. **Programa de doações**. Disponível em: <https://www.sp-arte.com/programacao/doacoes/2019/>. Acesso em: 25 de maio de 2019.

SPRICIGO, Vinicius. Notas para uma arqueologia das exposições no Brasil. **Illuminuras**, Porto Alegre, v. 15, n. 35, p. 222-236, jan./jul. 2014. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/49333>. Acesso em: 16 junho 2018.

SPTURIS - Observatório do Turismo. **São Paulo Fashion Week – SPFW: edição outono/inverno 2012**. 2. ed. São Paulo: São Paulo Turismo, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/spfw_2012.pdf. Acesso em 26 jun. 2019.

STEELE, Valerie. Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition. **Fashion Theory**, vol. 12, n. 1, p. 7-30. Disponível em: <http://docserver.ingentaconnect.com/deliver/connect/bloomsbury/1362704x/v12n1/s2.pdf?expires=1432508961&id=81881133&titleid=6312&accname=Thomas+Dietz&checksum=0466D691EE20F647E156CB183A133B3B>. Acesso em: 24 maio 2015.

TAYLOR, Lou. **Establishing dress history**. Manchester: Manchester University Press, 2004.

TERRA. Mostra "Fashion Passion" reúne 100 anos de Moda. **Terra**, 15 set. 2004. Disponível em: <http://diversao.terra.com.br/artecultura/noticias/0,,OI384205-EI3615,00-Mostra+Fashion+Passion+reune+anos+de+Moda.html>. Acesso em: 10 out. 2017.

TÉTART-VITTU, Françoise. **Invitation à la Conférence - La mode au temps de Dinard belle-époque: Félix, grand couturier parisien**. Auditório Stephan Bouttet, Dinard, França, 1 dez. 2012. Disponível em: <https://www.agendaou.fr/conference-la-mode-au-temps-de-dinard-belle-epoque-felix-grand-couturier-parisien-159796.html>. Acesso em: 20 julho 2018.

THE ART Newspaper. Art's most popular: Exhibition and museum visitor figures 2018. **The Art Newspaper**, vol. XXVIII, n. 311, abril 2019, Special Report. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2019/04/The-Art-Newspaper-Ranking-2018.pdf>. Acesso em: 23 de maio de 2019.

THOMAS, Daniela; TASSARA, Felipe. Espaço sincrético. In: FROMENT, Jean-louis et al. **Fashion Passion: 100 Anos de Moda na OCA**. São Paulo: Brasilconnects Cultura, 2004.

VASONE, Carolina. **Gilberto Gil promove, oficialmente, a moda ao status de cultura para o governo brasileiro**. UOL Mulher - Moda, publicado em 18 abr. 2007. Disponível em: <https://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2007/04/18/gilberto-gil-promove-oficialmente-a-moda-ao-status-de-cultura-para-o-governo-brasileiro.htm>. Acesso em: 02 jun. 2019.

VICTORIA and Albert Museum. **V&A's David Bowie is exhibition receives its millionth visitor**. [2015]. Disponível em: https://www.vam.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0005/254534/V-and-A-David-Bowie-1mil-visitor_RELEASE.pdf. Acesso em: 30 julho 2018.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. Tradução de Maria Inês Rolim. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

VOGEL, Felix. Notes on exhibition history in curatorial discourse. **Oncurating.org**, (New) Institution(alism), issue 21, dez. 2013. Disponível em: <http://www.oncurating.org/issue-21-reader/notes-on-exhibition-history-in-curatorial-discourse.html#.Wmd7jK6nHIU>. Acesso em: 29 out. 2017.

WU, Chin-Tao. **Privatização da cultura: a invenção corporativa nas artes desde os anos 80**. Tradução de Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo Editorial; Sesc, 2006.

ZANIRATO, Bruno. Museus e exposições ao longo do tempo. In COELHO, Ricardo. **Concepção de projetos para montagem de exposições de arte - caderno de experiências**. São Paulo: Senac, 2007, p. 30-37.

APÊNDICE A – Mapeamento das exposições de moda

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Roupas Bordadas	MASP	05/08/1986	17/08/1986	Glaucia Amaral Rodrigues [?]	Acervo de Glaucia Amaral Rodrigues				
Traje: um objeto de arte?	MASP	07/07/1987	26/07/1987	Galeria Paradoxart (Liana Bloisi)	Acervos diversos				
80 modelos de Lacroix	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	02/08/1989	1989						
Modos da Moda	Alameda Nothmann nº 526	13/10/1992	13/12/1992	Glaucia Amaral Rodrigues	Acervos diversos		Sesc São Paulo e Senac São Paulo	Rhodia	Jornal da tarde
Pierre Cardin: passado, presente e futuro	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	08/03/1994	09/04/1994	René Tapolier (assistente do estilista)	Acervo estilista				
O Labirinto da Moda: uma Aventura Infantil	Sesc Pompéia	16/01/1996	25/02/1996	Glaucia Amaral Rodrigues	Acervos diversos				Folha de S. Paulo, 25/02/1996 - mais!
Alexandre Herchcovitch	Galeria Cohn Edelstein	1997	1997						

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Da inspiração à criação, Christian Lacroix	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	22/05/1997	08/06/1997	Bia Lessa (concepção e montagem)					
Lasar Segall	MorumbiFashion	10/02/1998	16/02/1998						Retrospectiva SPFW – Globo.com
40 Anos de FENIT	MorumbiFashion	10/02/1998	16/02/1998						Retrospectiva SPFW – Globo.com
Mario Testino fashion photographs	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	03/08/1998	23/08/1998						
100 anos de Moda em Uniformes Escolares	Estação Clínicas do Metrô	28/08/1998	14/09/1998						
Fantasia Brasileira: o balé do IV Centenário	Sesc Belenzinho	12/10/1998	13/12/1998	Gláucia Amaral Rodrigues					
Exposição fotográfica de personalidades e artistas que desfilaram nas passarelas do MorumbiFashion	MorumbiFashion	04/07/1999	07/07/1999		Acervos fotográficos de Fernando Louisa, Bob Wolfenson, Jacques Faing, entre outros.				Retrospectiva SPFW – Globo.com

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Flávio de Carvalho - 100 anos de um revolucionário romântico	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	19/10/1999	29/11/1999	Denise Mattar					
Cotidiano/Arte: O consumo – Metamorfose do Consumo	Itaú Cultural	19/11/1999	06/02/2000	Cyro del Nero					
O Brasil já conhece o Brasil	MorumbiFashion	27/01/2000	31/01/2000						Retrospectiva SPFW – Globo.com
Femmes, plus que femmes. Mulheres, sobretudo mulheres	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	04/05/2000	04/06/2000	Robert Delpire					
Exposição Swarovski Crystal Couture [?]	MorumbiFashion	28/06/2000	04/07/2000		Acervos diversos			Swarovski	Retrospectiva SPFW – Globo.com
Cláudio Elizabetcki	MorumbiFashion	28/06/2000	04/07/2000						Retrospectiva SPFW – Globo.com
Flash Jeans	SPFW	31/01/2001	05/02/2001						Retrospectiva SPFW – Globo.com
Chica Chica Boom Chic	SPFW	31/01/2001	05/02/2001		Acervo de peças de Carmen Miranda				Retrospectiva SPFW – Globo.com

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Projeto Imagem Experimental: Arte em moda – criações de Marcelo Sommer e Rochelle Costi	Espaço MAM Higienópolis	06/04/2001	20/08/2001	Ricardo Resende					Relatório MAM
Moda e Cidadania	Conjunto Nacional (Shopping)	07/05/2001	14/05/2001						Folha de S. Paulo, 07/05/2001 - Ilustrada
Projeto Imagem Experimental: Monica Schoenacker e Walter Rodrigues	Espaço MAM Higienópolis	01/08/2001	14/10/2001	Ricardo Resende		Lei Rouanet		Epson Paulista	Relatório MAM
Liberdade & Movimento	SPFW	28/01/2002	01/02/2002						Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo
Por Onde Andamos	SPFW	28/01/2002	01/02/2002		Acervo da família di Pietro				Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo
Livio Rangan	SPFW	28/01/2002	01/02/2002		Acervos diversos				Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Moda na Comunidade	Amni Hot Spot	02/04/2002	04/04/2002	Centro de Educação em Moda do Senac de São Paulo					Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo
Nefelibatas – para aqueles que vivem nas nuvens	MAM-SP	12/07/2002	12/12/2002	Ricardo Resende	24 artistas	Lei Rouanet			Relatório MAM; Folha de S. Paulo – 18/07/2002
O Discurso do Corpo	SPFW	15/07/2002	20/07/2002		Fotografias da National Geographic				Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo
A Cara e o Corpo da Moda Brasileira	SPFW	15/07/2002	20/07/2002	Bob Wolfenson					Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo
Cores Brasileiras	SPFW	15/07/2002	20/07/2002	Fernando Laszlo					Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo
À Flor da Pele	SPFW	15/07/2002	20/07/2002	Mari Stockler [?]					Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo
O Papel da Moda	SPFW	15/07/2002	20/07/2002	Ângela dos Santos e Caterina Crepax					Almanaque – Especial Moda Folha S. Paulo

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Projeto Imagem Experimental: Ronaldo Fraga - política, moda e arte	Espaço MAM Higienópolis	23/09/2002	11/12/2002	Ricardo Resende					Relatório MAM
Construtivismo e a forma como roupa	MAM-SP	23/01/2003	30/03/2003	Ricardo Resende	Acervo de Walter Rodrigues e MAM- SP	Lei Rouanet			O Povo (Ceará) – 09/02/2003
Tripoli - 40 anos de fotografia	SPFW	27/01/2003	01/02/2003						Retrospectiva SPFW – Globo.com
Giramundo	SPFW	27/01/2003	01/02/2003		Obras criadas pelos artistas plásticos Sawan Yamnghwe e Heinrich Nicolaus				Retrospectiva SPFW – Globo.com
Além dos Limites	SPFW	27/01/2003	01/02/2003		Uniformes do COB criadas por Alexandre Herchovitch para Olympikus				Retrospectiva SPFW – Globo.com
JR Duran	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	27/03/2003	27/04/2003	Rubens Fernandes Junior	Coleção do artista				
Leonilson e a moda	Galeria do Hotel Lycra	29/04/2003	30/05/2003	Ricardo Resende					Outro título encontrado: A Moda e Leonilson

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Homenagem à imprensa brasileira	SPFW	30/06/2003	05/07/2003					Rhodia	Retrospectiva SPFW – Globo.com
Coletiva - Vizinhos	Galeria Vermelho	02/08/2003	23/08/2003	Ricardo Oliveros					
O Vestir em São Paulo pela Lente de Um Só Coração	Centro de Design e Moda - Universidade Anhembi Morumbi	29/04/2004	28/05/2004	Cláudia Fares	Acervo de figurinos originais da TV Globo		TV Globo		
Fashion Passion - 100 anos de moda na Oca	Pavilhão OCA - Museu da Cidade de S. Paulo	14/09/2004	05/12/2004	Jean- Louis Froment (curador geral); Florence Müller; Pamela Golbin; Gloria Kalil e Regina Guerreiro	Acervos diversos	Lei Rouanet	S. Paulo - 450 anos; Secretaria Municipal do Verde e Meio Ambiente e Prefeitura Municipal de S. Paulo	Chevrolet, Riachuelo e Gol	Última exposição da BrasilConnects Cultura
Exposição de fotografias de Jacques Dequeker	SPFW	19/01/2005	25/01/2005		Fotografias de Jacques Dequeker				Fotografias da modelo Caroline Ribeiro vestindo roupas de chita. Retrospectiva SPFW – Globo.com

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Olhares do Brasil	SPFW	19/01/2005	25/01/2005	Graziela Peres, Richard Luiz, Luminosidad e e Muti Randolph					Retrospectiva SPFW – Globo.com
A Chita na Moda	MCB - Museu da Casa Brasileira	21/01/2005	22/02/2005	Dudu Bertholini	Criações de vários estilistas				Site MCB
Fio da Trama	MCB - Museu da Casa Brasileira	22/03/2005	01/05/2005		Fotografias de Rita Toledo Piza				Site MCB
VIÉS	Galeria Vermelho	19/04/2005	14/05/2005	Ricardo Oliveros					
Otto Stupakoff - Fotografias – 1955-2005	SPFW	28/06/2005	04/07/2005	Bob Wolfenson e Fernando Laszlo	Fotografias de Otto Stupakoff				Retrospectiva SPFW – Globo.com
10 anos de moda	SPFW	28/06/2005	04/07/2005		Acervos diversos				Retrospectiva SPFW – Globo.com
Barbie na Moda – Do Egito Antigo ao Séc. XXI	Senac Lapa Faustolo	14/07/2005	13/08/2005	Carlos Keffer e Ricardo Schetty	Coleção Carlos Keffer				O Estado de S. Paulo, 14/07/2005

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Estilistas Brasileiros - Uma História de Moda	Franca	19/07/2005	22/07/2005	Daniela Baptista, Gualberto Costa e Jal Lovetrol	Acervos diversos				
Que Chita Bacana	Sesc Belenzinho	20/08/2005	18/12/2005	Renata Mellão, Renato Imbroisi e Liana Bloisi					
Roupas de Bethy Lagardère	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro	25/10/2005	18/11/2005	José Gayegos	Acervo Bethy Lagardère				Site Senac
i-Identity	SPFW	17/01/2006	23/01/2006		Acervo da revista britânica i-D				Retrospectiva SPFW – Globo.com
Fotos roubadas	SPFW	17/01/2006	23/01/2006		Fotografias de Rogério Cavalcanti				Retrospectiva SPFW – Globo.com
Carmen Miranda para Sempre	Memorial da América Latina – Galeria Marta Traba	08/03/2006	23/04/2006	Fabiano Canosa	Acervos Particulares				

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
House: The Illustrator 1.0	House of Erika Palomino	19/04/2006	07/05/2006	Erika Palomino, Jackson Araújo e Maria Montero					Folha de S. Paulo, 18/04/2006 - (Ilustrada)
A Casa Maluca do Estilista Marcelo Sommer	House of Erika Palomino	12/07/2006	13/08/2006						Folha de S. Paulo, 12/07/2006 - (Ilustrada)
Gran Sera: moda italiana - 1950-1990	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	13/11/2006	17/12/2006	Fiorella Arrobio Piras, Amnon Armoni, Pietro Sferra Carini e Maria Izabel Branco Ribeiro	Museo Della Moda e Fundação Cultural Satirana Arte		Tim, Câmara Italo-brasileira de Comércio e Indústria		
Percurso 2006 - Pós-Graduação/Direção de Criação em Moda	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	13/11/2006	17/12/2006	Jum Nakao			Tim, Câmara Italo-brasileira de Comércio e Indústria		
O Brasil na Ponta do Lápis - Alceu Penna, modas e figurinos	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro	10/05/2007	26/05/2007	Maria Claudia Bonadio e Daniela Nunes Figueira	Tereza Penna e Arquivo do Jornal Estado de Minas				

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Elke Quântica Maravilha	Caixa Cultural São Paulo	24/08/2007	23/09/2007						
Vivienne Westwood Multimídia	Galeria Melissa São Paulo	16/01/2008	29/02/2008						Em comemoração ao lançamento da coleção para a Melissa
Heaven to Hell: Belezas e Desastres - David LaChapelle	MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	24/01/2008	05/02/2008						
Vivienne Westwood Shoes - 1973-2006	Centro Brasileiro Britânico	06/02/2008	29/02/2008	Eduarda de Souza e Equipe Vivienne Westwood					Em comemoração ao lançamento da coleção para a Melissa. Exposição também apresentada no SPFW
A influência Japonesa na Moda Brasileira	Senac Lapa Faustofo	14/02/2008	01/03/2008		[Acervos particulares]		Editora JBC		
Exposição de Estamparias	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	18/04/2008	25/04/2008		[Acervos particulares]				Site MuBA

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
II Exposição dos Formandos em Design de Moda Belas Artes	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	02/06/2008	05/06/2008		[Acervos particulares]				Site MuBA
Olhar Contemporâneo	SPFW	17/06/2008	23/06/2008		Kenzo, Comme des Garçons, Junya Watanabe, Issey Miyake, Yohji Yamamoto e JunTakahashi/Under cover				Folha de S. Paulo, 09/06/2008 - Ilustrada; O Estado de S. Paulo, 17/06/2008
Olhar da Tradição	SPFW	17/06/2008	23/06/2008		Bunka Fashion College e Bunkyo Museu da Imigração				Folha de S. Paulo, 09/06/2008 - Ilustrada; O Estado de S. Paulo, 17/06/2008
Operação Tóquio	Shopping Iguatemi São Paulo	17/06/2008	30/06/2008						Folha de S. Paulo, 09/06/2008 - Ilustrada; O Estado de S. Paulo, 17/06/2008
Arigatô Brasil - Influência do Japão no Design Brasileiro	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	02/09/2008	12/09/2008		[Acervos particulares]			Câmera Press e Nippak Graphics	Site MuBA

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Papiers à la Mode	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	11/10/2008	14/12/2008	Isabelle de Borchgrave e Rita Brown					
Esboços para Óperas	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	24/11/2008	30/11/2008	[Sueli Garcia]				Site MuBA	
Talentos Senac	Market Place Shopping Center	2009	2009						
Chop Off Their Heads - Rankin	MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	2009	04/02/2009						Folha de S. Paulo - Acontece, 26/01/2009
Diane Von Furstenberg	MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	2009	2009						
Carmen Pop Miranda	SPFW	18/01/2009	23/01/2009		Museu Carmen Miranda			Swarovski	
Design brasileiro hoje: Fronteiras	MAM-SP	07/04/2009	28/06/2009	Adélia Borges				Bradesco; Itaú; Banco Real; Gerdau; Grupo Santander Brasil	

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Modos da Moda	Reserva Cultural	07/05/2009	29/05/2009	Romy Tutia					
Bethy Lagardère	SPFW	17/06/2009	22/06/2009						
Paris Collections	SPFW	17/06/2009	22/06/2009	Federação Francesa de Alta Costura					
Sakina M'as	SPFW	17/06/2009	22/06/2009						
Moda coreana - arte e tradição	MCB - Museu da Casa Brasileira	08/07/2009	26/07/2009	Choi Hyun-sook			Consulado Geral da República da Coreia		Realização: The Korea Fashion & Culture Association
A Message for You - Guy Bourdin	MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	15/08/2009	31/08/2009	Chico Lowndes					
Christian Lacroix - Trajes de Cena	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	24/08/2009	01/11/2009	Delphine Pinasa (diretora adjunta do CNCS)	Centre National du Costume de Scène (CNCS)				
O Japão na Moda – Histórias em Processos	Fundação Japão em São Paulo	22/03/2010	26/03/2010	Emy Sati e Rebeca Perela			Senac e Faculdade Santa Marcelina		

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Diane Von Furstenberg – Journey of a Dress	Shopping Iguatemi São Paulo	09/04/2010	08/05/2010						
A Cidade do Homem Nù	MAM-SP	15/04/2010	13/06/2010	Inti Guerrero	Acervos diversos	Lei Rouanet	Mondrian; Stichting	Bradesco; Gerdau; Itaú; Santander; Fundação Telefônica	
Visionaire: para todos os sentidos	Instituto Tomie Ohtake	12/05/2010	13/06/2010	Albrecht Bangert	Visionaire	Lei Rouanet	IFF Internaciona I Flavors & Fragrances Inc., Ornare; Ellus	Oi e Iguatemi	
Black Barbies	Shopping Pátio Higienópolis	13/05/2010	26/05/2010	Carlos Keffer	Acervo do curador				
Dener: Desenhando a moda no Brasil	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	20/09/2010	29/10/2010		Acervo da Instituição				Site MuBA
Flávio de Carvalho desveste a Moda Brasileira da Cabeça aos Pés	MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	15/10/2010	14/11/2010	Agnaldo Farias e Mariana Lanari					
A Dazzling Beauty – Miles Aldridge	Pavilhão OCA - Museu da Cidade de S. Paulo	15/10/2010	02/11/2010	Daniel Rangel					

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
UNIFMU Jovens Talentos	Livraria Cultura - Conjunto Nacional	18/10/2010	24/10/2010						
Conrado Segreto - Desenhos Selecionados na Galeria Mezanino	Galeria Mezanino Galeria Mundo Mix	22/10/2010	20/11/2010	Renato de Cara	Rita Segreto				
Huis Clos - Entre Quatro Paredes	Shopping Cidade Jardim	17/11/2010	01/12/2010						
Melissa Glam Customized por ChicChic Lab de Criação	Shopping Portal do Morumbi	20/11/2010	30/01/2011	Chic Chic Lab de Criação					
Expo + Palestra Simone Nunes.	Senac Lapa Faustolo	12/05/2011	24/05/2011	Manon de Salles Ferreira					
Glória Coelho Linha do Tempo	MCB - Museu da Casa Brasileira	03/02/2011	20/03/2011	Glória Coelho e Ana Lúcia Castro	Acervo da estilista			Casa Eletrolux; EMS Pharma; Le Lis Blanc	
Expo + Palestra Retrospectiva Walter Rodrigues Anos 90	Senac Lapa Faustolo	07/02/2011	26/02/2011	Manon Salles e Roberto Carmo	Modateca Senac				

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Miro no Metrô	Estação Trianon-Masp do Metrô	08/02/2011	28/02/2011					Renner	Também foi apresentada nas estações de metrô Clínicas e Sé. Promovida pela Luste Editores
Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga	Pavilhão das Culturas Brasileiras - Museu da Cidade de S. Paulo	01/04/2011	26/06/2011	Ronaldo Fraga	Acervo do estilista	Lei de Incentivo à Cultura - Ministério da Cultura	Apoio cultural: Fundação Nacional de Artes (Funarte). Apoio luxuoso: Prefeitura de São Paulo - Secretaria de Cultura, Departamento do Patrimônio Histórico, Eucatex, La estampa, Vinittec e Criata	Fiat; Copasa; Tok&Stok	

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Pierre Cardin: criando moda revolucionando costumes - 60 anos de moda, arte e design	Shopping Iguatemi São Paulo	29/04/2011	29/05/2011	Denise Mattar	Musée Pierre Cardin	Lei de Incentivo à Cultura - Ministério da Cultura	Iguatemi São Paulo; Oi Futuro; Caras; Consulado Geral da França em São Paulo; Propavit. Apoio Educacional Senac São Paulo	Havaianas; Oi	O Estado de S. Paulo, 02/05/2011; Moda IG, 26/04/2011
Os Anos Grace Kelly, Princesa de Mônaco	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	05/05/2011	10/07/2011	Frédéric Mitterrand (Grimaldi Forum - Mônaco)			Grimaldi Forum - Mônaco		
Empreendedoris mo na Moda	Espaço Eugénie Villien - Faculdade Santa Marcelina	18/05/2011	2011		Acervos particulares				
New Balance 1906	284 loja - Rua Oscar Freire, 978 - Jardins]	24/05/2011	30/06/2011						
Talentos Senac	Casa de Criadores	08/06/2011	10/06/2011						

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Pretty much everything - Inez Van Lamsweerde & Vinoodh Matadin Photographies: 1985 - 2011	SPFW	13/06/2011	03/07/2011	Katia Wille e Hans Blankenburg				C&A	
Blend In Or Stand Out	Cartel 011	19/07/2011	30/07/2011						
USAnatomy	MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	10/08/2011	28/08/2011	Chico Lowndes					Folha de S. Paulo - Serafina, Agosto 2011 (p. 22-25)
Expo + Palestra Casa de Criadores	Senac Lapa Fausto	07/11/2011	15/11/2011	Manon de Salles Ferreira					
Universo Criativo - Projeto Brasil 2	SPFW	19/01/2012	10/02/2012						O Estado de S. Paulo, 19/01/2012 - D6
Uji	MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	13/02/2012	2012					Renner	Promovida pela Luste Editores
Jóias contemporâneas: Brasil e Dinamarca	MCB - Museu da Casa Brasileira	07/03/2012	08/04/2012	Anne-Marie Overbye					
Exposição Senac Corset	Market Place Shopping Center	09/03/2012	18/03/2012						Site Lilian Pacce

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Salvage: o requinte do resto	Caixa Cultural São Paulo	11/03/2012	06/05/2012	Mariza Bertoli					
Jóias do Deserto	Centro Cultural FIESP	13/03/2012	10/06/2012		Coleção Thereza Collor				GuiaFolha de S. Paulo, 18/03/2012
Expo + Palestra Neon Dudu Bertholini	Senac Lapa Faustolo	12/08/2012	30/09/2012	Manon de Salles Ferreira e Dudu Bertholini					
Willy Rizzo	MuBE - Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	10/08/2012	02/09/2012	Daniel Rangel					
Moda no Brasil: criadores contemporâneos e memórias	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	12/08/2012	30/09/2012	José Luis Hernández Alfonso e Denise Pollini	Acervos particulares		Expor		
Cápsula do Tempo: identidade e ruptura no vestir de Ney Matogrosso	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro	18/08/2012	14/12/2012	Milton Cunha	Modateca Senac				30 figurinos do artista
Crianças na Moda	Loja Sta. Paciência	23/08/2012	06/09/2012	Flávia Padilha	Acervo da curadora				Fotos

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
A Evolução das Bolsas e acessórios femininos	Shopping Frei Caneca	11/09/2012	30/09/2012	Senai M. Angelina V. A. Franceschini e Sinacouro					
Lady Dior As Seen By	Instituto Tomie Ohtake	20/02/2013	10/03/2013	Erwann Le Gars					Folha de S. Paulo, 20/02/2013 - E4 (Ilustrada)
MOVE!	Sesc Belenzinho	09/03/2013	19/03/2013	David Colman e Cecília Dean					
Expo + Palestra Fause Haten - A busca do risco	Senac Lapa Faustolo	20/08/2013	2013 [?]	Manon de Salles Ferreira					
João Pimenta	Centro Cultural Banco do Brasil São Paulo	13/03/2013	05/04/2013	Fernando Zelman					
Alfaiataria – Arte, Manufatura e Indústria	Centro Cultural Banco do Brasil São Paulo	13/03/2013	05/04/2013	Fernando Zelman					
Expo + Palestra Rodrigo Rosner	Senac Lapa Faustolo	24/04/2013	11/05/2013	Manon de Salles Ferreira	Acervo do estilista				FFW

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Talentos Senac	Casa de Criadores	23/05/2013	25/05/2013						
Renda Brasileira	Sesc Belenzinho	23/05/2013	01/09/2013	Renato Imbroisi					
Evita: Paixão e Ação	Centro Cultural FIESP	24/05/2013	07/06/2013						
A Arte dos Quimonos e as Gravuras Japonesas do Acervo Artístico dos Palácios	Palácio dos Bandeirantes	25/05/2013	28/06/2013	Denise Mattar	Acervo Artístico-Cultural dos Palácios do Governo de S. Paulo e Museu Histórico da Imigração Japonesa do Brasil				
O Mundo Maravilhoso do Dr. F.	MorumbiShopping	14/08/2013	25/08/2013	Manon de Salles Ferreira e Fause Haten	Acervo do estilista				Blog MorumbiShopping
Design de Moda e Inovação Têxtil: Concepções de Walter Rodrigues e Texprima	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	15/08/2013	14/09/2013	[Valeska Nakad, Débora Gigli Buonano e Suzy Okamoto]					Site MuBA
Conexão Moda / Design	Estações São Bento e Vila Madalena do metrô	15/08/2013	30/09/2013	Casa de Criadores e Coletivo Sipá					Design Weekend 2013

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
WORK: Klaus Mitteldorf – Photographs 1983-2013	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	15/09/2013	27/10/2013	Rubens Fernandes Junior					
#afabricadoDR.F	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	24/10/2013	29/10/2013	Fause Haten					
The Little Black Jacket: Chanel's Classic Revisited	Pavilhão OCA - Museu da Cidade de S. Paulo	31/10/2013	01/12/2013	Karl Lagerfeld e Carine Roitfeld					
Talentos Senac	Galeria Cultura - Livraria Cultura – Conjunto Nacional	02/11/2013	10/11/2013						Na programação do evento X Semana de Moda e Cultura
Modelagem e Moulage no Processo de Criação	Galeria Cultura - Livraria Cultura – Conjunto Nacional	02/11/2013	10/11/2013						
Moda & Diversidade	Museu da Diversidade Sexual	29/11/2013	24/05/2014	Paulo Borges					
Evita: Figura, mulher e mito	MorumbiShopping	10/01/2014	26/01/2014	Claudio Nathan					Blog MorumbiShopping

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
OPA! Uma alegre revelação: Junko Koshino + Go Yayanagi	Instituto Tomie Ohtake	23/01/2014	16/03/2014	Junko Koshino, Tokyo Gallery + Beijing Tokyo Art Projects e Dô Cultural			Japan Foundation e Consulado Geral do Japão EM São Paulo	ITOCHU Corporation, Toyota, Ajinomoto, Kikkoman e Blue Tree Hotels	Site Instituto Tomie Ohtake
David Bowie	MIS-SP - Museu da Imagem e do Som de São Paulo	31/01/2014	20/04/2014	Victoria and Albert Museum [?]	The David Bowie Archive e Victoria and Albert Museum		Youcom; Great Britain	Samsung; Jaguar; Land Rover; Mattos Filho	
Flávio de Carvalho: a experiência como obra	Pavilhão OCA - Museu da Cidade de S. Paulo	05/02/2014	18/05/2014		Museu da Cidade de São Paulo, Arquivo Histórico de São Paulo e Coleção de figurinos do Teatro Municipal de São Paulo				
Ocupação Zuzu Angel	Itaú Cultural	01/04/2014	11/05/2014	Hildegard Angel e Valdy Lopes Júnior	Instituto Zuzu Angel				
Tributo aos Estilistas Brasileiros	Galeria Olido	09/04/2014	11/05/2014						
Revisitando Walter Rodrigues	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro	28/04/2014	22/05/2014	Manon de Salles Ferreira					

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Gucci Museo: Forever Now	Shopping JK Iguatemi	29/05/2014	22/06/2014	Frida Giannini	Gucci Museo				Revista Iguatemi
NOVO – Expressão de Moda	Galeria Olido	05/06/2014	14/06/2014	Carolina Semitzh					Site PMSP
A moda marca gol	Shopping Frei Caneca	18/06/2014	13/07/2014						
Pérolas	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	20/06/2014	28/09/2014	Qatar Museums	Acervo Qatar Museums e acervos particulares		Qatar Museums	Shell; Qatar Petroleum Internacional	
Cores do Brasil	Pavilhão OCA - Museu da Cidade de S. Paulo	03/07/2014	02/08/2014	André Stolarski e Tucca Vieira		Lei de Incentivo à Cultura - Ministério da Cultura	Tex Brasil; Abit; ApexBrasil; Le Vin; Fernando Mendes Designer; Elle; Casa Claudia	Havaianas; Itaú	
Mãos do Meu Brasil: Artesanato Sustentável	A CASA - museu do objeto brasileiro	07/08/2014	12/09/2014	Chiara Gadaleta Klajmic	Acervos diversos				
10 anos de História da Indumentária + 30 anos de Design no Brasil	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	12/08/2014	30/08/2014						Site MuBA

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
A História do Sapato	MorumbiShopping	14/08/2014	07/09/2014	MK Group SRL, CEFOTECA (Centro de Formação Tecnológica do Calçado da Argentina) e Florenzia Laccana (designer argenti na)					Site Lilian Pacce
In Your Face	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	29/08/2014	26/10/2014					Burberry e Citroën	O Estado de S. Paulo, 10/08/2014 - C4
Kheit / Qatar	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	15/10/2014	15/11/2014		[Acervos particulares]			Organizações do Qatar	Site MuBA
Blumenfeld Studio: New York 1941 – 1960	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	29/10/2014	18/01/2015	François Cheval (Museu Nicéphore Niépce), Nadia Blumenfeld e Dannel Rangel				Bacio di Latte, Spezzato e Via Vini	Revista publicitária Dafiti

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
MOVE! Plasticity	SPFW	03/11/2014	09/11/2014	Cecilia Dean					
Todos podem ser Frida	Museu da Diversidade Sexual	12/11/2014	28/02/2015	Camila Fontenele de Miranda					
40 Anos de Glória Coelho	Casa Electrolux	28/11/2014	09/12/2014		Acervo da estilista				
Le Lis Blanc 25 anos	Loja Le Lis Blanc Jardins	18/12/2014 [?]	16/02/2015						
Uniformes da aviação brasileira	Casa de Criadores	2015	2015						
Sonhando acordado	SPFW	14/04/2015	04/2015				MMartan		
Renda-se	A CASA - museu do objeto brasileiro	14/04/2015	05/07/2015	Dudu Bertholini	Acervos particulares				
Op-Art - Ilusões do Olhar	MCB - Museu da Casa Brasileira	16/04/2015	31/05/2015	Denise Mattar		Lei de Incentivo à Cultura - Ministério da Cultura	Fundação Oftalmológica Dr. Rubem Cunha	Allergan do Brasil; Acuvue; Renata Superiore	
Festival des Métiers: um encontro com os artesãos da Hermès	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	29/05/2015	07/06/2015	Hermès	Hermès				

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Agatha vs Agatha: Agatha Ruiz de la Prada	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	26/06/2015	23/08/2015	Plan B	Fundación Agatha Ruiz de la Prada			AirEuropa, Consulado General de España em São Paulo, Embajada de España em Brasil- Conselheira Cultural, Cooperação Espanhola, Herederos del Marqués de Riscal, Pamesa ceramica e PUIG	
Bailes do Brasil	Solar da Marquesa de Santos	28/06/2015	25/10/2015	Ricardo Feldman e Jum Nakao	Acervos diversos			C&A	Site Lilian Pacce
Expo + Palestra Arquivo Urbano: 100 anos de Fotografia e Moda no Brasil	Senac Lapa Faustolo	30/06/2015	24/07/2015	Jussara Romão	Acervos diversos			Renner	Promovida pela Luste Editores
Mario Queiroz - 20 anos de ruptura na moda masculina	Senac Lapa Faustolo	04/08/2015	28/08/2015		Acervo do estilista				Site Lilian Pacce
O Homem Brasileiro - 2015	Senac Lapa Faustolo	03/08/2015	28/08/2015						

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Design, Artesanato e a Cidade	Conjunto Nacional (Shopping)	10/08/2015	16/08/2015						
Coleções descobertas - sapatos	Museu da Imigração do Estado de S. Paulo	04/09/2015	06/12/2015	Equipe do museu	Acervo da instituição				
Do Princípio ao Início	SPFW	10/2015	10/2015						Site Lilian Pacce
Fazendo a Cabeça	SPFW	10/2015	10/2015	Davi Ramos	Acervo do estilista				Site Lilian Pacce
Arte na Moda: Coleção Masp Rhodia	MASP	23/10/2015	14/02/2016	Adriano Pedrosa, Patricia Carta e Tomás Toledo	Coleção do museu	Lei de Incentivo à Cultura - Ministério da Cultura		Itaú	Folha de S. Paulo, 04/05/2015 - Ilustrada; O Estado de S. Paulo, 22/10/2015 - C8
40 anos de Glória - Acervo de Moda Senac	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro	24/11/2015	30/03/2016		Acervo da instituição				
Exposição Fórum FASM	Espaço Eugénie Villien - Faculdade Santa Marcelina	03/12/2015	12/12/2015						

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Indumentária dos profissionais [de enfermagem] ao longo do tempo	Assembleia Legislativa do Estado de S. Paulo	2016	20/05/2016						
Repetto Loves Art	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	02/03/2016	19/03/2016				Repetto		Site MuBA
Jóias em Fios: Formas e Cores	A CASA - museu do objeto brasileiro	30/03/2016	30/04/2016	Miriam Mirna Korolkovas					
#ForadaModa – Uma exposição em construção	Sesc Ipiranga	30/03/2016	30/10/2016						Evento com várias atividades
2ª MostraModa FASM	Espaço Eugénie Villien - Faculdade Santa Marcelina	07/04/2016	12/05/2016						
Memória da Moda	Senac Lapa Faustolo	18/06/2016 [?]	2016	Roberto Silveira	Modateca Senac				
Patrícia Vieira	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	25/10/2016	12/11/2016	[Otávio Pereira Lima]	Acervo da estilista				Site MuBA
Grand Circo SBT	Senac Lapa Faustolo	16/01/2017	27/01/2017						Site SBT

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Será que ele é?	Museu da Diversidade Sexual	18/02/2017	27/05/2017	Sidney França					
Índice – 30 anos	Espaço Eugénie Villien - Faculdade Santa Marcelina	05/03/2017 [?]	16/03/2017						
Focus Design Visions - Moda & Arte	Conjunto Nacional (Shopping)	15/05/2017	28/05/2017	Walter Rodrigues [?]		Lei de Incentivo à Cultura - Ministério da Cultura		Lojas Pernambucanas	
De volta aos anos 80	MorumbiShopping	16/05/2017	11/06/2017						Blog MorumbiShopping
Norman Parkinson: O Verdadeiro Glamour Britânico	Galeria Mario Cohen	07/06/2017	05/08/2017	Mario Cohen e Norman Parkinson Archive	Norman Parkinson Archive				Site Lilian Pacce
Moda no MAB: Uma nova coleção no acervo	MAB-FAAP - Museu de Arte Brasileira	07/06/2017	01/10/2017	Equipe do museu	Coleção do museu				Site Lilian Pacce

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
100 X Vogue – a moda contada a partir de capas inesquecíveis dos 42 anos da revista no Brasil	Shopping Cidade Jardim	26/08/2017	10/09/2017		Revista Vogue Brasil e Luste Editores [?]				Site Lilian Pacce
Equals	SPFW	28/08/2017	31/08/2017		Acervo Leo Faria				
Comunidade Ecofashion	Conjunto Nacional (Shopping)	01/09/2017	13/09/2017	Instituto Ecotece			Braskem		
Feed Dog Fotosite	Cinemateca Brasileira	21/09/2017	27/09/2017	Jussara Romão	Acervo Agência Fotosite	ProacSP		Riachuelo	
Ugo Castellana - costurando memórias	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro	25/09/2017	16/02/2018	Lazaro Eli	Modateca Senac				Site Senac
José Gayegos – 50 anos de moda	Senac Lapa Faustolo	03/10/2017	21/10/2017		Acervo do estilista		Propavit		
Casa de Criadores - 20 anos	Shopping Eldorado	27/10/2017	26/11/2017	Casa de Criadores					
Da cabeça aos pés	Museu da Imigração do Estado de S. Paulo	02/12/2017	21/10/2018		Acervo do museu				

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/ organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Tarja preta	Museu da Diversidade Sexual	24/01/2018	05/05/2018	Diógenes Moura	Acervo da fotógrafa Vania Toledo				
DIVAS	Galeria Mario Cohen	09/03/2018	20/03/2018	Nadine Barth e Mario Cohen				Loungerie	Fotos da fotógrafa de moda Ellen von Unwerth
Leather Forever – uma exposição sobre o couro da Hermès	Shopping Iguatemi São Paulo	06/04/2018	22/04/2018						
Moda Ilustrada	MuBA - Museu Belas Artes de São Paulo	04/04/2018	28/04/2018	Maria Rita Alonso					
Pow! Explosão Criativa	SPFW	21/04/2018	26/04/2018	Paulo Borges	Acervo Rita Segreto e outros			Nova Fotosfera, IED, AGC, Protótipo filme, Canon, Moldurarte, CasaCastro, IN-MOD, Prefeitura de São Paulo Cultura	

Título da Exposição	Local	Período de duração		Curador/organizador	Origem do acervo	Lei de Incentivo	Patronato		Infos. na mídia
		Início	Fim				Apoio	Patrocínio	
Arte plumária no acervo do Pavilhão das Culturas Brasileiras	SPFW	21/04/2018	26/04/2018	Equipe Museu da Cidade de S. Paulo	Acervo do Pavilhão das Culturas Brasileiras/Museu da Cidade de S. Paulo				
Vkhtemas: O futuro em construção (1918-2018)	Sesc Pompéia	27/06/2018	30/09/2018	Celso Lima e Neide Jallageas					
Irving Penn: centenário	Instituto Moreira Salles Paulista	21/08/2018	18/11/2018	Jeff L. Rosenheim e Maria Morris Hambourg	The Metropolitan Museum of Art e Fundação Irving Penn		Terra Foundation for American Art		
Modateca Senac 25 anos	Centro Universitário Senac - Campus Sto. Amaro	08/10/2018	31/10/2018		Modateca Senac				
Festivais do Mundo por I Hate Flash	Shopping Iguatemi São Paulo	18/10/2018	21/10/2018		@ihateflash				
José e João	SPFW	22/10/2018	26/10/2018					Ellus	
ANREALAGE – A LIGHT UN LIGHT	Japan House São Paulo	06/11/2018	06/01/2019					First Penguin	

APÊNDICE B – Locais divididos por grupos

ESPAÇOS EXPOSITIVOS

- HOUSE OF ERIK!A PALOMINO
- PAVILHÃO OCA

ESTAÇÕES DE METRÔ

- ESTAÇÃO CLÍNICAS DO METRÔ
- ESTAÇÃO TRIANON-MASP DO METRÔ
- ESTAÇÕES SÃO BENTO E VILA MADALENA DO METRÔ

EVENTOS DE MODA

- FRANCAL

GALERIAS

- GALERIA COHN EDELSTEIN
- GALERIA DO HOTEL LYCRA
- GALERIA MARIO COHEN
- GALERIA MEZANINO + GALERIA MUNDO MIX
- GALERIA OLIDO
- GALERIA VERMELHO

INSTITUIÇÕES CULTURAIS

- CAIXA CULTURAL SÃO PAULO
- CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL – SÃO PAULO
- CENTRO CULTURAL FIESP
- FUNDAÇÃO JAPÃO EM SÃO PAULO
- INSTITUTO ITAÚ CULTURAL
- INSTITUTO TOMIE OHTAKE
- JAPAN HOUSE SÃO PAULO
- MEMORIAL DA AMÉRICA LATINA – GALERIA MARTA TRABA
- RESERVA CULTURAL

INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS

- CENTRO DE DESIGN E MODA - UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
- CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC - CAMPUS SANTO AMARO
- ESPAÇO EUGÈNE VILLEN - FACULDADE SANTA MARCELINA
- SENAC LAPA FAUSTOLO

LOJAS

- CARTEL 011
- CASA ELECTROLUX
- GALERIA CULTURA - LIVRARIA CULTURA – CONJUNTO NACIONAL
- GALERIA MELISSA SÃO PAULO
- LIVRARIA CULTURA - CONJUNTO NACIONAL
- LOJA 284 (JARDINS)
- LOJA LE LIS BLANC (JARDINS)
- LOJA SANTA PACIÊNCIA

MUSEUS

- A CASA - MUSEU DO OBJETO BRASILEIRO
- CINEMATECA BRASILEIRA
- ESPAÇO MAM HIGIENÓPOLIS
- INSTITUTO MOREIRA SALLES
- MAB-FAAP
- MAM-SP
- MASP
- MCB
- MIS
- MUBA
- MUBE
- MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL
- MUSEU DA IMIGRAÇÃO
- PALÁCIO DOS BANDEIRANTES
- PAVILHÃO DAS CULTURAS BRASILEIRAS
- SOLAR DA MARQUESA DE SANTOS

SEMANAS DE MODA

- AMNI HOT SPOT
- CASA DE CRIADORES
- MORUMBIFASHION
- SPFW

SESC

- ALAMEDA NOTHMANN Nº 526 (Expo. Modos da moda)
- SESC BELENZINHO
- SESC IPIRANGA
- SESC POMPÉIA

SHOPPINGS

- CONJUNTO NACIONAL
- MARKET PLACE SHOPPING CENTER
- MORUMBISHOPPING
- SHOPPING CIDADE JARDIM
- SHOPPING ELDORADO
- SHOPPING FREI CANECA
- SHOPPING IGUATEMI SÃO PAULO
- SHOPPING JK IGUATEMI
- SHOPPING PÁTIO HIGIENÓPOLIS
- SHOPPING PORTAL DO MORUMBI

OUTROS

- ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE SÃO PAULO
- CENTRO BRASILEIRO BRITÂNICO