



## Hibridação Cultural Refletida Na Moda: Análise Da Coleção De Primavera Verão 2012 Da Marca Cavalera<sup>1</sup>

Grazielle Barros da SILVA<sup>2</sup>  
Ranniery Melo Barros de SOUZA<sup>3</sup>  
Ricardo JORGE<sup>4</sup>

### RESUMO

Este artigo vai analisar a coleção de primavera-verão da marca *Cavalera* encarando a moda como objeto sócio-antropológico que reflete as características da sociedade e dos sujeitos sociais. Dando ênfase às identidades do sujeito pós-moderno advinda do processo de hibridação cultural. Por meio de um embasamento teórico que traz autores simpatizantes ou adeptos da visão pós-moderna e de diferentes campos das ciências humanas, como sociólogos, filósofos e acadêmicos da área de moda.

**Palavras-chave:** Hibridação; Identidade; Moda.

### 1 Introdução

O presente artigo irá analisar a coleção de primavera-verão 2012 da marca brasileira *Cavalera*. A coleção tem como tema “Frida Kahlo comemora o dia dos mortos ouvindo Janis Joplin”, será aqui objeto de estudo por ser um possível exemplar da manifestação da hibridez cultural<sup>5</sup>, característica presente no período conhecido como pós-modernidade. A análise é motivada pelo interesse em mostrar a moda como elemento representante das identidades culturais de um indivíduo e de uma sociedade e, assim como elas, algo cambiante, que acompanha as mudanças ocorridas em sua essência, ressaltando a hibridez cultural.

Autores como Nestor García Canclini e Stuart Hall estudaram e/ou estudam questões quem dialogam com o objeto e o objetivo da pesquisa. Essas questões são relacionadas com: cultura, identidades, hibridez e globalização. Por isso serão utilizadas, neste artigo, como embasamento teórico.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC, email: grazii.barros@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFC, email: rannierymelo@gmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Instituto de Cultura e Arte da UFC, email: ricardo.jorge@gmail.com

<sup>5</sup> Hibridez cultural está colocada aqui segundo o conceito de Canclini. Este será explicado durante o desenvolvimento do artigo.



A visão pós-moderna com que é vista a questão das identidades culturais neste trabalho deriva da influência dos autores citados. Vamos entender a pós-modernidade não como uma época temporal posterior à modernidade, mas como uma forma diferente de analisar, compreender e, sobretudo, interpretar fatos, objetos e fenômenos. De maneira simplificada podemos dizer que a forma pós-moderna de pensar, em relação à forma moderna, se destaca principalmente pelo fato dos cânones passarem a ser questionados. O processo passa a ser mais importante do que o produto final. A busca frenética pelo resultado inquestionável abre espaço para a busca por novas visões a cerca de uma mesma temática, assim, abrindo espaço para os questionamentos provenientes de outros modos de pensar.

No âmbito do conhecimento, Connor (1993, p.11) diz que “Afirma-se com frequência que só se pode obter e aproveitar o conhecimento sobre coisas de alguma maneira acabadas e encerradas”. Esse é justamente o pensamento do qual os pensadores pós-modernos buscam se desvincular. Assim, conceitos que classificam e emolduram termos como Cultura e Identidade, passam a ser questionados fazendo com que ganhem novas possibilidades de interpretação. São essas novas possibilidades que permitem a interpretação do objeto de estudo deste artigo ao mesmo tempo em que as justificam.

Compreender a participação da cultura para construção das identidades do homem e o reflexo da hibridação das culturas para a formação de novas identidades e suas repercussões na moda, serão os assuntos abordados nas próximas seções do artigo.

## **2 Identidade e hibridação cultural**

O homem tem a constante necessidade de conceituar, catalogar, definir; independente da natureza do objeto a ser identificado. Esses parecem ser pré-requisitos para que ele possa sentir-se seguro, tenha confiança para falar de algo, é preciso passar pelo processo de enquadrá-lo para dizê-lo conhecido. E quando o algo a ser identificado é o próprio homem o processo parece não mudar muito. Deste modo, refletir sobre o homem, tentar definir o que é e o que lhe constitui, conferir-lhe uma identidade, é uma tarefa que há séculos tem sido o objetivo da filosofia, das Ciências Sociais e de seus pensadores.



A construção da identidade do homem sob a ótica da Modernidade<sup>6</sup> foi guiada essencialmente pelo espírito racional e técnico que tomava conta da época. A sociedade europeia nesse período histórico era movida pelo desejo de modernização<sup>7</sup>, e teve como desdobramento, por exemplo, o fato de que “[...] a Europa passa a centralizar o poder mundial, de acordo com a teoria de que a história teria um movimento evolutivo, [...]” (VICENTINO & DORIGO, 2002, p.166). Esse caráter de evolução, avanço, modificação, se distribui em outras áreas do saber além da História.

Dessa forma, essas características se estenderam a maneira de identificar o indivíduo. Um claro exemplo dessa identidade é a conhecida frase do filósofo René Descartes “Penso, logo existo” que exalta a racionalidade do ser como fonte e motivo de sua existência. O homem que na Idade Média tinha seus pensamentos e emoções regidos sob as regras da Igreja Católica adquiriu liberdade para pensar e agir por si através das “[...]transformações associadas à modernidade que libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas” (HALL, 2003, p.25).

Em suma, a identidade do sujeito moderno foi construída com os preceitos de racionalidade e unicidade, ou seja, centrado. O indivíduo dotado de pensamentos e necessidades individuais que buscam conviver em uma permanente negociação com o outro, com a sociedade.

No entanto ainda durante a Idade Moderna diversas transformações históricas contribuíram para que a noção de identidade do homem fosse vislumbrada como algo composto por elementos que fugiam do seu controle, que não dependiam apenas dele e vinham de origens diferentes, produzindo um sujeito de identidade descentrada ou a concepção de um conjunto de identidades em um sujeito. Como exemplo pode se citar a descoberta do inconsciente por Sigmund Freud, que colocou como parte integrante da identidade do homem algo que:

[...] funciona de acordo com uma ‘lógica’ muito diferente daquela da Razão, arrasa com o conceito do sujeito cognoscente e racional provido de uma identidade fixa e unificada- o ‘penso, logo existo’, do sujeito de Descartes” (HALL, 2003, p.36).

Outro fator importante para essa nova concepção da identidade foram os movimentos juvenis contraculturais e antibelicistas surgidos na década de 1960 e o

---

<sup>6</sup> Para Polistchuk e Trinta (2003) Modernidade é o conjunto de transformações ocorridas na cultura e na vida social nos últimos três séculos.

<sup>7</sup> Segundo Canclini (2008) processo socio-econômico que constrói a modernidade.



principal deles para Stuart Hall (2003), o Movimento Feminista, que suscitou debates sobre algumas problemáticas sociais, entre elas as questões da sexualidade e de gênero.

A partir destes e outros fatos foi se formando a nova concepção das identidades, no período entendido como pós-modernidade. Essas novas concepções trouxeram a liberdade de enxergar a mistura ou a hibridação cultural como acontecimentos naturais, não necessariamente positivos ou negativos.

São muitas as definições do termo Cultura, aqui ela será compreendida sob uma perspectiva geral que afirma que, “[...] cultura é aquilo que se agrega à natureza. É a forma de ser, pensar e atuar de uma sociedade.” (CASTRO, 2006, p.19). E de outra conceituação um pouco mais específica que vê a cultura como parte do cotidiano dizendo que “uma parte do que chamamos cultura é explicada como comportamentos [...] que se desenvolvem com certa regularidade” (CANCLINI, 2007, p. 78).

Compreendendo Cultura desta forma, como algo que corresponde às ações do homem e como algo habitual torna-se mais clara a definição de Canclini (2008, p. XIX) que entende como hibridação “[...] processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”. Esse conceito aplicado à cultural nos dá a compreensão do que é a hibridez cultural. Este processo sociocultural foi viabilizado de forma mais intensificada a partir da década de 70, época em que o que chamamos de globalização teve um grande aumento. Globalização se refere

[...]àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado. (MCGREW, 1992, apud HALL, 2003, p. 67).

A globalização por vezes habita o imaginário das pessoas levando “[...] a tentação de imaginar que a globalização nos unificará e tornará semelhantes. Pretende-se, assim, anular os desafios das discrepâncias culturais e das políticas que as administram.” (CANCLINI, 2007, p.100-101.).

A noção de hibridação cultural dá outra dimensão para a discussão simplista que vê a globalização como uma forma de homogeneizar a cultura. Uma cultura mundializada<sup>8</sup>, global, não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais,

---

<sup>8</sup> Cultura mundializada ocorre quando a territorialidade de uma civilização se globaliza. No entanto os traços comuns que a globalização gera não são de forma alguma sinônimos de homogeneização. (ORTIZ, 1998,p.31)



ela coabita e se alimenta de outras culturas ao mesmo tempo em que as influencia (ORTIZ, 1998).

### **3 Moda e Cultura**

A moda “[...] é formação essencialmente sócio-histórica, circunscrita a um tipo de sociedade” (LIPOVETSKY, 1989, p.23). Partindo desta afirmação podemos dizer que ela é algo que está ligada ao homem integrando o contexto de sua vida cotidiana. Portanto “Consciente ou inconscientemente a moda e o vestuário desempenham papéis importantes em nossa vida diária.” (MATHARU, 2011, p.6). Um desses papéis é a construção ou a representação de uma identidade através da roupa, afinal cada grupo é caracterizado por gostos musicais, crenças políticas e sociais íntimas além, é claro, de seu modo de vestir (MATHARU, 2011).

Lembrando a definição de cultura na qual o artigo está embasado, que a trata como hábitos do cotidiano, e nas observações feitas no parágrafo anterior podemos dizer que a moda tanto é parte integrante de uma cultura como possui sua própria cultura<sup>9</sup>. Percebemos que “[...] portanto, a moda como um fenômeno cultural é um passo na direção de uma abordagem sócio-antropológica comunicacional.” (CIDREIRA, 2005, p.111), uma vez que é parte constituinte do meio social e objeto de análise antropológica capaz de ser compreendida como forma de comunicação.

Sendo a moda parte integrante da cultura de uma sociedade ela acompanha e reflete as mudanças ocorridas nesta e nos indivíduos que a constituem. Desta forma, assim como a noção de identidade do homem moderno passou a ter, na perspectiva da pós-modernidade, a noção de sujeito de múltiplas identidades que complementam e se constroem. Conforme explica Hall, a identidade “Ela permanece sempre incompleta, está sempre ‘em processo’, sempre ‘sendo formada’.” (HALL, 2003, p.38).

Portanto o que chamamos atualmente de identidades, a moda adequou-se a elas trazendo para si elementos que permitam que elas sejam identificadas. A hibridez cultural trazida pela globalização é uma das formas que ela achou para fazer isso e a que encontramos na coleção que aqui se faz de objeto de estudo.

---

<sup>9</sup> Ver livro “Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura” e os diversos modos que são empregados os termos moda e cultura.



#### 4 Análise da Coleção

Após as explicações feitas, a partir de agora vamos analisar o objeto de estudo do artigo para compreender como ele está ligado às características pós-modernas de identidade e como ele incorpora a hibridez cultural.

A marca *Cavalera* surgiu em 1995 fruto de uma parceria entre o empresário Alberto Hiar e o músico Igor Cavalera. A marca que se define como “Ícone da cultura de vanguarda de uma geração, a CAVALERA se destacou no cenário nacional por traduzir o universo da música e arte, misturando moda, comportamento e lifestyle. [...] a marca se reinventa a cada temporada.” (CAVALERA, disponível em <[www.cavalera.com.br](http://www.cavalera.com.br)> a). Observamos aí a característica pós-moderna que assume como parte constituinte de sua identificação um *mix* de referências que são mutáveis, haja vista que elementos como a arte e a música dão grandes possibilidades de influências.

A coleção de primavera verão 2012 que foi apresentada no São Paulo *Fashion Week* (SPFW) como já foi dito anteriormente tem como inspirações referenciais o seguinte momento:

“A pintora Frida Kahlo se debruça sob uma de suas pinturas multicoloridas. As telas retratam a dualidade entre a vida e a morte, a dor e ao prazer, a tristeza e a alegria. Enquanto ela pinta, do lado de fora de sua janela uma procissão do Dia de los Muertos passa pela rua. Esqueletos dançantes, noivas cadáveres e forasteiros honram os que partiram ao som de Janis Joplin.” (CAVALERA, disponível em <[www.cavalera.com.br](http://www.cavalera.com.br)>

b) Percebamos que a identidade da marca brasileira é tomada por múltiplos elementos culturais pertencentes a outros países, assim hibridando se aos elementos característicos da cultura brasileira presentes na marca. Do México a vida, a obra e a imagem da artista plástica Frida Kahlo e a tradicional festa de Dia dos Mortos. Da cultura norte americana o estilo musical *rock and roll* representado por Janis Joplin. Para ilustrar, ratificar e complementar a análise feita acima agora será analisada a coleção através de fotografias de alguns dos *looks* apresentados no desfile do SPFSW.



Figura 1. Sem título Fonte: *Site oficial da marca Cavalaria*<sup>10</sup>

Na figura 1 imagem a sobreposição de peças tanto na parte superior como na inferior. A saia longa, peça muito usada por Kahlo para esconder uma deficiência na perna está sobreposta à uma calça que “[...]no auge da era hippie de Jany Joplin, as calças jeans femininas aparecem em shapes de boca-de-sino.” (CAVALERA, disponível em < [www.cavalera.com.br](http://www.cavalera.com.br)> b ). A cor preta aparece na coleção representando o luto pelos mortos.

<sup>10</sup> Endereço do site < [www.cavalera.com.br](http://www.cavalera.com.br) >





Figura 2. Sem título Fonte: *Site* oficial da marca Cavalaria

Na figura 2 a imagem nos mostra como a hibridação ocorreu nas peças masculinas. Percebemos novamente a sobreposição de peças, mas desta vez apenas na parte superior, faz menção à uma peça tipicamente mexicana, o poncho. Além da máscara de lutador que trás o símbolo da marca, uma águia.





Figura 3 Fonte: *Site oficial da marca Cavalaria*

Nesta imagem temos outro traço típico da cultura mexicana, a tapeçaria em cores fortes, características da estética mexicana, fazendo oposição ao tecido leve, propício para usar no verão brasileiro, e de cor lavada. A estampa florida em cores quentes nos revela mais um símbolo da hibridação cultural, uma vez que esta também é uma marca das estampas nacionais como, por exemplo acontece com a chita, tecido tradicional do nordeste brasileiro.



Figura 4 Fonte: *Site oficial da marca Cavalaria*

Neste vestido vemos a presença do bordado e mais uma vez das flores. Além das roupas a produção do cenário que, como se poderá perceber ao fundo das fotografias, era repleto de ícones da cultura mexicana como figurantes fantasiados de lutadores de luta livre e homens caveiras fantasia típica da festa dos Mortos. Também deve-se ter atenção à maquiagem utilizada nas modelos. Esta era inspirada nos traços de Frida Kahlo e foram representados principalmente pelas sobrelhas bem marcadas, os cabelos trançados e com flores como a artista costumava usar.

## **5 A metrópole como local de hibridação**

A partir da análise das peças da coleção da Cavalaria, parte-se para a discussão sobre o motivo que torna possível a abordagem multicultural do objeto em destaque. O nome da coleção já traz uma mostra da pluralidade cultural contida nas peças. Em “A pintora Frida Kahlo ouvindo Janis Joplin enquanto comemora o Dia dos Mortos”, temos



a hibridação das culturas mexicana (Frida Kahlo e festa dos mortos) e norte-americana (Janis Joplin), feitas por uma marca brasileira, o que já subentende-se a influência de um olhar baseado na cultura brasileira.

Para perceber a hibridação cultural na coleção, é necessário lembrar que a marca tem sede na cidade de São Paulo, principal centro financeiro, corporativo e mercantil da América Latina, além de ser considerada a 14ª cidade mais globalizada do planeta, de acordo com Pimenta (2007).

A partir da localização geográfica da Cavaleira, em São Paulo, é possível observar a hibridação cultural dentro do contexto metropolitano, que agrega num mesmo espaço culturas das mais diferentes origens, que mesclam-se e renovam-se a partir das relações interpessoais dos indivíduos que se localizam na metrópole, local onde acontece, segundo Burke, “o cruzamento tanto de comércio quanto de cultura, onde pessoas de diferentes origens se encontram e interagem” (2008, p.89). Tal proposição comprova o quanto o fator geográfico influencia no êxito da ideia da coleção da Cavaleira.

## 6 Conclusão

A análise permitiu concluir que de fato a coleção escolhida como objeto de estudo apresenta característica da hibridação cultural. Este processo que é impulsionado pela globalização e espalha-se pelo mundo construindo e agregando novas identidades dos sujeitos pós-modernos. E ainda se manifestando em fenômenos socioculturais como no caso aqui abordado, a moda. Além disso, percebe-se também a influência do local geográfico como fator que colabora com a hibridação cultural. O espaço da metrópole é fundamental para que haja o processo de intercâmbio entre diferentes culturas.

## 7 Referências

BURKE, Peter. **Hibridismo Cultural**. 2 ed. São Leopoldo: Unisinos, 2008. 137 p.

CANCLINI, Néstor Garcia. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008

CASTRO, Celia Romena. “As Cidades Literárias E A Recriação Comunicativa Dos Espaços Urbanos”. In: PRYSTHON, Angela (ORG.) **Imagens Da Cidade: Espaço Urbano Na Comunicação e Cultura Contemporâneas**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.



CAVALERA.a **Cavalera:** Sobre a Marca. Disponível em: <http://www.cavalera.com.br/ver12/br/#/cavalera/>. Acesso em: 19 nov. 2011.

CAVALERA.b **Coleção:** Release. Disponível em: <http://www.cavalera.com.br/ver12/br/#/colecacao/release/>. Acesso em: 19 nov. 2011.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda:** vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=JaJUnqibx8YC&lpg=PP1&hl=pt-BR&pg=PA4#v=onepage&q=moda%20e%20cultura&f=false>. Acesso em: 19 nov. 2011

CONNOR, Steven. **Cultura pós-moderna:** introdução às teorias do contemporâneo. São Paulo: Edições Loyola, 1993. Disponível em: [http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=38M1tSxJVgEC&oi=fnd&pg=PA7&dq=moda+e+cultura+%22introdu%C3%A7%C3%A3o%22&ots=b\\_0W4IZoM3&sig=NbSEMTZCicgoxpnYVfG9FR\\_7P\\_E#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=38M1tSxJVgEC&oi=fnd&pg=PA7&dq=moda+e+cultura+%22introdu%C3%A7%C3%A3o%22&ots=b_0W4IZoM3&sig=NbSEMTZCicgoxpnYVfG9FR_7P_E#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 19 nov. 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Dp&a Editora, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero:** A Moda E Seu Destino Nas Sociedades Modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MATHARU, Gunit. **O que é o design de moda?** Porto Alegre: Bookman, 2011.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação:** O pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1998.

VICENTINO, Cláudio; DORIGO, Gianpaolo. **História para o ensino médio:** História Geral e do Brasil. São Paulo: Editora Scipione, 2002.