



## **Cordel de Moda – Arte e cotidiano na Feira de Caruaru**<sup>1</sup>

Heloisa Quintes Ducasble Gomes<sup>2</sup>

Márcia Fantinatti<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP.

### **RESUMO**

A reportagem fotográfica *Cordel de moda – Arte e Cotidiano na Feira de Caruaru* busca retratar a maior feira ao ar livre do mundo através de imagens, colocando em seqüência narrativa tipos humanos, história da moda vestuário/ moda não-visual e antropologia social nordestina de Gilberto Freyre. Amarrado e ritmado pela literatura de cordel, o trabalho não pretende ser um álbum de viagem, mas sim, um diário informativo sobre o comércio da moda no agreste pernambucano.

**PALAVRAS-CHAVES:** reportagem fotográfica; *Feira de Caruaru*; moda vestuário/não-visual; literatura de cordel; *Gilberto Freyre*.

### **INTRODUÇÃO**

Com o objetivo de selecionar personagens que tivessem a vida conduzida pelo comércio de roupas da Feira de Caruaru, a pauta inicial pretendia a produção de um ensaio fotográfico legendado com biografias, no mesmo modelo da obra *Mulheres de Cabul*, de Harriet Logan (2001), porém, sem a distinção dos gêneros como fez a fotógrafa britânica. Durante os trinta dias de captação de material, a percepção de que as entrevistas pendiam sempre para o diálogo, resultou na humanização do contato e fez com que a autora ultrapassasse a barreira da intimidade e se tornasse, assim, uma argonauta nordestina. Não seria mais possível tratar as fontes como “tu”. Para contar uma história das histórias entrelaçadas pelo comércio da moda na Feira de Caruaru, e falar em especial da Feira de Sulanca - onde são vendidas as roupas, tal como faria um autêntico cordelista - o repórter dos acontecimentos da vida no Nordeste, foi utilizada a Literatura de Cordel: poesia narrativa popular, impressa em folhetos que são pendurados em corda pela feira.

A narrativa poética e as imagens fotográficas trilham um caminho ritmado pela métrica do cordel, criando uma estória “baseada em fatos reais”. Como em todo bom cordel que se preze, primeiramente o leitor/ouvinte é convidado a escutar o repente.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria B 2.4 (Jornalismo – Diversional), modalidade produto, como representante da Região Sudeste.

<sup>2</sup> Aluna do 8º semestre (2º semestre de 2007) da Faculdade de Jornalismo da PUC - Campinas. E-mail: heloqdgomes@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora da Faculdade de Jornalismo da PUC – Campinas.



Vocativos e adjetivos dão início à caminhada: partindo do sapato, permeando o mundo da antropologia, da moda, da sociologia e das tradições e hábitos caruaruenses presentes na feira, chega-se ao chapéu. A trajetória torna-se uma reportagem literária do mundo Caruaru.

## **OBJETIVOS**

A proposta desta reportagem fotográfica é fazer uma ponte entre o universo da moda, recheado com super modelos, glamour e poder, com o cotidiano das pessoas comuns, as personagens principais do nosso tempo, através de um olhar curioso e angulado de forma inusitada. O objetivo é abordar a moda vestuário e a moda não-visual, como música, dança, essências e comportamento, pelas bancas da famosa Feira de Caruaru, e em especial, a Feira da Sulanca.

Seguindo os princípios éticos que balizam o profissional de jornalismo, como o respeito aos valores universais e à diversidade cultural, o livro busca fugir do nordestino folclórico e estereotipado pelas outras regiões do Brasil. Utilizando o fotojornalismo, um gênero de comunicação simbólica que possibilita às partes em interação promoverem uma série de trocas sociais e a literatura de cordel, o intuito é levar o leitor por uma viagem: do sofá de casa diretamente para o agreste pernambucano.

Voltaire, na obra *Conselhos a um jornalista*, diz para um colega que se indaga sobre qual a melhor forma de exercer a profissão: “*Tens ciência e gosto, se além disso fores justo, predigo-te um sucesso duradouro*” (VOLTAIRE, 1737:3). Foi com base na busca desta justiça, que este projeto experimental procurou ater-se ao Nordeste/produzidor têxtil, ressaltando o merecido esforço da região no que tange ao crescimento econômico. Pois a realidade como um todo envolve muito mais as pessoas comuns do que as elites, e às vezes, é muito mais significativo tentar ver como um determinado acontecimento, no caso a feira, repercute sobre as pessoas comuns.

Conforme o Atlas do Mercado Brasileiro, revista da *Gazeta Mercantil* de 2006, Caruaru detém 17% do índice de potencial de consumo da região e figura entre as três economias mais dinâmicas do interior do Nordeste. As perspectivas de renda também melhoram: segundo o Ministério do Trabalho, a oferta de empregos formais em Caruaru cresceu 6,46% em 2006, superando a evolução em Pernambuco (4,98%), no Nordeste (4,28%) e no Brasil (4,72%).



Impossível ignorar tais dados. Sabe-se também que conforme dados da Abravest – Associação Brasileira do Vestuário, a capacidade de geração de riqueza da indústria têxtil no Brasil, em 2006, foi de 889 mil toneladas de vestuário produzido. A previsão para 2008 é de 1,051 milhões de toneladas. No País, operam cerca de 17.400 unidades fabris no setor (em escala industrial), gerando 1,2 milhão de empregos diretos, e movimentando mais de US\$ 22 bilhões, com participação superior a 4% do PIB – Produto Interno Bruto fica claro o objetivo deste trabalho ao buscar a exploração jornalística desta região que tanto cresce no Brasil e poucos sabem achá-la no mapa.

### **JUSTIFICATIVA**

Assim como em qualquer outro lugar do globo, mazelas existem, e a melhoria sempre pode chegar. Entretanto, recorrendo novamente ao intelectual francês Voltaire, e com a tentativa de não cair numa possível utopia, torna-se interessante mencionar o otimismo de Pangloss. A mídia em geral focaliza temas trágicos e negativos, pois ela tem esse papel social importante de investigação. No entanto, existe uma má vontade muito grande para com os temas positivos. Mais espaço para as matérias construtivas se faz necessário, sendo que elas ajudam o inconsciente coletivo na transformação para uma sociedade melhor. Então, por que não mostrar um lado criativo da sociedade brasileira?

A Feira de Caruaru, na sua formação inicial, consistiu numa típica expressão cultural brasileira, a principiar pela irregular disposição das barracas de comidas típicas, que se espalhavam pelas ruas, proporcionando um festival de variedade. Atualmente é a maior do país e está entre as mais interessantes e movimentadas do mundo. A cidade contabiliza 300 mil habitantes e polariza um mercado consumidor de mais de 1,5 milhão de pessoas residentes no Agreste central de Pernambuco. No Brasil, é imbatível em tamanho, tradição e variedade de produtos, ao se esparramar por uma área de quase 250 mil metros quadrados. São 22 mil pontos-de-venda, barracas oferecem de tudo e mais um pouco, sendo esse pouco uma imensidão.

Somente a Feira da Sulanca, a que vende roupas, que surgiu de modo espontâneo na cidade no final dos anos 60, se agigantou de tal forma que virou a maior feira livre do País. Os números seguintes dão idéia de sua grandeza:



• 8000 (oito mil) bancos de madeira.	• 22 ruas ocupadas.
• 8000 (oito mil) feirantes com alvará.	• 5300 feirantes do sexo masculino.
• 2700 feirantes do sexo feminino.	• 2000 vendedores em lona.
• 300 vendedores ambulantes.	• 1200 lojas comerciais.
• 170 bares e lanchonetes.	• 40 hotéis e dormitórios.
• 2000 carros particulares.	• 100 vans, peruas e microônibus.
• 85 ônibus de turistas.	• 500 bicicletas.
• 40 carroças de burro.	• 10 pontos de moto-táxi.
• 1000 motos-táxis.	• 3 pontos de táxi.
• 120 proprietários de bancos.	• 300 colocadores de bancos.
• 660 carregadores de frete.	• 50 funcionários da secretaria municipal de Indústria, Comércio e Turismo.

Fonte: Prefeitura Municipal de Caruaru

O jornalismo pertence ao lado dos valores, integra o universo da cultura, como espaço público dos discursos sociais conflitantes, e é objeto abstrato, inserido no cenário humano da complexa construção do presente. (CHAPARRO, 2001:22). Sendo assim, é imaturidade intelectual deixar de lado o fato de que, ao longo dos anos 90, a moda vestuário entrou na pauta da sociedade brasileira. Passou-se a conhecer o nome das principais modelos, estilistas começaram a aparecer em programas de TV, desfiles entraram ao vivo nos noticiários noturnos e chegaram às primeiras páginas de jornal. Tudo andou tão rápido que é como se tivesse sido sempre assim.

Tratar de moda implica lidar com elementos os mais complexos, especialmente quando combinados. Entrando nesse assunto, tangemos valores como imagem, autoestima, política, sexo, estética, padrões de beleza e inovações tecnológicas, além de um caleidoscópio de outros temas: desde condições climáticas, tradições, festas, cores (e a ausência delas), modelos, ou gente "normal", mídia, fotografia de moda, moda de rua, música, criatividade, dinheiro, vaidade, competitividade, ego, modismos e atemporalidades, não necessariamente nessa ordem. Mas sempre misturando arte e cotidiano.

Muitas vezes, o mundo não se dá conta de que a moda termina por completar o quadro histórico das sociedades, refletindo costumes e hábitos deste modelo de organização social. No mundo da moda tempos de luxo são substituídos por tempos de contenção, e assim por diante. Autofágica, quando parece não possuir mais novidade,



tudo vira de cabeça para baixo de novo. O sentido de que, também na moda, nada é eterno, não significa que a moda não possua imagens, pessoas, ou “looks” eternos. Como é o caso do New Look de Dior, em 1947, ou na minissaia de Mary Quant, nos anos 60.

Então, como transformar todas essas características da moda em matéria-prima para o jornalismo, fugindo do clichê das pautas sobre moda como matérias sobre maneiras certas e erradas de se vestir, dicas de vestimenta, lançamentos de coleções, matérias de serviços, agenda social entre outras? A moda já é notícia. Mas, como transformá-la em reportagem significativa? Buscando fugir da imprensa negócio, iniciada após 1830 na Inglaterra como explica Ciro Marcondes Filho em *A saga dos cães perdidos*, o grande trunfo do atual jornalista é inverter a ordem de importância: venda de espaços publicitários versus valor de uso da parte puramente redacional-noticiosa dos jornais. Em função disto, este trabalho foge do tradicional eixo da moda, Rio – São Paulo, para mostrar que Brasil afora também existe criatividade funcional ligada à produção. O trabalho artesanal é citado, mas quantitativamente em menor espaço, exatamente em função desta idéia.

## MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Retornando ao conselho de Voltaire do item anterior, quando ele fala sobre a importância do domínio de todas as áreas envolvendo determinado assunto, pode-se afirmar que a metodologia de trabalho utilizada pode ser resumida à junção dos conhecimentos teóricos e experimentais de jornalismo impresso e de fotojornalismo, adquiridos durante os quatro anos de faculdade, juntamente com o interesse pessoal pelo estudo da moda, procurando seguir os padrões de estética noticiosa.

Passando pela história da indumentária e indo até a fotografia de moda, incluindo entrevistas presenciais com João Braga, professor na faculdade Santa Marcelina e autor de diversos livros na área e com Daniela Falcão, editora-chefe da revista Vogue, a fundamentação foi realizada depois de muita pesquisa sobre o assunto. Sendo que o trabalho procura fazer uma ponte entre a moda glamourosa e sofisticada de ícones da indumentária (como Marilyn Monroe, Imelda Marcos, Mary Quant e Luiz XV, citados no livro) com o gigante pólo comercial têxtil existente em Caruaru, cujas características e importância econômica já foram citadas, foi necessário a captação de informação sobre o nordeste, e em especial sobre a região do Agreste, tanto no que



concerne ao clima, a economia e as tradições do local. A prefeitura de Caruaru disponibilizou diversos dados para que fosse possível essa tabulação de informações.

O estudo aprofundado da literatura de cordel e a imersão durante as entrevistas com repentistas da região, além da presença assídua em saraus de cordel dentro da feira e, em especial, a leitura dos folhetos comprados no Museu do Cordel da cidade, permitiram à autora uma renovação estilista de jornalismo, aproximando as formas narrativas das artes, sendo que a narrativa jornalística de melhor qualidade beira a arte, devendo ela potencializar o processo emocional e conduzir o leitor, além da leitura obviamente, por um processo de fruição de texto. (LIMA, 1951). Neste trabalho foi utilizada sempre que possível a redondilha maior, a chamada medida velha, de um lado por ser a forma mais utilizada pelos cordelistas da região e, de outro, por ser um tamanho de texto que se encaixa na diagramação do livro, com o tipo e tamanho das letras iguais aos dos folhetos nordestinos.

A xilogravura presente na capa e o formato quadrangular do livro também são uma releitura das principais características dos folhetos de cordel. Uma homenagem também é feita ao sociólogo pernambucano Gilberto Freyre durante todo o trabalho. A introdução de *Cordel de Moda* termina com o prefácio do livro *Modos de homem & modas de mulher*, escrito por ele em 1987 e que tão bem compreende a criatividade nordestina na produção e comercialização da moda. Durante todo o cordel, conceituações do livro foram poetizadas e marcadas com asterisco, fundamentando a narrativa literária.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO

As características intrínsecas ao relato jornalístico, como responder às cinco questões fundamentais desta prática, estão presentes em *Cordel de Moda*. A saber: *quem* - comerciantes e passantes da Feira de Caruaru, em especial da Feira da Sulanca; *como* - através do comércio da moda vestuário e da moda não visual; *o que* - transformação de uma economia de subsistência em pólo comercial têxtil nacional; *por que* - em decorrência da criatividade, talento e garra dos nordestinos; *quando* - a história da feira se mistura e se confunde com o crescimento da cidade e da vida dos próprios cidadãos caruaruenses; os protagonistas da história contada neste trabalho, voltando à primeira pergunta respondida. Além do elo que também se procura estabelecer com o público a



serviço da produção de uma forma de conhecimento sem estar associada aos fins de divulgação (ZANOTTI, 2003).

Por se tratar de um trabalho autoral, com narrativa em estilo literário e fotojornalismo, faz-se necessário ressaltar que a objetividade não é desprezada, visto que ela também caracteriza o fazer jornalístico. O próprio cordel pede esta estrutura: frases curtas, em estrofes de seis. Quanto às fotografias presentes no livro, está presente a busca pelo espelho do real, procedente da própria natureza técnica e do procedimento mecânico do ato fotográfico. Neste gênero jornalístico, é permitido fazer uma imagem de maneira “automática” “objetiva” e quase natural, de acordo com as próprias leis da química e da ótica (DUBOIS, 1993). Das mais de três mil fotos realizadas pela autora, imagens que dessem vazão a interpretação foram selecionadas para a composição da reportagem, claro, sem perder o compromisso com a informação. A escolha de fotos se deu em função do valor informacional agregado a ela, ou seja, não bastaria o simples registro de um momento pela foto, mas sim, conferir sentido à imagem.

O título do trabalho experimental *Cordel de Moda – Arte e cotidiano na Feira de Caruaru* foi elaborado com base nos títulos dos cordéis encontrados pela autora dentro da feira, cujos principais assuntos retratados nos livretos são: festas, política, secas, disputas, brigas, milagres, vida dos cangaceiros, atos de heroísmo, milagres ou morte de personalidades. Segundo Ariano Suassuna, um estudioso do assunto, a literatura popular em versos do Nordeste brasileiro pode ser classificada nos seguintes ciclos: o heróico, o maravilhoso, o religioso ou moral, o satírico e o histórico.

Os protagonistas do trabalho, como já dito no primeiro parágrafo deste item, foram escolhidos aleatoriamente, entre crianças, mães, “boyzinhos” e “boyzinhas” homens, vendedores, cordelistas, carregadores, sacoleiras e tantas outras figuras encontradas nas feiras. As fotos, em sua maioria roubadas, não são o resultado de meros “clicks” mas de muita conversa e proximidade com as fontes, que em momentos posam para as lentes, em outros, dela fogem, e em alguns nem percebem a sua presença.

## **CONSIDERAÇÕES**

Homens, mulheres, velhos, jovens e crianças são flagrados em ação que os imobilizam em determinado momento, dispondo aos olhos da máquina os espaços, os tempos e os ritmos da feira. Os objetos desta produção e o encantamento fotográfico resultante deles estão dispostos no ensaio de acordo com a diversidade de produtos:





calças, blusas, vestidos, camisetas, meias, lingerie e tantos outros serviços que são encontrados pela distribuição de barracas. O acompanhar do ritmo e das temporalidades da feira, desde a instalação até o final do dia, é representado nos flashes dos momentos dispostos e dos movimentos ritmados de cada horário e atividade, eles são apresentados aos olhos que vêem na sua organização tumultuada um agito local encantador.

De um lugar de compra e venda e, ao mesmo tempo, de troca de afetos, de conversas, de procuras, de encontros e desencontros, o ensaio fotográfico sobre a Feira de Caruaru procura ser mais do que um registro documental sobre o processo social de uma feira famosa na região. O ensaio procura provocar e estimular o observador a mergulhar com ele no universo multifacetado captado na realidade cotidiana de um centro popular de abastecimento e compras, decompondo este universo em flagrantes fotográficos e, depois, recompondo esta feira com uma seqüência narrativa literária ilustrada por imagens. A escolha da literatura de cordel é um dos melhores elogios que se pode fazer à cultura nordestina, riquíssima em conteúdo, balanço, rimas, e forma, o cordel é uma espécie de dialeto.

Estar acompanhada somente de um gravador, uma máquina fotográfica e Deus, sem sombra de dúvidas, permitiu à autora um mergulho no mundo no universo deste mundo-feira. O trabalho como vendedora de sapatos em uma das bancas, a alimentação com comida local, as amigáveis criadas durante os intensos trinta dias e a receptividade incrível dos caruaruenses sempre tão amigáveis, com certeza, transborda em cada uma das linhas. O mundo de imagens registrado neste livro-ensaio, assim, é um mundo de sensações engajadas com a vida, e claro, com a arte.

## REFERÊNCIAS

- BAHIA, Juarez. **Jornalismo, informação e comunicação**. São Paulo, ed.Martins, 1971.
- BRAGA, João. **História da Moda: Uma narrativa**. 3. edição. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004. (Coleção moda e comunicação / coordenação de Kátia Castilho).
- CATELLANI, Regina Maria. **Moda Ilustrada de A a Z**. Revisão técnica mercadológica Laís Helena da Fonseca Person. Barueri, São Paulo, Manole, 2003.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Linguagem do conflitos**. Coimbra: Edições Minerva Coimbra, 2001.
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. Tradução Marina Appenzeller. 9ª edição. Campinas: Papirus Editora.
- FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. Rio de Janeiro: Record, 1987.
- LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas**. 3ª edição. São Paulo: Manole, 2004.





- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das letras, 1989.
- MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular: Uma introdução à fotografia**. São Paulo, Brasiliense /Funarte, 1984.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. 2ª edição. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista. O diálogo possível**. 4ª edição. São Paulo: Editora Ática, 2003.
- PALOMINO, Érika. **Folha Explica, A moda**. São Paulo: Publifolha, 2003.
- RAPOSO, Maria Cristina; GOMES, Gustavo Maia - **Estudo de Caracterização Econômica do Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano**. Recife, 2003.
- VILA NOVA, Sebastião. **Literatura de cordel**. Recife: IJNPS. Instituto de Pesquisas Sociais, 1976. (Folclore 19).
- VOLTAIRE, François. **Conselhos a um jornalista**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- ZANOTTI, Carlos Alberto. **Sobre conceitos e práticas jornalísticas**. Revista de Estudos do Curso de Jornalismo. PUC-Campinas. V.1, n.1 (out 1998), pp. 87-100.