



DEMOCRATIZAÇÃO DA MODA PELA MÍDIA TELEVISIVA: ANÁLISE DO PROGRAMA CLÔ PARA OS ÍNTIMOS

Democratization of mode by televisive media:

Anaçysis of the programa Clô para os íntimos

Carvalho, Vagner Donizete Gomes; Coordenação, Docência e Gestão em
Projetos de Moda do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza,
djalodjanira@yahoo.com.br

Resumo: O objetivo deste artigo é investigar a democratização da moda no Brasil, nos anos de 1980, por meio de programas televisivos. Utilizamos como fonte de pesquisa um trecho de oito minutos, do programa “Clô para os íntimos”, transmitido pela Rede Manchete, que nos permitiu apresentar algumas especificidades do processo de midiática da moda a partir da análise do processo criativo utilizado por Clodovil Hernandes.

Palavras-chave: moda brasileira; mídia; processo criativo.

Abstract: The objective this article is to investigate the democratization of fashion in Brazil in the 1980s through television programs. We used as a research source an eight-minute segment of the “Clô para os íntimos” program, transmitted by Rede Manchete, which allowed us to present some specificities of the fashion mediatization process based on the analysis of the creative process used by Clodovil Hernandes.

Keywords: brazilian fashion; media; creative process.

Introdução

Tudo começou ainda na infância: uma das primeiras lembranças sobre moda é Clodovil Hernandes, em uma televisão preto e branco, lendo cartas, falando ao telefone, dando dicas de como as mulheres deveriam se vestir em diversas ocasiões e desenhando modelos num piscar de olhos. Trinta anos se passaram e, no finalzinho de 2012, Clodovil nos apareceu em sonho, pedindo para que cuidássemos das Casas Clô. Misto de susto e surpresa tomou conta de nossa imaginação e nos impulsionou para que pesquisássemos o assunto. Clodovil deixou previsto em seu testamento a criação da Fundação Isabel, que deverá criar as Casas Clô. Segundo Maria Hebe Pereira de Queiroz, advogada e



testamenteira de Clodovil, o objetivo será abrigar e educar meninas órfãs, Clodovil queria oferecer educação fundamental e até mesmo o ensino universitário. A partir de então, dedicamos parte de nosso tempo para investigar Clodovil Hernandez: personagem que figurou na moda vestindo mulheres da alta sociedade paulista, noivas, cantoras, intérpretes, artistas de teatro, cinema e televisão e candidatas a miss; vestiu também diversas personagens do teatro e da televisão. Clodovil tornou-se referência também nos diversos programas que trabalhou como apresentador de quadro de variedades.

Clodovil Hernandez nasceu em dezessete de junho de 1937 em Elisiário, interior de São Paulo. Seu interesse por moda começou ainda criança, quando opinava nas roupas de tias e primas e de sua mãe adotiva. Estudou o ensino primário em um colégio interno dirigido por padres católicos, na cidade de Monte Aprazível, e recebeu de um professor o apelido de Jacques Fath, devido à sua mania de desenhar vestidos. No ano de 1953, aos 17 anos incentivado por uma colega de classe do Curso Normal, desenhou onze vestidos e vendeu seis deles na Florence Modas, loja na rua Barão de Itapetininga, centro de SP. Ainda com 17 anos e cursando o último ano do curso normal, participa de um concurso promovido pela revista Radiolândia criando um croqui de um vestido para a cantora de rádio Marlene. Sua criação é vencedora e publicada na revista em 2 de outubro de 1954. No ano de 1957, voltou para a casa de seus pais, na cidade de Mandaguari no interior do Paraná. Foi contratado como professor de desenho no Colégio Estadual Vera Cruz, permanecendo por dois anos, até se mudar definitivamente para a cidade de São Paulo. Na década de 1960, Clodovil trabalhou para a Rádio **Jovem Pan**, onde dava conselhos de moda durante poucos minutos. Apesar de breve, a participação de Clodovil no programa matinal atraía milhares de ouvintes, e serviu como uma experiência importante para o estilista antes de começar a trabalhar na televisão na década de 1980. Em 1960 Clodovil ganha o prêmio Agulhas de Platina, prêmio máximo da competição, com um traje inspirado em George Sand. Na edição seguinte de 1961 ganhou o prêmio Agulhas de Platina e trabalhava na Casa La Signorinella responsável por criações de roupas sob medida. Lançou ainda coleções de modelos sob medida, coleções de prêt-à-porter, uma



linha de calças jeans intitulada de “Jeans sabor Brasil” e uma linha de moda masculina. Licenciou produtos como valises de couro, um carro Monza Clodovil fabricado pela Chevrolet, chocolates, roupas para cama, mesa e banho. Com 70 anos de idade foi eleito para o cargo de Deputado Federal, em 2006, com 493.951 votos, pelo PTC – Partido Trabalhador Cristão. Recebeu uma expressiva votação que o colocou no patamar do terceiro deputado mais votado, o que garantiu uma cadeira a mais na câmara. Isso, em sua primeira eleição. Outra marca alcançada por Clodovil é o do primeiro gay assumido eleito ao cargo de deputado federal.

A apreciação do trecho do programa escolhido nos permitiu apresentamos algumas especificidades do processo de midiaticização da moda a partir da análise do processo criativo utilizado por Clodovil Hernandes. Para entendermos melhor o processo de midiaticização da moda, recorreremos aos trabalhos de Verón (1997), Maldonado (2002), Mata (1999) e Lipovetsky (1989).

A metodologia utilizada foi uma breve análise do trecho de oito minutos disponível nas redes sociais e entrevista escrita com Ana Maria Flesch Fernandes que escreveu uma carta dirigida ao programa solicitando um modelo.

Midiaticização da moda

Percebe-se, cada vez mais, a participação e importância da mídia na sociedade atual, em especial a partir da segunda metade do século XX. É por meio do sistema midiático que somos informados sobre os diversos acontecimentos nacionais e internacionais. O campo midiático possui “a característica de atravessar todos os outros campos, condicioná-los e adequá-los às formas expressivas e representativas da mídia” (MALDONADO, 2002, p. 4.). Maldonato ainda argumenta que o processo de midiaticização tem profunda relação com as práticas capitalistas, reestruturadas pela intensa informatização, e as formas sociais geradas em consequência destas. Mas as lógicas econômicas não explicam por si só a atual centralidade do campo midiático, pois as mídias são hoje o lugar obrigatório de passagem para a publicização dos outros campos,



“uns com maior dependência que outros, mas todos atravessados pelos fatores midiáticos” (2002, p. 4).

A demonstração da construção do processo de midiaticização de Verón (1997) preocupa-se com a problemática da influência dos meios de comunicação sobre os mecanismos de funcionamento social e com as novas sociabilidades que surgem a partir das novas tecnologias de comunicação, dentro do processo de midiaticização. Aponta também para uma conceituação de comunicação midiática na qual se articulam os dispositivos tecnológicos, as condições específicas de produção e as práticas de recepção.

Em nosso atual contexto, nossas experiências são cada vez mais permeadas pela mídia e a televisão tornou-se um forte instrumento de comunicação e de interação social. MATA (1999) argumenta que a mídia passa a funcionar como matriz configuradora de sentidos, marcando processos de apropriação e construção de significados.

LIPOVESTSKY (1989) não trabalha diretamente o conceito de midiaticização, ele a aborda com vistas sobre sua incidência sobre os sujeitos e observa na lógica da mídia um reforço para o individualismo contemporâneo:

A mídia não asfixia o sentido da comunicação, não põe fim à sociabilidade, mas reproduz de uma outra maneira ocorrências de troca social. Instituem-na essencialmente sob uma forma menos ritualizada e mais livre. (...) [os indivíduos] comunicam-se de maneira mais estilhaçada, mais informal, mais descontínua, de acordo com os gostos de autonomia e de rapidez dos sujeitos (1989. P. 235)

O programa “Clô para os íntimos”

O objetivo deste artigo é investigar a democratização da moda no Brasil, nos anos de 1980, por meio da mídia televisiva por meio do programa “Clô para os íntimos” estreado por Clodovil em 1986. Clodovil já havia trabalhado para a Rádio Jovem Pan, nos anos de 1960, onde ministrava conselhos de moda durante poucos minutos. Apesar de breve, a participação de Clodovil no programa matinal atraía milhares de ouvintes, e



serviu como uma experiência importante para o estilista antes de começar a trabalhar na televisão na década de 1980. Em setembro de 1968, Clodovil teria criticado ao vivo na rádio as roupas que Iolanda Costa e Silva, esposa do então presidente-general Costa e Silva, usou na ocasião da visita oficial da primeira-ministra indiana Indira Gandhi ao Palácio da Alvorada. Acabou demitido da Rádio Jovem Pan. Em 1980, já consagrado como costureiro, Clodovil foi convidado pela Rede Globo para participar da equipe de apresentadores do programa TV Mulher, seu primeiro programa de televisão, tendo como colegas Marília Gabriela, Ney Gonçalves Dias, Ala Szerman, Xênia Bier e Marta Suplicy. O programa matinal era voltado para o público feminino, tendo sido pioneiro ao abordar temas como sexo, o que gerou protestos entre conservadores e religiosos. No TV Mulher, Clodovil costumava ler cartas de mulheres que queriam dicas e sugestões de vestuário e desenhava ao vivo os modelos, desde vestidos de festas até roupas adequadas para o trabalho. Em 1982, porém, Clodovil acabou demitido do TV Mulher após discutir ao vivo com Marília Gabriela, que ocupava o lugar de âncora do programa. Clodovil foi substituído por Ney Galvão. Demitido da Rede Globo, Clodovil migrou para a Rede Bandeirantes, onde ganhou, em 1983, um programa com seu próprio nome. Ainda no mesmo ano, Clodovil entrou para a Rede Manchete, a qual o contratou para apresentar dois programas na década de 1980: os vespertinos *Manchete Shopping Show* (1983-1985) e *Clô para os Íntimos* (1985-1988)

A Rede Manchete também conhecida como TV Manchete ou apenas Manchete foi uma rede de televisão comercial brasileira fundada na cidade do Rio de Janeiro em 5 de junho de 1983 pelo jornalista e empresário ucraniano, naturalizado brasileiro, Adolpho Bloch. Fazia parte do conglomerado de comunicação Grupo Bloch que publicava a revista Manchete por meio da Bloch Editores. A emissora permaneceu no ar até o dia 10 de maio de 1999. Com equipamento sofisticado e buscando uma programação de alta qualidade a Rede Manchete ficou conhecida pela sua programação baseada no jornalismo, na cobertura de competições esportivas nacionais e internacionais, na teledramaturgia fez história por ter exibido a primeira novela fora da Rede Globo a liderar a audiência desde





os anos de 1970. Os caros investimentos na emissora levaram a sucessivas crises. Em 1985, com dois anos de existência, os prejuízos da Rede Manchete eram evidentes. A crise da Manchete se aprofundou após a Copa do Mundo de 1998, quando seu faturamento caiu 40%. A emissora foi vendida para a Igreja Renascer em Cristo em janeiro de 1999, porém em fevereiro do mesmo ano rompeu com a igreja, alegando o descumprimento de cláusulas contratuais. Em maio de 1999, Amilcare Dallevo e Marcelo de Carvalho assumiram as concessões da Manchete, transferiram a sede para Barueri e o nome da emissora foi mudado para RedeTV!

Clodovil estreou o programa *De Mulher para Mulher*, diariamente às 14 horas, seguido pelo *Manchete Shopping Show*, programa de variedades feminino que também contava com a participação do estilista, em decorrência de uma mudança na programação da emissora na tentativa de reverter a audiência e os prejuízos financeiros. No ano de 1986 Clodovil estreou o programa *Clô para os Íntimos*, diariamente às 14 horas.

O programa era uma coprodução da Rede Manchete com a Equipe A, de São Paulo e trazia dicas de beleza, moda, decoração, culinária e entrevistas. Saiu do ar em 1988, depois que Clodovil, encarando a câmera, perguntou: O Congresso está votando na Constituinte ou na Prostituinte? Os jornais noticiavam que logo após o programa, Ulisses apresentador. No dia seguinte, Clodovil foi demitido da Manchete.

A criação de Clodovil

O programa escolhido para este estudo foi ao ar no ano de 1987 e o trecho dele disponível na internet tem aproximadamente 7 minutos e 55 segundos. Clodovil está sentado, em primeiro plano, vestindo uma camisa ampla de manga curta, cor clara, echarpe bege em torno do pescoço e com as duas extremidades caindo à frente sem se entrecruzarem. Clodovil está em evidência devido ao fundo escuro. Começa o vídeo elogiando Florianópolis e diz ser desta cidade a procedência da carta lida no programa. Se refere à carta como “a carta de hoje” isso nos leva a crer que era uma prática diária a





leitura de cartas ao vivo no programa. Coloca óculos para certificar-se do nome e endereço do remetente e convida os ouvintes do programa a conferir o endereço em outra câmera que dá um zoom no remetente. Informa que a Sra. Ana Maria Flesch Fernandes quer “simplesmente um modelito”. Informa a altura (1,73m), o peso (58 kg). Informa que a leitora, ele a chama de “gracinha” vai engordar porque está grávida e olha para o lado direito da tela, como se estivesse conversando com o olhar com a produção do programa. Clodovil volta à leitura da carta no trecho em que a Sra. Ana Maria Flesch Fernandes escreve que assiste todos os dias o programa e que se enche de energia boa e espiritualidade. Diz, olhando para a câmera e se dirigindo à Sra. Ana Maria, que é como ele a passa a chamar, confidenciando que só não desiste do programa devido ao que ela escreveu. Ele avisa que irá desenhar o modelito e que o cantor Marcos Sacramento irá cantar uma música durante a criação e, olhando novamente para a câmera, diz, em terceira pessoa, que a Sra. Ana Maria Flesch Fernandes vai ficar enlouquecida porque a música escolhida tem tudo a ver com a magia de gerar um novo ser. Convida a acompanhar a criação do modelo e a câmera se dirige à mão direita de Clodovil que já segura uma caneta hidrográfica na cor preta, com o papel no formato A3 (30X42cm). Clodovil começa, aos 1 minuto e 21 segundos, o desenho pelos olhos e nariz enquanto a câmera é direcionada para as mãos do pianista. Assim que Marcos Sacramento começa a cantar a música “Mulher”, de Silvio Caldas. Enquanto a música é tocada e cantada Clodovil continua o desenho. Após olhos, nariz, boca, rosto, cabelos e pescoço, Clodovil começa a desenhar o modelo do vestido pela gola, em formato “V”, passa para as mangas e para o detalhe sobre o busto, uma espécie de babador de renda. Depois complementa a frente do vestido, reto, com abertura total frontal, botões aparentes. O modelo lembra um vestido modelo *chemisier*. Clodovil complementa o desenho executando listras diagonais, mais ou menos a 45°, que se encontram na abertura do vestido formando um ângulo reto. A câmera vai alterando entre Marcos Sacramento cantando, o pianista tocando e Clodovil desenhando. Após o desenho realizado Clodovil faz uso de um pincel chato umedecido para conferir ao desenho a técnica de ilustração aquarelada e termina o desenho aos 4 minutos e 21



segundos. O tempo de duração do desenho é de aproximadamente 3 minutos. Após o término do desenho que coincide com o término da música, Clodovil chama Marcos Sacramento pra perto de si, e agradece ao pianista. Só agora é possível observar que o cenário é construído de forma para parecer uma sala ao centro e um ateliê do lado esquerdo e começa a conversar com Marcos Sacramento sobre o interesse em Clodovil convidá-lo para cantar no programa. Aos 6 minutos e 21 segundos Clodovil é focado pela câmera e começa a explicar à Sra. Ana Maria o modelo. A câmera focaliza uma modelo vestida com o tecido enviado pela tecelagem Rakan e o desenho ao lado. Clodovil informa que o tecido é listrado de amarelo com branco. Detalha o modelo do vestido e orienta sobre o tecido da gola, na cor branca, e sobre o babador de renda local para ser usado sobre o vestido, cobrindo todo o ventre. Aos 7 minutos e 23 segundos, Marcos Sacramento volta a cantar enquanto a câmera passeia pelo corpo da modelo, mostrando o tecido e o desenho da criação de Clodovil. A aparição termina aos 7 minutos e 50 segundos com a câmera focando a assinatura de Clodovil no desenho.

Em entrevista realizada em oito de julho de 2018, Ana Maria Flesch Fernandes relata que conheceu Clodovil por meio de revistas e da TV que mostravam entrevistas e reportagens com costureiros famosos, como Denner, Guilherme Guimarães e Clodovil nos anos de 1970. Relata ainda que era professora nesta época e que assim que o conheceu, passou a admirá-lo. Assistindo o programa “Clô para os íntimos” teve a ideia de mandar uma carta. Considerou que seria o máximo ter um vestido desenhado por ele e, como estava grávida e até então não tinha visto ninguém na mesma situação mandar nenhuma carta, acreditou que poderia ser a ouvinte escolhida, o que realmente aconteceu.

Ana Maria nos diz que ela e sua filha costumavam criar vários modelos próprios de vestidos, saias, blusas, calças e outras peças de roupas. Muitas vezes tingiam os tecidos, misturavam diferentes estampas, bordados, criando peças que consideravam como sendo muito bonitas, diferentes e originais. Sua mãe fazia crochê e tricô e também confeccionou uma variedade de peças de roupas e acessórios. Ana Maria comprava suas roupas em lojas de sua cidade, Florianópolis, ao mesmo tempo que algumas de suas



roupas eram feitas sob medida com costureiras. Durante a gravidez comprou roupas em lojas especializadas em roupas para gestantes. Durante o período da gravidez a roupa desenhada pelo Clodovil foi a única que fez sob medida. Após a gravidez continuou usando algumas roupas sob medida desenhadas por estilistas da cidade onde mora. Ela nos conta que assistia o programa “Clô para os íntimos” sempre que podia, mas não eram todos os dias, em sua sala ou quarto, já na televisão colorida. Afirma que sempre gostou admirou muito Clodovil e que adorava assistir o programa. Lembra-se que o programa seguia um roteiro, que era um programa agradável e que começou a assistir ao programa quando o descobriu por chamadas na TV. Ana Maria Flesch Fernandes ainda nos conta que acompanhou Clodovil quando trabalhou em outras emissoras de TV. Lembrando ainda que Clodovil participou do programa “8 ou 800”, atração comandada por Paulo Gracindo, respondendo perguntas sobre a personagem mineira Dona Beja e recebendo o prêmio máximo. Ela ainda nos informa que foi enviado o tecido e o croqui em uma caixa pelo correio, que ficou muito feliz quando chegou o croqui desenhado e assinado pelo Clodovil. Ao chegar a caixa, levou o tecido fornecido pela loja de tecidos Rakan à uma excelente e renomada costureira que confeccionou o vestido exatamente de acordo com o croqui. Recorda que comprou tecido para fazer a gola, providenciou a renda sugerida por Clodovil para fazer o babador sobre o vestido e que ela e a costureira montaram o adereço que poderia ser colocado e retirado do vestido. O vestido poderia ser usado com a renda ou sem a mesma. Ana Maria, segundo sua entrevista, nos informa que usou o vestido em diversas ocasiões, uma delas no Natal de 1987.

Ela ainda nos informa que guardou o vestido por cerca de 15 anos, mas infelizmente numa reforma que foi realizada em sua residência, deixou muita coisa armazenada num guarda móveis. Algumas caixas foram extraviadas e só muito tempo depois foi dando falta de diversas coisas. Acredita que foi furtada pois muitas das coisas que havia guardado nunca mais viu. Acredita que seu vestido e o croqui deveriam estar em uma das caixas desaparecidas.



Considerações Finais

Podemos constatar que Clodovil Hernandes, já no ano de 1987, demonstra bastante afinidade com o público a ponto de confidenciar sobre questões pessoais ao vivo. Ele fez uso do sistema midiático televisivo para aproximar seu trabalho de criador de roupas a pessoas de diferentes regiões do Brasil. No trabalho em questão, não conseguimos mensurar o valor das criações de Clodovil. Em alguns trechos de entrevistas disponíveis na internet ele nunca deixa claro o valor de seu trabalho nem a maneira como calcula esse valor. Também não mensuramos se a Sra. Ana Maria Flesch Fernandes faria uma encomenda a Clodovil caso não tivesse sido contemplada pelo programa.

Como Maldonado (2002, p. 4,) nos referenciou, a moda criada por Clodovil, utilizando o programa “Clô para os Íntimos” como campo midiático atravessou todos os outros campos, da criação verbal e pictórica, por meio do desenho e foi adequada no produto final, o vestido. Maldonato ainda argumenta que o processo de midiatização tem profunda relação com as práticas capitalistas, pois a produção do programa se utilizou do patrocínio da empresa de comércio de tecidos Rakan.

A demonstração da construção do processo de midiatização de Verón (1997) que preocupa-se com a problemática da influência dos meios de comunicação sobre os mecanismos de funcionamento social mostra que esse relação se deu ao fato que a Sra. Ana Maria acompanhou o programa e realizou, por meio do auxílio de uma costureira, o vestido criado por Clodovil.

Na concepção de Mata (1999) que argumenta sobre a capacidade que a mídia possui para funcionar como matriz configuradora de sentidos, marcando processos de apropriação e construção de significados, acreditamos que ela está presente em dois momentos: em primeiro lugar, na maneira como a Sra. Ana Maria toma conhecimento sobre Clodovil, por meio das revistas e de outros programas televisivos e em segundo lugar, na aceitação incontestável da criação de Clodovil.



Na concepção de Lipovetisky (1989) onde a mídia não asfixia o sentido da comunicação, não põe fim à sociabilidade, mas reproduz de uma outra maneira ocorrências de troca social, acreditamos que isso acontece com todos agentes envolvidos nesse processo de criação do vestido da Sra. Ana Maria: Clodovil cria o modelo, tendo em vista o tecido oferecido pela empresa Rakan. A própria cidade de origem da carta influencia Clodovil a “cobrir seu filho de renda” e, em uma comunicação informal não materializar sua inspiração sobre “que magia é essa desta criança, dentro desta mulher, coberta de rendas”.

Referências

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero a moda e seus sentidos nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MALDONADO, Efendy. **Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica**. Ciberlegenda. Rio de Janeiro, n.9. p. 1-23, 2002.

MATA, Maria Cristina. **De la cultura massiva a la cultura mediática**. In: Diálogos de la Comunicación. Lima, n. 50, 1999.

CLÔ PARA OS ÍNTIMOS. Rio de Janeiro, 1987. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=uJD2nJNi9T4>. Acesso em 16 jun. 2018.

