

# **A profissão de costureiro de luxo, o povo e o cafona: entrelaces da moda nas tramas da história social**

*The luxury couturier profession, the people and the tacky:  
fashion interweaving in the wefts of social history*

**Débora Russi Frasquete<sup>1</sup>**

**Ivana Guilherme Simili<sup>2</sup>**

## **Resumo**

A relação do costureiro de luxo com o povo e o cafona é explorada neste texto por meio dos discursos de um dos maiores costureiros de luxo brasileiro, Dener Pamplona de Abreu, que no exercício da profissão influenciou a sociedade brasileira, principalmente o público feminino, utilizando os diversos veículos midiáticos para difundir seu nome como um especialista em elegância e luxo. Em seus discursos divulgados na década de 1970, nos quais expunha suas opiniões a respeito do comportamento e do vestir nas décadas de 1960 e 1970, é possível notar um novo direcionamento: Dener passa a escrever para as mulheres com poder aquisitivo inferior ao de suas clientes. Os discursos presentes em sua autobiografia e em seu Curso Básico de Corte e Costura, lançados em 1972, permitem-nos explorar a relação do costureiro com o povo e a maneira como ele associa a poder aquisitivo o termo “cafona”, considerando a mobilidade social marcante desse período.

**Palavras-chave:** Povo; Popular; Cafona; Costureiro; 1970.

## **Abstract**

The luxury couturier relationship with the people and the tacky is explored in this text through the speeches of one of the largest brazilian luxury couturiers, Dener Pamplona de Abreu, which in the profession, influenced brazilian society, especially womens, using different media

---

<sup>1</sup> Mestre em História pela Universidade Estadual de Maringá na linha de pesquisa Fronteiras, Populações e Bens culturais (PPH-UEM). Pesquisadora e professora na área de Moda, História e Cultura.

<sup>2</sup> Doutora em História, pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - Unesp-Assis, professora de Metodologia e Técnica de Pesquisa e integrante da linha de pesquisa Fronteiras, Populações e bens culturais do Programa de Pós-Graduação em História (PPH-UEM).

Contatos: [deborafrasquete@gmail.com](mailto:deborafrasquete@gmail.com); [ivanasimili@ig.com.br](mailto:ivanasimili@ig.com.br)

vehicles to spread his name as an expert in elegance and luxury. His speeches, published in the 1970s, which stated opinions about the behavior and the clothing in the 1960s and early 1970s, shows a new direction: the orientation of lessons for women of lower purchasing power, as opposed to their customers of elites. In this sense, the article aims to analyze the relationship of Dener as luxury couturier, when he directs his speech to the popular segments disadvantaged financially. The discourses present in his autobiography and in his Basic Course of Cutting and Sewing, released in 1972, allows us to explore the couturier's relationship with the people as well as the way that he associates the purchasing power to the term tacky, considering the expressive social mobility in that period.

**Keywords:** People. Popular. Tacky. Couturier. 1970.

## Introdução

Dener Pamplona de Abreu (1937-1978) projetou-se na moda brasileira nas décadas de 1950, 1960 e 1970, e por isso traz em sua trajetória os caminhos por ela percorridos. Segundo Dória (1998), no final dos anos 1950 e na década de 1960, momento em que a moda seguia apenas os ditames internacionais, o costureiro envolve-se com o projeto de criação de uma moda nacional. Com uma formação quase toda autodidata, Dener, paraense, inicia sua vida profissional com apenas 13 anos, ao trabalhar na Casa Canadá, uma *Maison* carioca pioneira na importação de moda, com esforço de divulgação que envolvia a imprensa e apresentações nos estados mais importantes do país (DURAND, 1988). Ao iniciar seu reconhecimento, Dener é levado para trabalhar em São Paulo, onde tem a oportunidade de abrir seu ateliê de etiqueta própria aos 21 anos de idade, na Praça da República. A partir de 1958, o costureiro passa a vestir clientes famosas, inclusive a primeira-dama, Sarah Kubitschek, sendo premiado em 1959 com a Agulha de Ouro e de Platina no Festival da Moda promovido pelas Indústrias Matarazzo-Boussac (DÓRIA, 1998).

A década de 1960 foi um período de grande reconhecimento do costureiro, que se torna o responsável pelo guarda-roupa da então primeira-dama, Maria Thereza Goulart. Na mesma década, em 1968, ele cria a primeira grife de moda nacional, marcando a evolução da indústria da moda no Brasil. A incorporação das particularidades brasileiras na criação de estampas únicas, de tecidos singulares e, principalmente, a consideração do clima brasileiro, que muito diferia do europeu nas concepções das peças indumentárias, foram traços do seu estilo. Assim, conquistou a sociedade brasileira e fez do Brasil um país

produtor de uma alta-costura com características próprias, contribuindo para o destaque da moda brasileira aos olhos estrangeiros.

No início da década de 1970, devido à decadência que a alta-costura brasileira presenciava, o *prêt-à-porter*<sup>3</sup> ganhava força e Dener o criticava ferrenhamente, ainda que tenha se inserido nos novos rumos que a moda tomava. O luxo e o refinamento eram apresentados em seus discursos como um ideal de vida que devia ser cultuado por todos, das elites à comerciária. O costureiro acreditava numa moda de luxo e elegância, naquele produto que vestia as mais finas, elegantes e luxuosas moças e senhoras da sociedade brasileira de consumo, ideia em parte contrária às tendências de modernidade propulsionadas pelo *prêt-à-porter*. Nesse sentido, os discursos de Dener, quando destinados às camadas menos favorecidas da população, partiam sempre do espaço das elites, da qual fazia parte.

A fim de aumentar seu capital simbólico, colaborando com o poder de influência do costureiro, a sua trajetória e suas iniciativas não se restringiram apenas ao estilismo, participando de programas de televisão, empreendendo associações, escrevendo e desenhando para colunas de mídia impressa, lançando uma autobiografia, fazendo figurinos, uniformes e tendo seu nome como um dos mais comentados do período. Assim, Dener transformou-se em uma verdadeira celebridade, conhecida também por determinar o que era o luxo e a elegância, conceitos empregados por ele para definir e diferenciar a sua produção estética e estilística da de outros costureiros, ao mesmo tempo em que os utilizava para classificar o vestir e as mulheres.

Partindo desses pressupostos, circunscrevemos o estudo aos discursos de Dener em seu Curso Básico de Corte e Costura, lançado em 1972, e sua autobiografia, lançada no mesmo ano e reeditada em 2007. As fontes permitem refletir sobre a maneira como o costureiro expunha suas opiniões a respeito da sociedade das décadas de 1960 e 1970. Amparada pelo estudo biográfico do sociólogo Carlos Dória (1998) e pelas demais referências, o artigo propõe abordar a trajetória de Dener como costureiro de luxo das elites e sua relação

---

<sup>3</sup> Alta-costura e *prêt-à-porter*: a alta-costura, associada à *haute couture*, como termo regulamentado na França, é empregada neste trabalho como a costura de luxo produzida sob medida, pois é a forma como o costureiro se referia à sua produção de moda. O termo *prêt-à-porter*, como modernização da alta-costura, é utilizado como sistema de produção do vestuário em que as roupas são comercializadas prontas para vestir e não sob medida.

e ambiguidade com os segmentos populares, principalmente as mulheres de menor poder aquisitivo. Considerando seu processo de popularização e a mobilidade social vivenciada nesse período, compreendemos que o costureiro busca a reafirmação das elites sobre o povo e que ao utilizar o termo cafona nos fala das impressões das elites sobre a nova realidade social desencadeada nesse período.

### **A popularização de Dener, o costureiro**

No período estudado, a constar para o encaminhamento da narrativa, o Brasil vivia um período de regime militar desde o golpe de 1964. Dener, como um mecenas, aglutinava ao seu redor as mais importantes influências do meio cultural e político do país, fazendo de sua casa um requisitado espaço para festas e recepções. Por fazer parte desse universo, esteve sujeito à perseguição, de causa ainda desconhecida. Como escreve Ridenti (2010, p. 72), o meio cultural “sofreu perseguição direta, tanto pela censura (mais branda entre 1964 e 1968, absoluta após essa data)” quanto pelos movimentos de contestação. Como qualquer “crítica ao regime era tomada, após 1968, como subversiva e comunista, logo, passível de punição” (RIDENTE, 2010, p. 72), Dener, nesse período, mesmo após ter vestido a primeira-dama deposta, não se pronunciava contrário ao regime militar.

Ao vestir a extinta primeira-dama, Dener era inofensivo. Os únicos palpites que deu “durante o governo foram referentes a vestidos e etiqueta” (DÓRIA, 1998, p. 24). Porém, entre “os vários estragos causados pela direita no país, o atentado da noite de 23 de julho de 1968 foi contra um símbolo, Dener, costureiro da primeira-dama da ‘República sindicalista’ de João Goulart” (DÓRIA, 1998, p. 24). Esse capítulo de sua autobiografia foi tratado de forma pouco valorizada. Dener não quis fazer alarde sobre o atentado contra si, que deixou seu carro marcado por doze tiros de metralhadora. Porém, os jornais o noticiaram, e como ele estava sempre em evidência, a manchete do jornal *Última Hora* foi “Dener, golpe de publicidade”, mas o costureiro altivo reagiu: “E por acaso preciso estragar meu carro por um pouco de divulgação?” (DÓRIA, 1998, p. 20). Conta Dória (1998, p. 24), ainda, que certa vez militares surgiram no ateliê de Dener com o intuito de arrancar uma declaração de que sua cliente, Maria Thereza Goulart, comprava as roupa de gala com dinheiro público. “Salvou-se o figurinista pela intervenção do deputado Cunha Bueno, por acaso de passagem pela butik: ‘Dener nunca fará isso, esqueçam! É um homem correto’, disse

enxotando a comitiva militar” (DÓRIA, 1998, p. 24). Essa relação de Dener com o governo, como personalidade e costureiro de primeiras-damas, fez dele uma pessoa importante e respeitada, graças aos círculos sociais do qual fazia parte, o que auxiliou também a sua popularização.

Em momento algum o costureiro se posicionou a favor ou contra questões do governo ou do regime militar, e dizia não se interessar por política (ABREU, 2007). Inclusive, escreveu em sua autobiografia que no dia do golpe de 64 não se preocupou com o fim que teriam Jango e Maria Thereza, porque o exército era “civilizado e não iria decapitá-los nem fuzilá-los no escuro”, mas sim com a roupa com a qual ela seria deposta (ABREU, 2007, p. 74), declarando sua decepção com a escolha errada da primeira-dama ao ser “exilada de turquesa” (ABREU, 2007, p. 74).

Como um costureiro que lutava pela valorização da indústria da moda com características nacionais, é importante destacar que, nesse período,

[...] muitos artistas e intelectuais defensores da cultura nacional e popular encastelaram-se numa posição defensiva em relação à modernização industrial e tecnológica que o regime militar veio impor, mantendo as propostas estéticas anteriores ao golpe e ressaltando o apego e ressaltando o apego a tradições populares pré-capitalistas [...]. (RIDENTE, 2010, p. 76).

Essa posição defensiva de Dener se vê refletida na transição das formas de produção da moda entre alta-costura tradicional e *prêt-à-porter*. Ele se mostra, na década de 1970, apegado às tradições e propostas estéticas anteriores ao regime militar, defendendo a forma de produção da alta-costura frente à modernização, com o fortalecimento do *prêt-à-porter*. Discussão ampla, que merece diferenciados estudos e reforça a complexidade de estudar a trajetória de Dener como “um sujeito que, por sua vida, nos fala do seu tempo” (DÓRIA, 1998, p. 16).

O Brasil via na década de 1970 “a vitória na Copa do Mundo de 1970 e a campanha ufanista do ‘Brasil Grande’, acompanhadas do ‘milagre’ econômico” (RIDENTI, 2010, p. 19-20), que proporcionaram empolgação para grande parte da população. Não deixou de ser contraditório que a classe média fosse beneficiária do “milagre econômico”, adotando, por isso, em sua maioria, uma posição de tolerância ou mesmo de apoio em relação à ditadura militar (RIDENTE, 2010). Assim, a classe média passa a ter maior poder de consumo, e é visando-a que Dener escreve na década de 1970, porém apenas direcionado às mulheres.

Ao dedicar o discurso às mulheres “comuns”, Dener reforça essa tentativa de inserir a classe média no consumo da boa costura. Essa predileção pelo povo em seus discursos se destaca também pela visão de que, nos anos 1960, este era visto como “uma massa inerte, inculta, despolitizada” (ROUANET, 1988). Segundo Rouanet (1988), o conceito de “povo” parte de duas direções: um povo já de posse de si mesmo, portador de uma sabedoria espontânea, sujeito a fundamento da ação política, que deve ser objeto da escrita porque sua voz é a voz da história; e um povo que ainda não o é e precisa ser objeto de uma pedagogia. Nesse sentido, Dener se mostra como portador de uma sabedoria que deve ser objeto de escrita, e as *mulheres comuns* seriam aquelas que ainda precisariam ser objetos de uma pedagogia, uma pedagogia do vestir. Conforme Rouanet (1988),

[...] o populismo da indústria cultural sintetiza esses dois conceitos divergentes de povo. Num dos seus vetores, ela leva ao povo a consciência que lhe falta: ela o ensina a ser “moderno”, a inserir-se na sociedade de consumo, a integrar-se no mundo das mercadorias, nas significações simbólicas pelas quais o capitalismo se auto-representa.

Partindo desses pressupostos, os discursos de Dener visavam inserir o povo na sociedade de consumo, no mundo das mercadorias e, principalmente, nas significações simbólicas, associadas à subjetividade da elegância. É possível que essa predileção tenha ocorrido devido à sua participação na televisão, que anteriormente havia aberto sua percepção para o poder do povo. A marcante participação de Dener como jurado no Programa Flávio Cavalcanti, em 1970, na TV Tupi, no qual roubou a cena e ficou conhecido por julgar o que era “um luxo” e o que era “um lixo” todos os domingos, fez dele uma celebridade conhecida, pois atingia todo o país pelo canal da Embratel.

Como até então as pessoas o conheciam apenas pelas notícias de sua popularidade em revistas e jornais, pela TV elas podiam vê-lo, reconhecê-lo e ouvi-lo. Seu reconhecimento alcançado evidencia a tentativa do costureiro de aproximação das massas, pois, ao fazer televisão, percebeu o reconhecimento que o povo lhe garantia. Escreve em sua autobiografia que sabia que ia agradecer às pessoas,

[...] mas não imaginava que a reação seria tão boa, especialmente do povo assim mais humilde. Fiz o meu gênero que é sofisticado, e resolvi caricaturar ainda mais e minha maneira de ser. Quanto mais eu gozava, mais aplaudiam. (ABREU, 2007, p. 125).

Porém, ambíguo que era, Dener escreve que sempre teve excelente comunicação com o povo, embora não tivesse a menor intenção de ser popular: “Não preciso porque não vendo meus vestidos para quem não tem dinheiro, e além disso, não vejo chame nenhum em pobreza” (ABREU, 2007, p. 117). Nota-se que, segundo seu entendimento, o povo são os segmentos menos favorecidos da população, das camadas médias à baixas. Ele gostava de ser reconhecido pelas pessoas “humildes”, porém, não queria estar associado a elas. Dizia que multidão é sempre cafona, que “multidão só é boa quando aplaude” (ABREU, 2007, p. 117). Nesse sentido, algumas iniciativas do costureiro buscavam essa aproximação com o popular, e Dener sabia usufruir bem disso, mantendo-se na linha entre as elites e o povo. O costureiro escreveu em sua autobiografia que, para o sucesso,

Basta ser estrela mesmo, que todo mundo gosta de ver estrelas. Quando eu chego em um auditório de televisão e vejo aquela gente paupérrima me aplaudindo e urrando para mim, fico lembrando da minha turma. Lá fiquei popular porque adiei uma prova. Eles ganharam o que queriam e eu também, com sucesso. [...] Depois, os marginais dizem que eu e o povo não nos entendemos. Muito melhor do que eles pensam, tanto que fui popular, e eles não sabem nem da minha popularidade, quanto mais ter igual. (ABREU, 2007, p. 30).

Essa necessidade de reafirmação da popularidade com os mais pobres aparece em diversos momentos da escrita do costureiro. Sobre seu papel como jurado na TV Tupi, Dener escreveu: “Como eu sempre dei ibope, sempre tentaram arrancar de mim o máximo, e é para isso que existe o júri. Eu faço o que eu acho que devo e o que me interessa. O auditório me adora, e eu a ele” (ABREU, 2007, p. 127). Assim, sua relação com o povo era de troca: enquanto recebia a popularidade e a propagação do seu nome e da ideia de uma alta-costura nacional praticada por ele que aos poucos diminuía; o costureiro dava ao povo a elegância e os comportamentos das elites, ensinando sobre o que era o bem vestir, a elegância e o luxo, dando às mulheres a possibilidade de não serem cafonas.

## O cafona e a cafonice

No início dos anos 1970, o *glamour* era, de fato, um artigo do passado, já que, além da modernização da moda, com a praticidade proposta pelo *prêt-*

*à-porter*, as elites perdiam espaço para os novos ricos (DÓRIA, 1998, p. 53), que prosperavam nos anos 1950 e 1960 e agora também faziam parte das elites. Havia a democratização da aparência, que se desenvolvia sob o efeito do impulso da confecção industrial, e esses novos ricos, ao almejamem sua inserção nas rodas da “alta sociedade”, buscavam utilizar seus recursos, como vestir-se com etiquetas de luxo. Como a democratização do vestir, possibilitou que as mulheres passassem a jogar com as aparências, podendo se individualizar, essa democratização da moda foi conduzida de modo a proporcionar uma gama imensa de possibilidades de vestir e produzir aparências.

A partir dessa construção, compreendemos como Dener negativa o mau gosto. Se a moda passa a oferecer todo o necessário para compor personalidades e visuais, a falta de critério e de bom senso levava as mulheres ao exagero e às cafonices. Como escreveu o costureiro em seu Curso Básico de Corte e Costura, a moda reflete a personalidade das pessoas (ABREU, 1972). Sobre o excesso de luxo, justifica: “essas pessoas revelam bem claramente sua personalidade: são sem dúvida alguma ‘cafonas’, sem senso algum de estética e elegância, e ainda por cima com uma mania de grandeza realmente incomensurável!” (ABREU, 1972, p. 465). Para ele, utilizar tantos elementos de uma só vez revelava uma personalidade, mas uma personalidade chamada por ele de cafona, sem senso nenhum de estética e elegância, que por gostar de ostentar, refletia sua mania de grandeza, abominada por ele. Para Dener, a mulher cafona

é a mulher que ninguém consegue vestir. É dessas que são capazes de confundir babado de cortina com barra de vestido, estragar as coisas mais caras do mundo e destruir tudo que é de bom gosto só ao se aproximarem. A mulher cafona é sempre espalhafatosa, gosta de mostrar o que ela não sabe que devia esconder. Provoca constrangimento até que algum amigo lhe explica que não deve usar calças justas de helanca, nem gostar de Agnaldo Rayol cantando ópera. Se ela tiver um amante importante, ele vai explicar-lhe que não deve se vestir com os vestidos e sapatos que foram desenhados para estrelas de teatro de revista, nem usar pulseira por cima da luva. Aí ela pára de usar maquiagem para ir a praia e dar feijoada aos sábados. Ou não pára, vira cafona convencida e faz um gênero. (ABREU, 2007, p. 66).

Essa classificação de mulher não se limita apenas à cafonice, pois, como escreve o costureiro em sua autobiografia, há outro gênero, o das “mulheres



meio cafonas”, que não se vestem tão mal, mas à custa de tanto dinheiro acabam tendo um gosto relativo. Elas não podem ser consideradas elegantes porque se promovem demais, tanto que ultrapassam a categoria das chiques (ABREU, 2007). A cafonice, independentemente do grau, não seria o caminho para a elegância proposta por Dener, e em seus discursos, nota-se que a mulher cafona seria a descrição de uma nova rica: alguém com muito dinheiro, mas desprovida de bom gosto e elegância.

É importante destacar que o termo “cafona” é recorrente ao estudarmos a década de 1970, influenciando a moda e a música desde a década de 1960. Segundo Cardoso (2014, p. 3), o termo “foi muito empregado nos anos 1960 e 70, até que, a partir dos anos 1980, o termo ‘brega’ começa a substituí-lo, com o mesmo propósito de nomear e classificar” padrões de gosto, consumo e fruição considerados de “gosto duvidoso”.

O termo “cafona” é de origem italiana (cafoné) e tem significado semelhante à pessoa “sem modos” e que não tem “bom gosto”. No Brasil, os termos “popularesco” e “jeca” são usados muitas vezes como sinônimos de “cafona”, nomeando tudo que é considerado “simplório”, “rude”, “atrasado” e de “mau gosto” na vida cotidiana. (CARDOSO, 2014, p. 3).

No início da década de 1970, um ano antes de Dener escrever sua autobiografia e o seu curso de corte e costura, a Rede Globo exibiu, de 20 de março a 20 de outubro de 1971, a telenovela “O Cafona”. Produzida em preto e branco, com 183 capítulos, direção de Daniel Filho e Walter Campos, e autoria de Bráulio Pedrosa, a trama retratou as vivências sociais da época. Segundo Memória Globo (2015), “O Cafona explorou o tema da ascensão social através de uma sátira ao movimento hippie e à sociedade carioca”, explorando também a ideologia libertária dos anos 1970. Descrita pela emissora como grande sucesso de público e crítica, a novela apresentou como personagens tipos considerados alternativos, novos ricos e ex-milionários que não perderam a pose. Estes frequentavam a piscina do Copacabana Palace, iam a banquetes e comentavam as notas publicadas nas colunas sociais de Zózimo Barroso do Amaral e Ibrahim Sued.

A trama principal gira em torno de Gilberto Athayde (Francisco Cuoco), homem rude que enriquece com uma rede de supermercados. Ele sonha ser aceito na alta-rodagem, ao ficar viúvo, tenta se casar com uma socialite. Surgem duas possibilidades: Malu (Renata Sorrah), filha de Fred (Paulo

Gracindo), um milionário falido que vê no casamento da filha um caminho para resolver seus problemas financeiros; e Beatriz (Tônia Carrero), ex-mulher do empresário Gastão Monteiro (Álvaro Aguiar), que se preocupa apenas em posar para capas de revistas como uma das mais elegantes das colunas sociais. Beatriz apaixonou-se por Gilberto e decide lhe ensinar regras de etiqueta, mas enfrenta a rivalidade de Shirley Sexy (Marília Pêra), secretária do empresário, apaixonada pelo patrão. (MEMÓRIA GLOBO, 2015).

Ao esmiuçar os personagens, podemos localizar os conceitos e o papel de Dener na sociedade da década de 1970, visto que a novela objetiva retratar principalmente as elites. O personagem principal era um novo rico rude que queria se inserir nas rodas da “alta sociedade” e ser visto pela sua ascensão social. Ele demonstra uma postura que Dener criticava de forma direta, associada por ele à cafonice, pois era uma pessoa sem “classe”, que possuía apenas dinheiro (ABREU, 1972). O universo das elites de que o costureiro fazia parte não é expresso pelo personagem principal. Nos papéis femininos, porém, há uma socialite que poderia ser descrita como uma cliente potencial de costureiros de luxo, assim como há um perfil feminino que só se preocupa em ser considerada uma das mais elegantes nas colunas sociais.

É importante destacar que a relação dos costureiros de luxo com as mulheres foi um importante instrumento para uma pedagogia do vestir, a qual Dener encabeçou nas décadas de 1960 e 1970, e reforçou por meio de suas participações midiáticas, ao anunciar aquelas que, para ele, eram as mulheres mais elegantes do Brasil. Em toda sua trajetória Dener reforçou sua classificação e costumava dizer que havia uma grande diferença entre a mulher bem vestida, a mulher chique, a mulher elegante e a mulher luxo (ABREU, 2007). Ao classificar as mulheres Dener incitava o desejo feminino de estar entre aquelas que ele considerava as mais elegantes.

A telenovela ainda frisava, por meio de uma personagem feminina, a importância da etiqueta e do refinamento. Nessa década, com a ascensão de novos ricos, são reforçadas características que anteriormente pertenciam apenas às elites. Para pertencer à “alta sociedade”, o dinheiro não era suficiente; era preciso também a compreensão de seus códigos de conduta, como a etiqueta e o bem vestir. E é por meio desses códigos que o “cafona” tentará sua aceitação entre as elites.

A aprendizagem dos códigos das elites se faz presente na pedagogia empreendida por Dener. Em seus manuais de conduta, como o Curso Básico de Corte e Costura, a sua autobiografia e suas participações em jornais e revistas, o costureiro idealizou ensinar às mulheres lições sobre elegância, bem vestir, etiqueta, e assim as ensinava sobre as elites. Nota-se que, tanto na telenovela como nos discursos do costureiro, o elemento-chave é a mobilidade social presente na década de 1970, o que nos permite refletir sobre a relação entre a mulher dos segmentos populares, as novas ricas e a mulher de elite.

### Considerações finais

À guisa de conclusão, retomamos que o costureiro Dener, como uma personagem multifacetada, empreendeu diversas iniciativas frente ao recorte temporal proposto e que o mesmo apresenta uma postura ambígua de resistência em relação ao momento que vivia a moda nacional e internacional e à distinção de classes que ela propunha. Por isso é importante ressaltar que o objetivo não é esgotar o assunto, visto que a relação entre o luxo, o povo e o cafona pode resultar em diversas abordagens, mas sim expor o cenário nacional na visão de um costureiro de luxo. É notável que as décadas de 1960 e 1970, tanto no Brasil quanto no exterior, são marcadas pela consolidação do *prêt-à-porter*, que altera significativamente o sistema de produção e consumo da moda, e se depura de quaisquer emblemas de classe e distinção ainda presentes no sistema da alta-costura. Especialmente no Brasil, nota-se um conflito entre a tradição e a modernidade, com maior abertura ao consumo. Nesse sentido, à essas dualidades se relacionam o caráter ambíguo da personagem Dener que ao buscar defender sua posição de costureiro de luxo, irá se apropriar dos mecanismos engendrados pelo *prêt-à-porter*, com a aproximação do luxo e da elegância ao popular, revelando que a elegância não consiste na exaltação da riqueza utilizada de forma equivocada, ou seja, em seu discurso é possível a qualquer pessoa, independentemente da condição financeira, não ser cafona. É a profissão do costureiro de luxo, o povo e o cafona que se entrelaçam nas tramas da história social e, juntos, exploram as relações de dominação e distinção de classes, que caracterizam, fundamentalmente, o sistema da moda.

### Referências

ABREU, Dener Pamplona de. *Curso básico de corte e costura*. Coordenação de Helena Aranha. São Paulo: Rideel, 1972. 3v.

\_\_\_\_\_. *Dener: o luxo*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

CARDOSO, Silvia Oliveira. O fenômeno “cafona” e a crítica musical nos anos 1970. In: ENCONTRO REGIONAL SUDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 3., 2014, Rio de Janeiro. *Anais Eletrônicos...* Rio de Janeiro: UFRJ, 2014. Disponível: <[http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/sudeste/3o-encontro-2014/gt-4-2013-historia-da-midia-sonora/o-fenomeno-201ccafona201d-e-a-critica-musical-nos-anos-1970/at\\_download/file](http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/sudeste/3o-encontro-2014/gt-4-2013-historia-da-midia-sonora/o-fenomeno-201ccafona201d-e-a-critica-musical-nos-anos-1970/at_download/file)> Acesso em: 26 jul. 2015.

DÓRIA, Carlos. *Bordados da fama: uma biografia de Dener*. São Paulo: SENAC, 1998.

DURAND, José Carlos. *Moda, luxo e economia*. São Paulo: Editora Babel Cultural, 1988.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

MEMÓRIA GLOBO. *O cafona*. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/o-cafona/trama-principal.htm>> Acesso em: 26 jul. 2015.

RIDENTI, Marcelo Siqueira. *O Fantasma da Revolução Brasileira*. 2. ed. rev. amp. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

ROUANET, SP. Nacionalismo, populismo e historicismo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 12 mar. 1988.

**Recebido em:** 13/02/2016

**Aprovado em:** 29/04/2016