

Nos desfiles do cotidiano, diversos modos de estar “na Moda”: identidade e alteridade nos jogos de aparências

*In the daily parades, several ways
of being “fashionable”: identity and
otherness in the appearance games*

Mariana Braga Clemente¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0349-8428>

[**resumo**] As escolhas para o vestir cotidiano podem envolver questões como: para quais compromissos deve-se estar *apresentável*? Como se almeja ser visto (e apreciado, ou não) nos ciclos sociais dos quais participa? Como se colocar nos locais pelos quais se transita enquanto partícipe ou *forasteiro* de determinado meio social? À luz da semiótica discursiva, o presente artigo procura explorar tais questões. Objetiva-se compreender as maneiras pelas quais se constrói a aparência em relação ao que está *na Moda* em determinado grupo social e, assim, como são constituídas as identidades e as alteridades. Ao contemplar os gostos que são sazonalmente instituídos e que delineiam o que está em voga, e, por pressuposição recíproca, o que não está, chega-se a uma tipologia das maneiras de estar *na Moda* (ou fora dela) a partir dos regimes de sentido, interação e risco de Eric Landowski, compreendendo assim os modos de interação entre sujeitos, objetos e seus grupos sociais pelas dinâmicas das aparências. Essa tipologia compreende: o *seguidor*, o *conformista*, o *bricoleur* e o *disruptivo*. A partir de observações realizadas na rua Oscar Freire, em São Paulo, aborda-se um elemento em comum: o tênis branco, permeando três desses tipos e evidenciando os mecanismos de identificação/diferenciação que guardam os mais diferentes estilos, o que conduz às buscas de pertencimento intencionais e aos riscos, calculados ou não, de não adequação à dado corpo social.

[**palavras-chave**] **Moda. Identidade. Cidade. Semiótica discursiva. Regimes de sentido, interação e risco.**

[**abstract**] The choices for dressing up can involve questions such as: for which appointments should one be *presentable*? How does one aim to be seen and appreciated (or not) in the social cycles in which one participates? Does one want to appear a “part of”, or an “outsider” of a particular social environment? Illuminated by the discursive semiotics, this paper seeks to explore such questions. The main goal is to understand the ways in which appearance is constructed in relation to what is *fashionable* in each social group, and how identities and otherness are therefore also constituted by appearances. By contemplating the tastes that are seasonally instituted and that outline what is in vogue, and by reciprocal assumption, what is not, the research builds a typology of the ways of being *fashionable* (or not) from the regimes of meaning, interaction, and risk of Eric Landowski, thus understanding the modes of interaction between subjects, objects, and their social groups by the dynamics of appearances. This typology comprises: the *follower*, the *conformist*, the *bricoleur* and the *disruptive*. From observations made on Oscar Freire Street, in São Paulo, we approach a common element, the white sneakers, permeating three of these types and evidencing the mechanisms of identification/differentiation which leads to the search for intentional belonging and the risks, calculated or not, of not belonging to a given social group.

[**keywords**] Fashion. Identity. City. Discursive semiotics. Meaning, interaction, and risk regimes.

Recebido em: 30-07-2020

Aprovado em: 19-01-2021

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) em cotutela com a Università di Bologna (Bolsa CNPq). E-mail: maribraga.c@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1428301439092420>.

Introdução: um fazer cotidiano

Como eu me visto hoje? Essa é a pergunta que normalmente nós nos colocamos antes de sair de casa – ou, em tempos de pandemia e quarentena, que talvez nos façamos antes de participar de alguma *live* ou reunião *on-line*. Para responder a essa indagação cotidiana, consideramos em uma sequência hierárquica as condições atmosféricas, a estação, enfim, ponderamos a funcionalidade das vestes e, diante dessa necessidade primária vinda do exterior, de acordo com Algirdas Julien Greimas, “erige-se o valor que conduz à ideia do ‘confortável” (GREIMAS, 2002, p. 76), eis o segundo critério levado em consideração. Posteriormente, segundo o autor, vêm as “pressões sociais” e as exigências de “representação social”: para quais compromissos devo estar “apresentável” (GREIMAS, 2002, p. 76)? Segue-se ainda um procedimento pelo qual procuramos dar destaque àquilo que consideramos mais belo ou desejável em nós: como eu quero ser visto (e apreciado, ou não) nos ciclos sociais dos quais participo? Como me coloco nos locais pelos quais transito enquanto partícipe ou como *forasteiro* de determinado meio social? São essas as questões que nos norteiam neste artigo. A partir de observações realizadas entre os anos de 2016 e 2017, na rua Oscar Freire, em São Paulo², objetivamos analisar as maneiras pelas quais os sujeitos constroem sua aparência em relação ao que está *na Moda* em determinado grupo social e compreender as relações identitárias e alteritárias que se delineiam por essas interações. Durante as investigações³, deparamo-nos com um mesmo item que compunha muitas das aparências observadas, de maneira constante, sendo, assim, uma peça *invariante*: o tênis branco.

Não tínhamos a intenção de captar esse calçado específico, nem mesmo outro aspecto ou peça em particular, mas sim observar os desfiles do cotidiano, apreendê-los e, com o auxílio das fotografias feitas no decorrer das observações, descrevemos e analisamos o que o objeto nos dava, tomando a semiótica como grade de *leitura*, de apreensão. Trata-se de uma maneira de pesquisar na qual, como afirma Marsciani, devemos interrogar “à própria cena [discursiva], pedindo para que nos mostre como é construída, qual é sua organização”, buscando analisar “a maneira pela qual a cena se faz por relação en-

² Mais especificamente, as observações registradas por meio de fotografias e vídeos que compõem o corpus foram realizadas no quadrilátero de moda da rua Oscar Freire em: 13 de agosto de 2016 – sábado à tarde; 21 de setembro de 2016 – terça-feira à tarde; 20 de outubro de 2016 – quinta-feira de manhã e à tarde; 21 de outubro de 2016 – sexta-feira de manhã e à tarde; 06 de novembro de 2016 – domingo de manhã e à tarde; 17 de dezembro de 2016 – sábado de manhã e à tarde; 19 de abril de 2017 – sábado de manhã e à tarde; 10 de abril de 2017 – segunda-feira de manhã e à tarde; 10 de maio de 2017 – quarta-feira de manhã e à tarde; 30 de maio de 2017 – terça-feira à tarde; 14 de junho de 2017 – quarta-feira à tarde; 2 de julho de 2017 – domingo à tarde e à noite.

³ As investigações realizaram-se no âmbito da pesquisa de doutorado da presente autora, defendida em 2020, a qual se intitula *Desfiles do cotidiano nas ruas de São Paulo e Milão* (CLEMENTE, 2020). A referida pesquisa se deu tanto na rua Oscar Freire e arredores, em São Paulo, quanto na rua Brera e adjacências, em Milão, e o tênis branco foi um dos invariantes globais encontrados, dado que foi um item constante em ambas as cidades. Entretanto, para este artigo, nós nos propusemos a expor somente algumas questões referentes ao local paulistano. A pesquisa completa está disponível nos bancos de teses e dissertações das universidades PUC-SP e Università di Bologna.

tre espaços, tempos e atores em constantes e recíprocas interações” (MARSCIANI, 2012, p. 17). Na observação *in loco*, os cenários, os sujeitos, as gestualidades e as interações também foram, em certa medida, vivenciados como partícipes das interações⁴. O constante desfile desse tênis, em particular, que conta com formatos similares e cor idêntica, fez com que essa peça se tornasse importante para a compreensão das dinâmicas sociais mediadas pela aparência.

Tomar o ponto de vista do vestuário para compreender a construção do sujeito por meio da aparência é fundamental quando observado na sua contextualização em dado meio social. Segundo Castilho (2009), ao ser vestido por um corpo, a roupa passa a fazer parte dos recursos de “manipulação empregado pelo sujeito que o veste, pois, além de marcar a presença de tal sujeito, já direciona um certo tipo de comportamento dos ‘outros’, e do próprio sujeito em questão” (CASTILHO, 2009, p. 37). Assim, compreendemos que as roupas e os calçados, ao vestirem um corpo, tornam-se um corpo-Moda, que, em sincretismo, performa seus papéis sociais (OLIVEIRA, 2008) – sem deixar de considerar que há diferentes tipos de sincretismos em jogo⁵.

As peças de vestuário, por si, são *coisas* que se convertem em objetos de natureza relacional, nos quais são investidos valores que passam a ser buscados pelos sujeitos. Entretanto, quando integram as aparências, adquirem papel de adjuvantes e auxiliam quem os portam a realizar sua performance a ser sancionada no social. Sob essa perspectiva, os então “objetos” vestíveis tornam-se, na narrativa, sujeitos capazes de *fazer ser* aquele que o veste, pois, apesar de serem *coisas*, são modalizados e possuem certa consistência que os potencializam a compartilhar “a mesma vocação que nós, pessoas, para ser tanto sujeito quanto objeto” nas relações estabelecidas (LANDOWSKI, 2014, p. 20). Por esse motivo, utilizamos as aspas quando nos referimos aos “objetos” vestíveis.

Mas, ao considerarmos que esse corpo-Moda é construído a partir das escolhas que cada um faz em um âmbito privado, como analisar essa Moda que é processada nos modos de vida cotidianos? As aparências que resultam das indagações rotineiras sobre como se quer ser visto, manifestam-se nas diversas encenações do dia a dia, colocando-se, assim, em público. Utilizando reflexões e metodologias da semiótica discursiva, podemos compreender as processualidades da Moda no cotidiano enquanto construções de sentido. São processos nos quais há recorrências e alternâncias, intrínsecos ao desenvolvimento das sociedades capitalistas, seus modos de viver e de consumir (CLEMENTE, 2015). Desde a proposição da disciplina semiótica por A. J. Greimas, no fim da década de 1960, a semiótica discursiva, chamada ainda de gerativa ou estrutural, foi concebida

⁴ Em *O olhar comprometido* (2001), Landowski explora as questões da análise semiótica dos objetos abertos (uma performance artística, um show ao vivo, o cotidiano da cidade, etc.), nos quais o sentido está em devir (o objeto faz sentido), diferentemente do que ocorre nos objetos fechados, nos quais o sentido está dado (um livro, uma revista, um conto, etc. – os objetos têm significação) e, portanto, o pesquisador no papel de observador é também, até certo ponto, partícipe da construção do sentido, mesmo que em determinados momentos adquira uma posição um tanto mais objetiva.

⁵ Sobre os tipos de sincretismos, consultar a obra de Ana Claudia de Oliveira (2009) sobre o tema.

como uma disciplina ancilar das Ciências Humanas e como campo teórico-metodológico. De acordo com Ana Claudia de Oliveira, “a semiótica pode estar a serviço de distintas disciplinas, como dela nos servimos para edificar uma semiótica para entendimento da moda e da aparência” (OLIVEIRA, 2007, p. 5).

Seja dos sujeitos que transitam pelas ruas, nos meios de transporte, em locais de trabalho ou estudos, em bares e restaurantes, ou até mesmo pelas *selfies* compartilhadas nas redes sociais, a aparência construída se faz ser vista nos *desfiles* cotidianos. De acordo com o dicionário *Houaiss*, um desfile é definido como um “deslocamento ordenado em fila(s)”; “um ato de caminhar sucessivamente [...] exibindo produtos ligados à moda”; “mostra, exibição desses produtos”; “exibição, ostentação”; “exibição em forma de caminhada” (HOUAISS, 2017). Encaramos, portanto, essa disposição para ser visto no mundo como uma exibição da aparência, das vestes, dos acessórios e dos ornamentos que a compõem: produtos *ligados à Moda* que são ostentados nas cenas cotidianas. As ruas das cidades mostram-se, portanto, como um fértil *locus* de observação para compreendermos essas dinâmicas da Moda, pois constituem o espaço por onde as pessoas caminham, transitam, exibem-se e revelam o que foi conquistado com seu fazer. Moda, com M maiúsculo, trata de dar conta não somente da moda do vestir, mas de um fenômeno que delinea estilos de conduta, conjunto de opiniões, gostos, modos de agir, viver e sentir coletivos, sendo parte constituinte dos ciclos socioeconômicos, políticos e culturais (CLEMENTE, 2015, 2020).

Ao construirmos nossa aparência, encontramos a oportunidade de manifestar nossos modos de uso a partir do processamento do sistema da moda⁶. Nesse ato, são empregados procedimentos de intencionalidade pelos quais o indivíduo se dá a ver. Essa intencionalidade, no âmbito da enunciação, segundo Greimas e Joseph Courtés, trata-se de uma “visada de mundo”, “graças à qual o sujeito constrói o mundo como objeto ao mesmo tempo em que constrói a si próprio” (GREIMAS; COURTÉS, 2011, p. 168).

Escolhemos em nosso guarda-roupa aquilo que pretendemos vestir para nos apresentarmos em sociedade. Essa seleção das vestes é ainda combinada com a arrumação dos cabelos, escolha dos acessórios e sapatos e, em alguns casos, a face é adornada pela maquiagem que combina com todo o arranjo e compõe a aparência. É um programa que conta com uma sequência de ações realizadas antes de sair de casa e de aparecer em público, pois estar *apresentável* para entrar em cena em nossos compromissos sociais, apesar de parecer banal, é de extrema importância, uma vez que tem potência para formalizar modos de existência ou, em outras palavras, estilos de vida (CLEMENTE, 2020). Ao nos construirmos em relação ao mundo que nos circunda, entram em jogo os regimes de sentido e interação nos quais o risco, conforme Eric Landowski (2014), é inerente. Tratar da interação é essencial ao delinear essas maneiras de viver, dado que as identidades em construção pressupõem alteridades com as quais se relacionam.

⁶ O semiólogo Roland Barthes, em *O sistema da moda* (2009), elaborou uma análise das descrições do vestuário em artigos da imprensa, examinando o discurso da moda, desvelando um sistema de significações entre fala e vestuário. Procurou, assim, definir elementos e regras combinatórias na diacronia da moda.

Compreendemos como Greimas, para quem “somente o parecer, enquanto o que pode ser – a possibilidade –, é, vivível” (GREIMAS, 2002, p. 19), e assim podemos afirmar que é nas possibilidades do *parecer* que temos a oportunidade de elaborar modos de *ser*. Para o autor, o parecer “constitui nossa condição humana” (GREIMAS, 2002, p.19), a qual é atravessada por sistemas de valores que emergem na superfície, tornando-se aparente, tal como as concepções de Beleza e de Feiura em cada sociedade – considerando que uma pressupõe a outra. Essas definições delineiam sazonalmente um gosto pelo belo e um desgosto pelo feio, como dito por Umberto Eco (2017). Trata-se de algo regido pela categoria tímica *euforia/disforia*, como um conjunto de atrações e repulsões – o que, no dicionário de semiótica define-se como “estilo” (GREIMAS; COURTÉS, 2011, p. 180-181). Entre o belo e o feio, estilos, maneiras de compor a aparência são categorizados eufórica ou disforicamente. De acordo com José Luiz Fiorin, “como em todas as normas do gosto, a base do julgamento dos objetos é a oposição feio vs. bonito, o julgamento do gosto dá uma dimensão estética a todos os objetos” (FIORIN, 1997, p. 21).

Modos de estar em relação à Moda

O fato de dizermos que se está na Moda, ou não, pressupõe a localização de um ator em dado tempo e espaço, considerando que se utiliza a preposição *em* mais o artigo *a* que indicam um lugar e um momento definidos. Assim, todas as aparências que vimos desfiladas no cotidiano desses quadriláteros ocorrem sob determinada aspectualização, considerada um *ponto de vista* sobre a ação realizada, que conta com um actante observador pressuposto (LANDOWSKI, 2014). Assim, o *na Moda* pressupõe um *fora-de-Moda* (ou um *démodé*), oposição que Barthes (2009) afirma estruturar-se por meio da variação diacrônica da Moda, mas compreendemos que essa relação pode também se dar de maneira sincrônica ao refletirmos sobre as situações cotidianas e as questões de pertencimento e de não pertencimento às classes sociais, por exemplo.

Com efeito, o bom gosto, entendido aqui da mesma maneira que o *na Moda*, faz-se em referência a outros bons (ou maus) gostos. Sendo assim, cada comunidade ou grupo social conta com suas próprias maneiras de distinguir aquilo que dá a ordem da vez em termos de gosto. Para Fiorin, se o sentido mais geral do vocábulo gosto é

[...] o de inclinação, de pendor, de preferência, ele é a aptidão para diferenciar e apreciar certas coisas, para estabelecer e marcar diferenças entre os objetos, os comportamentos etc. É a afirmação de uma diferença, pois ele se constitui em relação a outros gostos. (FIORIN, 1997, p. 15)

Na afirmação da diferença, a existência semiótica do sujeito é dada, em nosso caso, principalmente, mas não apenas, por sua relação com o objeto. O bom e o mau gosto definem-se, ainda segundo Fiorin, “pelo consumo de objetos de valor, em que foram investidos traços semânticos” (FIORIN, 1997, p. 20) que os diferenciam de outros objetos. Em outras

palavras, semanticamente, o sujeito é o que consome, quando pensamos somente sob a perspectiva das relações objetais. Há ainda a modalização do *ser* por meio do *querer*, *dever*, *saber* e *poder*, que lhe conferem existência modal. Conforme Fiorin, o sujeito do gosto

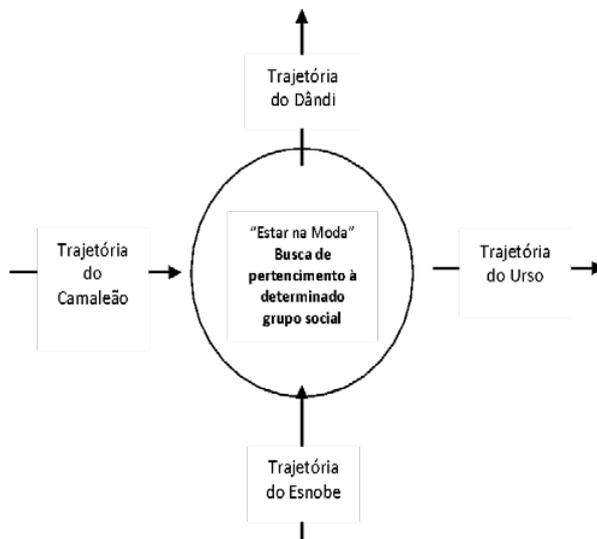
[...] possui a paixão da preferência, da predileção. Sua existência modal é dada por um querer ser conjunto com um objeto classificado acima dos outros. Nesse sentido, a preferência é um estado de alma que conjuga um desejo, definido por um querer ser, e uma repulsa, uma aversão, caracterizadas por um querer não ser. O gosto de um define-se pela aversão ao gosto dos outros. Observe-se que, ao distinguir preferências, o gosto continua a operar com um princípio de exclusão, que opõe o eu aos outros. (FIORIN, 1997, p. 16)

A conquista dos objetos investidos de valores de *bom gosto* ou *da Moda*, em relação aos seus contrários, é capaz de produzir, além da satisfação de uma necessidade, um prazer sensível ou mesmo um desejo sensual, a partir do estado alcançado. O saber e o poder fazer são modalizações dos sujeitos que os distinguem pela capacidade de diferenciar e apreciar determinados objetos, reconhecendo seu valor (FIORIN, 1997). A conjunção, em nosso caso com os “objetos” vestíveis, é realizada por meio de seu uso, ou seja, o valor do objeto se realiza quando está em estado de conjunção com o sujeito (GREIMAS; COURTÉS, 2011), ou, nas palavras de Oliveira (2008), uma roupa somente faz sentido quando veste um corpo.

No que se refere ao gosto que é instituído, os indivíduos podem encontrar maneiras diversas de se construir em relação às normas de cada comunidade ou grupo social. Pois o gosto, ou a Moda, segundo Landowski, não é de modo algum universal, e “como mecanismo de localização (e, às vezes [...] de mascaramento) das identidades” permite que o indivíduo afirme que “eu sou aquele que está nesse lugar” (LANDOWSKI, 2012, p. 98), em seu determinado tempo e espaço. Nessa relação, é possível encaminhar-se para um estado ideal de conformidade no qual se visa ser *como todo mundo*, de acordo com a Moda que é prescrita em dada localização. Mas há ainda, para Landowski, maneiras de não necessariamente seguir os modelos predefinidos, individualmente, de “se mover com” os ritmos do social, “de sentir e esposar a cadência da mudança de ambiente, de se formar transformando sem cessar, e isso, tanto quanto possível, no compasso” (LANDOWSKI, 2012, p. 98).

Tendo como referência a busca pelo *estar na Moda*, ou seja, um desejo de pertencimento, em conformidade com as prescrições de cada grupo social, podemos apreender diferentes trajetórias, as quais organizamos a partir do esquema formulado por Landowski (2012) sobre estilos de vida, adaptado à nossa abordagem.

FIGURA 1 – A PARTIR DE ALGUNS PRECEITOS DE LANDOWSKI, SÃO COLOCADAS AS TRAJETÓRIAS PERCORRIDAS PELOS SUJEITOS EM RELAÇÃO AO ESTAR NA MODA DE CADA GRUPO SOCIAL



FONTE: Adaptado de LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro**: ensaios de sociosemiótica. Tradução: Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2012. p. 39.

FONTE: Adaptado de LANDOWSKI, Eric. *Presenças do outro: ensaios de sociosemiótica*. Trad: Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2012. p. 39.

O *esnobe* vê no gosto em voga um modelo a se seguir e aspira pertencer ao que fora determinado como *na Moda* pelo grupo social para o qual busca pertencimento; o *dândi*, ao contrário, procura de muitas maneiras se distinguir ao máximo do que está em voga; o *camaleão* definiria aqueles que procuram, por meio das transmissões figurativas de si mesmo, dialogar com gostos diversos, encarnando sempre as novidades propostas pela Moda, em outras palavras, seguindo as tendências; por fim, o *urso* não deixa de dialogar com a Moda em voga, mas, sendo *louco ou gênio*, realiza composições da aparência que transfiguram o proposto de modo relativamente autoral.

Entre essas outras trajetórias, como articula Landowski, o sujeito tem de *se escolher*:

O sujeito pode decidir, primeiro, que será ele mesmo, tal como se descobre diretamente em função da positividade de seu próprio sentir, tanto na presença das qualidades sensíveis do mundo exterior, quanto “proprioceptivamente”, mediante a apreensão de si mesmo. Ou pode referir-se a outro tipo de positividade, vinda do Outro: àquela que lhe oferece o conjunto das linguagens e dos saberes, dos usos e das normas, assim como, evidentemente, dos “gostos” vigentes e aceitos em torno dele. Em outras palavras, cada um pode delegar ao ethos a tarefa de dizer-lhe “o que é”, em vez de descobri-lo “por si mesmo” e para si mesmo. (LANDOWSKI, 1997, p. 128)

No caso desse último sujeito, que se estabelece pela relação com o *outro* – seja esse outro um ser humano ou uma coisa –, confiará na definição que o grupo social ao qual pertence, ou o meio que o circunda, lhe propõe sobre sua identidade (LANDOWSKI, 1997), sendo dessa maneira um sujeito semiprogramado e semimotivado, o qual, como afirma Landowski, “está fazendo o que ele escolheu fazer – ele mesmo ou o Outro (o Destinador) em quem confia” (LANDOWSKI, 2014, p. 42). O grupo social, encarnado nas instâncias de destinadores, encarrega-se de “determinar transitivamente o que o sujeito achará bom, belo etc.” (LANDOWSKI, 1997, p. 129). No entanto, por meio do esquema mostrado, pode-se afirmar que, mesmo que o sujeito busque se construir de outros jeitos em referência ao gosto em voga, ele se insere nessas mesmas dinâmicas ao estar no social e selecionar, a partir daquilo que está disponível ao consumo, o que vestir e como se portar.

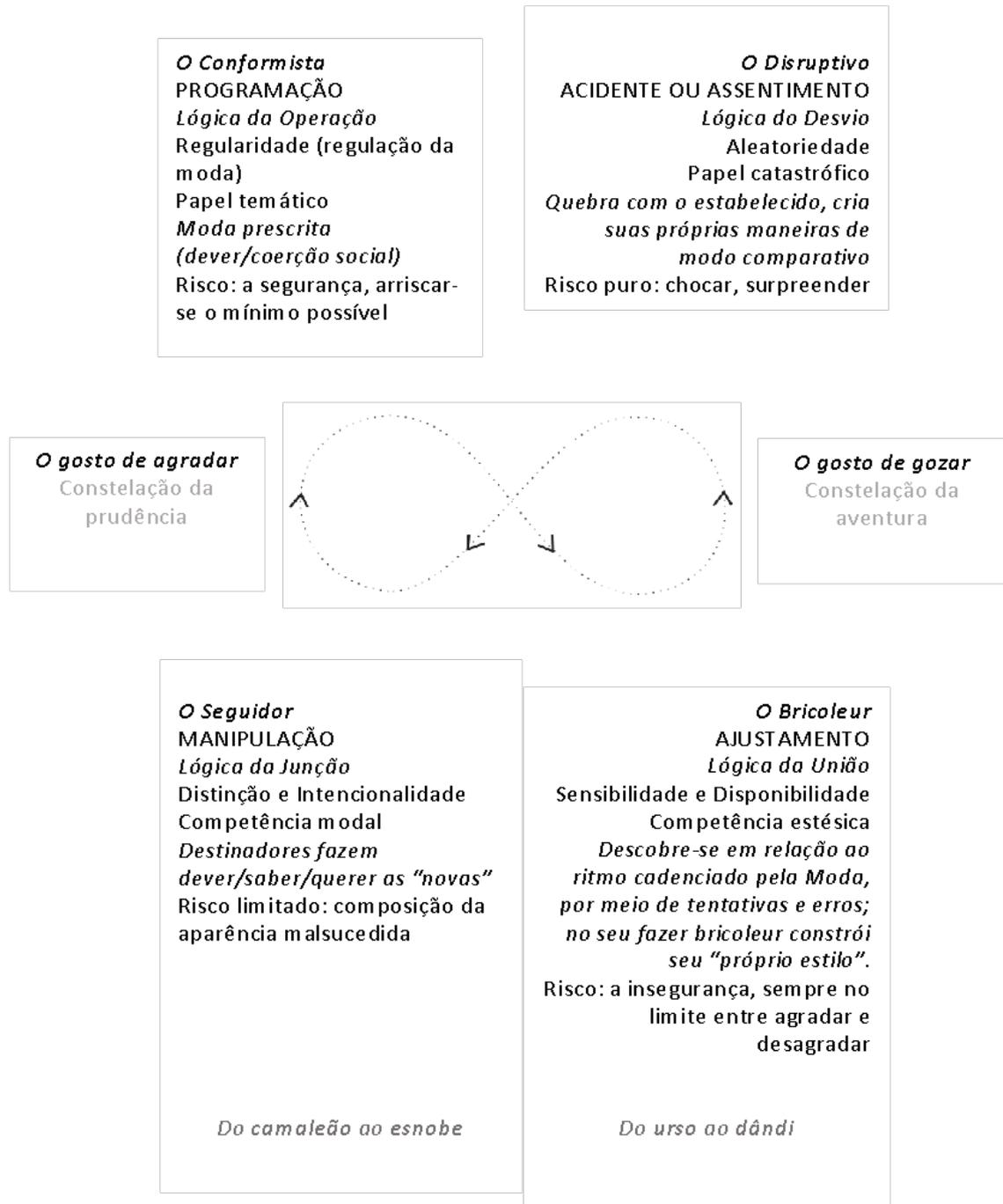
Pelas maneiras de se estar em relação à Moda de determinado grupo social, é possível chegar aos modos de interação, sentido e risco tomados pelos sujeitos tendo em vista os destinadores da Moda de cada contexto social. Há, assim, interações diversas entre essas instâncias nas formas de compor a aparência. Landowski (2014) desenvolveu tais regimes dando continuidade e aprofundando-se no regime de junção previamente elaborado por Greimas, no qual a interação é contratual e objetual, fundada pelos princípios de regularidade (ação programada) e intencionalidade (manipulação estratégica), e avançou ainda mais o modelo ao pensar, a partir das escapatórias previstas por Greimas (2002), o regime de união, fundado na sensibilidade dos interactantes. Fiorin (2014), ao introduzir a respectiva obra, afirma que:

A programação é o modelo em que o estado resultante da transformação é o efeito de uma causa. A manipulação é o modelo em que se transformam “estados de alma”, em que se busca, essencialmente por intermédio da persuasão, motivar alguém a agir de determinada maneira. O acidente (o acaso [ou assentimento]) é o modelo que descreve acontecimentos que, por sua própria natureza, escapam a qualquer determinação. O ajustamento é o modelo em que os parceiros da interação, sentindo a maneira de agir um do outro, vão construindo in fieri os princípios da relação. Esses modelos estão ligados a estilos de vida: o rotineiro, o aventureiro, o prudente etc. (FIORIN, 2014, p. 20)

Entre o *urso*, o *camaleão*, o *dândi* e o *esnobe*, os sujeitos posicionam-se em relação aos estilos de vida do outro, seja assimilando-se, seja afastando-se. Ao fazê-lo, colocam-se em um determinado *ponto de vista*, o qual é compreendido como o instante da visada e do posicionamento que se adota frente ao desenrolar de um processo considerado em sua duração (LANDOWSKI, 2014). Em termos semióticos, podemos denominar esse posicionamento, na enunciação, como a aspectualização, com *ator*, *tempo* e *espaço* definidos.

Quando passamos ao nível do enunciado, essas interações colocam-se sob as dinâmicas da sintaxe narrativa, em que os indivíduos cumprem determinados programas narrativos (ações que resultam em mudanças de estado). Tais percursos dos sujeitos envolvidos podem se dar tanto de maneira regular e *prudente* quanto de modo irregular e mais *aventureiro* em relação a determinado ponto de vista. São, portanto, modos de interação que procuramos explorar no esquema a seguir, formulado a partir de diferentes postulados de Landowski (1997; 2014) adaptados pela presente autora.

FIGURA 2 – RELAÇÕES ELÍPTICAS QUE GUARDAM AS INTERAÇÕES ENTRE OS ESTILOS DE VIDA MEDIADOS PELO GOSTO



FONTE: adaptado pela autora a partir de LANDOWSKI, Eric. Gosto se discute. In: LANDOWSKI, Eric; FIORIN, José L. (orgs.) *O gosto da gente o gosto das coisas*. São Paulo: EDUC, 1997. p. 140.; e LANDOWSKI, Eric. *Interações arriscadas*. Trad. Luíza Helena O. da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. p. 80.

Na dêixis da esquerda, que se articula entre o *camaleão* e o *esnobe* sob a constelação da prudência, o propósito do gosto é o de agradar: os *seguidores* querem o que é proposto ao serem modalizados para tal, sob a regência da manipulação em que há uma obsessão por “novidades” constantemente (re)propostas, pois, ao aderir a essas, podem se distinguir mais facilmente daqueles ao seu redor, com a intenção de ser o sujeito mais conectado e informado sobre as tendências da Moda. A lógica é a da junção, pois trata-se de uma relação de busca de junção com os objetos de valor construídos pelos destinadores. Em conjunção, o *bom gosto* é sancionado, e o saber vestir-se de acordo com as novidades se converte em *bom sabor*, um prazer que é compartilhado. Ou, ao contrário, são sancionados negativamente por não saberem fazer como proposto. No partilhar do que é conquistado, o próprio seguidor torna-se alguém seguido por outros, encantados pelo seu *savoir faire* – como ocorre, por exemplo, nas redes sociais, das quais tomamos o termo *seguidores*. Mas há ainda, é claro, o risco limitado de *escorregar* na composição da aparência e ser assim julgado – ou sancionado – negativamente. Nesse caso, são os “objetos” vestíveis, investidos de valor, que conferem aos *seguidores* sua existência semântica, tal qual uma relação totêmica com o objeto de valor ao qual se conjunge (LANDOWSKI, 2020): somente existo ao me colocar no mundo mediado pelo valor dos objetos pelos quais estou em busca constante, ou, conforme nossa abordagem, somente existo ao me colocar no mundo mostrando-me capaz de me vestir *bem* e de acordo com aquilo que os destinadores da Moda me propõem como novidade – ou do que é revestido de novidade.

Ainda sob a constelação da prudência em relação à composição da aparência, os *conformistas* – tomando aqui a nomenclatura de Landowski (1997) – percorrem o caminho prescrito sob a regularidade do papel temático, em que a Moda tem a função de coagir socialmente e de *normalizar* ou mesmo uniformizar as aparências. Nesse caso, o risco é mínimo, pois segue-se quase fielmente o que prescrevem as revistas, as marcas, as lojas e as vitrinas, bem como os atuais influenciadores das redes sociais. Pela lógica da operação, em que sujeitos operacionalizam os programas para o vestir, em um fazer racionalizado (LANDOWSKI, 2020), segue-se a *ordem natural das coisas*. O prazer do vestir-se, nesse caso, deve-se ao construir a aparência assim como *se deve* em seu meio, pois é *assim que todos o fazem*. A composição da aparência torna-se dessa maneira um padrão de conduta. Os *conformistas* podem ainda se apresentar como aqueles que uniformizam a própria aparência para evitar possíveis encargos de ter que pensar diariamente no que vestir. Para o *conformista*, a reflexão sobre o vestir pode ser um fardo, uma perda de tempo, por isso, ou segue-se à risca o que é prescrito, ou cria-se um uniforme que é vestido diariamente.

Passando à constelação da aventura, na dêixis da direita, articulam-se os regimes de interação entre o *urso* e o *dândi*. Ali, de acordo com o autor, há:

[...] diferentes formas de sensibilidade próprias a interactantes que não somente têm uma inteligência e um querer, mas também uma competência de ordem estética que lhes permite se ajustarem reciprocamente uns aos outros; diversos tipos de co-incidentes que não são todos regidos por programas deterministas, mas que podem também encarnar diferentes formas de acaso; e, correlativamente, estilos de comportamento [...] (LANDOWSKI, 2014, p. 107)

Em contradição ao conformismo, o *bricoleur* – termo que tomamos de Claude Lévi-Strauss (1989) – o sujeito conta com sensibilidade e competência estética para, a partir do que está disponível no sistema da Moda – seja daquilo que as grandes marcas dispõem, de grifes menores ou mesmo de lojas *vintage* –, selecionar por uma espécie de bricolagem aquilo que gostaria para compor sua aparência, ajustando-se às cadências da Moda sem necessariamente perder seu *estilo próprio*. Nesse caso, sob a regência da união, o sentido se faz ao compor a aparência, sendo o sujeito mesmo *destinador de si* na relação com seus grupos sociais. No seu fazer, o *bricoleur* cria possibilidades inusitadas e se apraz ao se construir por meio de processos coordenados (LANDOWSKI, 2020), nos limites entre o que é prescrito e o que está em voga, delineando uma certa busca por pertencimento e, ao mesmo tempo, por aquilo que o caracteriza particularmente. Há aí a insegurança de que talvez o ajustamento não se realize de maneira satisfatória, pois os resultados de sua aparência construída podem ser tanto agradáveis e aprazíveis, quando bem ajustada ao grupo ao qual pertence, quanto catastróficos se malsucedida, levando assim ao último tipo sobre o qual nos debruçamos, o *disruptivo*.

Os *disruptivos* são aqueles que procuram quebrar com o gosto em voga no meio social ao qual pertencem ou pelo qual circulam, sob uma lógica que denominamos desviante, mas sempre se identificando com um determinado grupo seletivo de pessoas com as quais convivem mais intimamente. Entre diferenciações e identificações, as dinâmicas para os *disruptivos* se dão por uma espécie de analogia graças ao constante exercício comparativo em relação à Moda que os circunda (LANDOWSKI, 2020). Tornam-se assim anticonformistas, pontos fora da curva, dissonantes de seu meio e que têm um papel, digamos, catastrófico em sua comunidade, na medida em que escapam ao estabelecido e fazem ver maneiras completamente diferentes de compor a aparência. Configuram-se como actantes *joker* com papel crítico: são esses que decidem a orientação e o resultado dos processos nos quais intervêm (LANDOWSKI, 2014a).

Na constelação da aventura, o sujeito descobre por si mesmo um sentido (ou um não sentido) para a construção de sua aparência. Não é mais o vínculo com os objetos que necessariamente determina as interações desse indivíduo com o mundo, mas são mais significativas as relações entre os sujeitos, ainda que mediadas por esses objetos, pois delineiam o pertencimento ou o não pertencimento, seja do *bricoleur* ou do *disruptivo*. Para tanto, não deixamos de considerar que são ainda os “objetos” vestíveis que os auxiliam na construção de sua aparência, sendo esses itens não mais somente usados, mas praticados (LANDOWSKI, 2019), ao exigir combinatórias e um *savoir faire* mais aguçado, visto que não se segue necessariamente nada pré-programado. Assim, essas relações aqui mencionadas não deixam de ser objetais, mas, sob a constelação da aventura, tornam-se um tanto mais subjetais, mesmo que isso signifique, minimamente, que o “objeto” vestível adquira em ato o estatuto de sujeito ao qual se ajusta reativamente.

O movimento elíptico evidencia que essas posições não são estanques. Pode haver, por exemplo, um curso no qual o indivíduo em busca de si mesmo por meio da construção de sua aparência, iniciaria como *seguidor*, mas se cansaria da incessante busca por novidades, passando assim pelo *conformista*, no qual acaba se desanimando com a insignificância e se descobre, enfim, como um aventureiro *bricoleur*, gozando de sua construção diária da aparência. Um

percurso contrário pode ocorrer, a título de exemplo, com aquele sujeito que caiu na insensatez de construções tão chocantes e passa a buscar quem seguir para construir sua aparência.

São diversas as possibilidades da elipse e esse mesmo esquema pode nos servir até mesmo para pensar as dinâmicas de usos e desusos da Moda, ou seja, de seus ciclos e tendências. Por exemplo, quando a calça jeans, que era usada somente por trabalhadores nas fábricas, começa a ser usada pela juventude *transviada* dos anos 1960, ocorre um choque inicial, mas depois a peça é incorporada pelos *destinadores da Moda* (mídia, marcas, lojas, etc.) que a tornam, em seguida, *normal*, e um novo ciclo se inicia. Há assim uma novidade, uma maneira inusitada – e disruptiva – de usar algo ou uma transposição de dado vestuário entre diferentes contextos. São relações aspectuais de incoatividade, duratividade e terminatividade que se estabelecem e proporcionam a cadência dos movimentos em uma perspectiva mais ampla.

Nos desfiles do cotidiano, um mesmo calçado permeia vários estilos

Em grande parte das urbes, há locais particulares que concentram áreas para se estar e circular menos pragmaticamente e que propiciam as práticas de observar (e admirar) a cidade e seus passantes, encontrar outras pessoas, ir aos bares e restaurantes locais. Essas regiões contam ainda com um aglomerado de lojas e suas vitrinas, nas quais o consumo é afinal o principal mediador direto das relações, como no que denominamos quadriláteros da Moda. Com frequência, a palavra *quadrilátero* é utilizada para denominar as ruas que concentram comércio e consumo de Moda. Tal definição se dá quando um determinado número de ruas, em uma mesma região, começa a abrigar pontos de venda principalmente de vestuário e acessórios, tornando-se assim um conglomerado de comércio e serviços.

Um desses quadriláteros, o da rua Oscar Freire e arredores, localiza-se na zona centro-oeste de São Paulo, região nobre da cidade que compreende áreas residenciais e comerciais, conforme Tula Fyskatoris e Mariana Braga (2014). A Oscar Freire tem largas calçadas, o que permite uma circulação mais tranquila e vagarosa, como afirmaram Kathia Castilho *et.al.* (2014) em suas observações do mesmo local. Os automóveis passam e estacionam por ali, mas muitas vezes em um ritmo mais moroso como se, similarmente aos pedestres, estivessem desfilando. Nas calçadas, os bancos e os *parklets* tornam-se locais para se sentar e observar o movimento, tal qual em uma praça. No movimentar-se, ostentando-se no percurso, o olhar flutua pela rua com todo o seu arranjo e seu cinetismo. Os produtos comercializados são, em sua maioria, provindos de marcas nacionais, como Havaianas, Melissa, Rosa Chá, Chilli Beans, Arezzo, entre muitas outras, além de lojas de departamento, como Renner e Riachuelo. Algumas marcas internacionais, em especial as de artigos esportivos, como a Nike e a Asics, contam com pontos de venda nesse local. Há ainda as lojas colaborativas, bem como os serviços das cafeterias e dos restaurantes, mas o que predomina nessa região é o consumo, não necessariamente de produtos, mas de visibilidades e sociabilidades, como elaborado por Ana Claudia de Oliveira e Mariana Braga (2017). Consumidores em potencial, mas muito além disso, os transeuntes desses quadriláteros contam com fazeres diversos e circulam pelas ruas à procura (ou a caminho) de encontros.

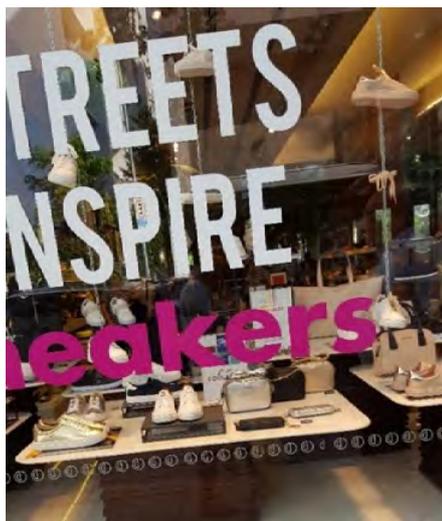
Perambulando com olhares voltados à pesquisa, foi possível apreender as várias vivências que ocorrem nesse local, da cidade que se enche e se esvazia em meio às práticas do dia a dia, cadenciando o viver que se transforma nos fins de semana, quando o lazer predomina. Dos diversos fazeres dos transeuntes, considerados como cumpridores de papéis temáticos, deparamo-nos com recorrências que agrupamos entre trabalhadores/estudantes, turistas

(globais ou locais), compradores ou passeadores. Desses papéis, podemos apreender diversos modos de estar, mediante a observação de sua héxis corporal, a qual entendemos, conforme Pierre Bourdieu (2007), como a maneira pela qual apresentamos nosso corpo, como o movemos, como ocupamos o espaço, além, é claro, de como compomos nossa aparência. Dos modos de estar nesse quadrilátero, as pessoas estão sentadas a observar, ou mesmo caminhando lentamente, com gestualidades mais soltas e com o olhar flutuante pela rua e seu movimento, sozinhas ou em grupo; pode ser que, ao contrário, caminhe-se agilmente por estar em meio ao percurso para se chegar a outro local, ou mesmo que se caminhe rapidamente para chegar à determinada loja, quando já se conhece o trajeto, com gestualidades mais automatizadas (CLEMENTE, 2020).

Semioticamente, podemos considerar a héxis corporal como o conjunto de maneiras pelas quais o sujeito procura fazer-se visto, transmitindo uma mensagem figurativa de si mesmo, visando a captação do olhar de um potencial observador (LANDOWSKI, 1992). Como vimos, essa construção pode se dar de formas diversas, mas, apesar da variabilidade, nas observações realizadas entre 2016 e 2017 no quadrilátero da rua Oscar Freire, encontramos frequentemente o tênis branco, esse “objeto” vestível que permeava as várias aparências. Um calçado que foi criado para a prática esportiva no século XIX, mas que no XX, por volta dos anos 1960, tornou-se recorrente nos pés dos jovens urbanos. Na década de 1990, voltou em formatos mais esportivos, mas pouco depois foi deixado de lado novamente. No início dos anos 2010, retomou as ruas em configurações mais urbanas (com solados retos e lisos), tendo seu retorno marcado pela capa da *Vogue Paris*, em 2013, que encenava a modelo Gisele Bündchen completamente nua, calçando somente um par do modelo Adidas Stan Smith.

Além de frequentemente desfilado, o tênis branco, *sneakers* em inglês, como escrito em uma das vitrinas abaixo, é comercializado pelas lojas da rua Oscar Freire. Enquanto *destinadores*, as lojas modalizam os *destinatários* por meio de procedimentos de manipulação por sedução (*ter para ser/estar na Moda*). Nesses quadriláteros, os tênis brancos são expostos para serem comercializados, encenados no jogo discursivo como *objetos mágicos* capazes de *fazer-ser* aqueles que os calçarem (CLEMENTE, 2020).

FIGURA 3 – O TÊNIS BRANCO NAS VITRINAS DA RUA OSCAR FREIRE



FONTE: Acervo da autora, rua Oscar Freire, 2016 e 2017, respectivamente.

Pensemos na composição plástica do calçado. A cor branca, apesar de demandar maiores cuidados de limpeza, talvez tenha predominado por seu caráter *coringa* na combinação com as outras peças que compõem a aparência e, atualmente, ainda mais, por adequar-se às várias práticas dos transeuntes. O branco, quando cor luz, é a união de todas as cores, e como cor pigmento pode tornar-se tom *neutro* em relação aos outros ao criar composições de alto contraste, que dão equilíbrio visual à aparência, daí sua versatilidade. A horizontalidade predominante do calçado reitera tal estabilidade visual, o que, aliado à cor branca, mostra-se como uma linha final, iluminada, que demarca o fim do corpo e o destaca cromaticamente do entorno. Os papéis temáticos dos tênis, inicialmente, eram relacionados às práticas esportivas e, com o passar do tempo, tiveram outras funções incorporadas ao seu uso. Revela assim o valor erigido do conforto, não em sobreposição aos valores estéticos, mas em coesão, como se o tênis branco figurativizasse o termo complexo entre esses valores opostos (CLEMENTE, 2020).

O tênis recobre os pés, protegendo-os das possíveis intempéries do caminhar na rua, e os acompanham por onde forem, adequando-se às suas formas por métodos diversos: cadarços, velcro, zíper ou elástico; elementos feitos para a produção em massa de sapatos que pretendem calçar gente de todo o tipo. Cada um desses produz um sentido diverso em sua plasticidade e demanda um tempo específico para o calçar, e essa escolha denota o tempo que cada um disponibiliza para esse ato cotidiano, seja por (falta de) vontade, seja por necessidade.

Em lona, junto ao solado de borracha, tendem a ser mais confortáveis se comparados aos feitos em couro, pois se adaptam mais rapidamente ao formato dos pés, mas menos duráveis dado que o tecido se desgasta e pode manchar com maior facilidade, considerando que é feito em uma cor que evidencia a sujeira, demandando maiores cuidados caso se deseje mantê-los limpos, mas a brancura e o aspecto aseado predominam nesses quadriláteros. Esse rápido desgaste, por causa principalmente da cor, parece funcionar como uma espécie de reatualização do mercado, que sempre modaliza seus *destinatários* a adquirir um novo par.

Há ainda uma copresença dos vários modelos de tênis brancos (o urbano, o esportivo, o com salto plataforma e, mais recentemente, o *chunky*, entre outros) que evidencia a própria processualidade da Moda que vai do lançamento à saturação, dos *seguidores* aos *conformistas*, pouco a pouco, como em um “gotejamento” em meio ao social (CLEMENTE, 2020, p. 194). O tênis deixa de ser somente um objeto utilizado e passa a ser praticado quando se transfigura em auxiliar do sujeito em sua performance (LANDOWSKI, 2019). No ato de recobrir e em união aos pés, acompanha-os nos diversos fazeres, como se pés e tênis brancos fossem um só, em plena performance, em qualquer dos papéis que esteja sendo cumprido. Nas composições, veremos que o tênis branco se destaca visualmente, como um ponto de luz nos pés, e nos diz sobre quem o calça: veja onde estou em relação ao meu entorno, veja para onde vou, veja o ritmo do meu caminhar, não é possível não me notar e não perceber que, ao me destacar, encontro-me no outro que calça o mesmo que eu e sou assim parte integrante desse meio social.

Em meio aos desfiles no cotidiano no quadrilátero Oscar Freire, o tênis branco se faz ver em composições que por vezes são muito similares, mas que em certos momentos mostram-se mais diferenciadas daquelas ao redor. Assim, perguntamo-nos: como esse elemento invariante se faz ver entre os modos de estar *na Moda* que exploramos?

Começemos pelas imagens que nos demonstram o tipo *seguidor*:

FIGURA 4 – O TIPO *SEGUIDOR*

FONTE: Acervo da autora, rua Oscar Freire, 2016.

Os rostos foram cobertos para proteger a identidade dos fotografados.

O tipo *seguidor* (figura 4) tende a caminhar junto de outros *seguidores*, em dupla ou em grupo, e sempre em consonância cinético-visual, pois as gestualidades se assimilam e o ritmo segue a mesma cadência. Muitas das vezes param para observar as vitrinas e, com frequência, carregam sacolas que exibem as marcas locais. Os cabelos seguem similar estrutura e comprimento, mas com pequenas diferenças que as individualizam; na imagem à esquerda, nota-se que ambas as mulheres portam óculos escuros, uma os têm na cabeça e a outra os têm pendurados à blusa. As blusas seguem a mesma estrutura, uma na cor branca e outra listrada de branco e azul – uma diferença mínima. As blusas são consideradas curtas pois não cobrem todo o torso, uma mais e outra menos, seguindo o modelo conhecido como *cropped*, sem mangas, com decote mais fechado, ambas combinadas com calças jeans *skinny* de cintura alta (ajustadas ao corpo e que imprimem certa compressão) e dobradas na região das canelas. Trata-se de uma construção visual mais linear – exceto por uma pequena quebra que vemos na mulher à esquerda, que amarrou uma camisa jeans na cintura – e longilínea, ao considerarmos tanto as vestes quanto os tipos de corpos mais magros e esguios. No entanto, as calças dobradas na altura das canelas quebram essa construção linear e dão destaque aos calçados de ambas: os tênis brancos, que não são exatamente iguais, mas extremamente similares. As composições são também parecidas quando observamos as bolsas grandes seguradas pelos ombros, e mais ainda pelas sacolas de compras iguais.

Na figura à direita, duas mulheres com cabelos de tamanhos similares vestem blusas com mangas três quartos e largas, feitas de malha, combinadas às saias largas e de malha, com bolsas pequenas de alças compridas que são carregadas sobre um só ombro. Em relação às roupas, a diferença mais marcante entre elas são as cores: uma combina preto com branco, e a outra, tons de cinza. Ambas calçam tênis brancos, com pequenas diferenças entre si. São estilos um pouco diversos quando comparamos uma imagem à outra, o que revela algo importante que caracteriza o tipo *seguidor*: ele tende a vestir-se de maneira similar àqueles de seu meio social mais íntimo, mantendo assim a sanção e o pertencimento em relação àqueles mais próximos, que partilham de seus valores, mas, quando comparados a outros transeuntes, por exemplo, se distinguem por serem mais *anteados* às tendências da Moda.

Esse conjunto configura as aparências capturadas como de *seguidores*, pois seguem o que é proposto e se distinguem daquelas ao seu redor enquanto *estilosas* e *na Moda* em relação ao que é proposto pelos *destinadores* desse quadrilátero, uma sanção que se faz evidente pelo próprio fato de estarem em duplas e partilhando, entre si, a aparência conquistada, e assim o prazer do *bem* vestir-se é compartilhado com os seus. As proposições desses *destinadores* (que podem ser tanto em outras instâncias, como na mídia, nos desfiles dos grandes criadores etc.), estão figurativizadas nas vitrinas das lojas e são um tanto variadas a depender de para quem se destinam, como, por exemplo, as diferentes faixas etárias – tal como pode-se perceber entre as mulheres mais jovens na imagem à esquerda, e aquelas um pouco mais velhas, à direita. O seguidor busca então destacar-se não daqueles que o acompanham, mas dos outros passantes, ao exhibir como está a par das mais novas tendências, enquanto o *conformista*, como veremos a seguir, não deseja mostrar-se conhecedor das novidades, pois seria talvez muito arriscado ou trabalhoso (ou desnecessário), e assim, ser o foco do meio social que o circunda não está necessariamente em sua lista de prioridades – a não ser, talvez, quando pensamos nas relações de estratificação social e poderio econômico.

FIGURA 5 – O TIPO *CONFORMISTA*



FONTE: Acervo da autora, rua Oscar Freire, 2016.

Os rostos foram cobertos para proteger a identidade dos fotografados.

Os *conformistas* circulam normalmente em duplas e grupos. As gestualidades são mais automatizadas, mas o ritmo do caminhar é um tanto lento. Na figura 5, temos duas aparências femininas que, por coincidência, fotografamos juntas, e que se vestem muito similarmente. Na imagem, percebemos que os cabelos têm texturas diferentes, mas ambos

usados soltos e com comprimentos semelhantes. Os vestidos são extremamente parecidos, nas cores azul claro e branco, de comprimento acima do joelho, sem alças e com babados que evidenciam a região dos ombros. Há pequenos detalhes que as diferenciam, como a cintura de uma que é marcada por um cinto, deixando mais evidentes as curvas do corpo, enquanto a outra mantém o vestido solto em seu formato amplo. Assim como nas estampas, sendo uma listrada e a outra sutilmente florida. Uma carrega no ombro uma bolsa preta pequena, e a outra uma bolsa média de mão, mas ambas calçam tênis brancos com pequenos detalhes diferentes.

Tendo em vista a construção de aparências tão similares, nas quais há pouquíssimos procedimentos de individuação e uma maior uniformização, depreende-se que foram edificadas de maneira mais racionalizada, sem demonstrar preocupação em diferenciar-se ou mostrar-se como *antenido*, pois é evidente a tentativa de arriscar-se o mínimo possível para que seu pertencimento ao quadrilátero da Oscar Freire seja sancionado, ainda que o próprio fato de não se aventurar muito possa levar esse percurso ao fracasso. A coesão social e a regulação da Moda nessa região dos Jardins são evidentes, e o risco de não pertencimento é mínimo na medida em que a aparência mostra seguir as prescrições da Moda, da ordem do *dever*: vestir-se assim pois é assim que todos o estão fazendo agora. Para o *conformista*, esse ato se dá quase por um mimetismo automatizado, vestindo as tendências quando já estão em um momento de distensão, propagada e disseminada, enquanto o *seguidor* já está experimentando outra novidade (CLEMENTE, 2020).

FIGURA 6 – O TIPO BRICOLEUR



FONTE: Acervo da autora, rua Oscar Freire, 2016.

Em contradição ao conformismo, os *bricoleurs* caminham normalmente sozinhos ou em duplas, com gestualidade mais livre e a passos mais lentos. Na imagem à esquerda, um homem veste um conjunto da marca de artigos esportivos Puma, e mescla as estampas militar e de oncinha – o *animal print* arrisca uma composição que quebra com as mais usuais nesse quadrilátero, como vimos nos exemplos anteriores. A jaqueta cobre parte de uma camiseta que é mais longa do que o comum para as aparências masculinas nesse local, e em tom amarronzado que orna com as cores do conjunto. Este, é de malha, o que auxilia seu caimento mais justo ao corpo quando comparado às outras aparências masculinas ali desfiladas, assim como o boné e a bolsa transpassada. O tênis branco, pela cor, se destaca no arranjo e combina com o símbolo da marca de artigos esportivos estampada na parte traseira da jaqueta. Toda a composição se diferencia de quase todas as aparências masculinas que normalmente circulam pela Oscar Freire, a contar ainda com a cor de sua pele negra, considerando que a grande maioria daqueles que frequentam essa região nobre da cidade de São Paulo, são brancos.

Na imagem à direita, uma mulher veste um *body* colado ao corpo com recortes, transparências e mangas bufantes feitas de tule que deixam entrever boa parte da pele. Essa peça é combinada com uma calça jeans de cintura alta um pouco mais larga do que vimos, por exemplo, na figura 4 (na imagem à esquerda); a calça conta ainda com recortes e uma pequena fenda entre o cós e os bolsos da frente, deixando entrever uma parte do *body*. O cinto foi substituído pelo que parece ser um cadarço de sapatos na cor preta e fechado com um laço, tendo recebido outra função. A mesma cor preta é vista em outros detalhes, como na alça da bolsa, a qual podemos ver somente na região do ombro, bem como nas meias que são usadas sob os tênis brancos, que dessa vez contam com um cano um pouco mais alto do que os que vimos até então. Esses pontos escuros, aliados aos vários recortes geométricos e volumes, tanto do *body* quanto da calça, destacam-se do entorno e criam caminhos para o olhar do observador. Mas outro detalhe da calça jeans a distingue: a barra vai somente até as canelas e é mais curta na frente do que atrás. O jogo visual criado dá ainda mais destaque aos sapatos, em contraste com as meias pretas e a pele clara.

São então composições mais complexas nas quais é evidente a sensibilidade estética do *bricoleur*, ao jogar com o encobrir e o revelar, com o feminino e o masculino, com as novas funções para os objetos. Mas essa sensibilidade é estética, se pensarmos, além do que já mencionamos, nas materialidades e texturas por eles escolhidas. Os sujeitos selecionam de maneira bastante particular o que irá compor a aparência, são jogos mais complexos com formatos, materiais, saturações, combinações e referências particulares, se pensarmos nos estilos vistos até então; são aparências que não tiveram tanta similaridade com outras que apreendemos nesses desfiles. O *bricoleur* constrói um estilo bem próprio, que presentifica seus procedimentos de individuação, mas que ainda assim adequa-se àquilo que está *na Moda* nesse local, adequação que, nesse caso, é evidenciada pelo uso do tênis branco que calça também o *seguidor* e o *conformista*.

Quando falamos do estilo *disruptivo*, no entanto, não podemos fazer afirmações sobre seu posicionamento em relação a esses elementos invariantes, visto que não captamos ocorrências de aparências que quebravam tão intensamente com a Moda do quadrilátero Oscar Freire no período estudado. Depreende-se que lugares como esse criam uma forte coesão entre *destinadores* que prescrevem a quem se destina aquele local e como esses

devem se vestir e se portar. Assim, o espaço se consolida para e com esses simulacros de sujeitos. Tal discurso é compreendido pelos *destinatários*, e aqueles que não se encaixam nesses grupos de sujeitos coletivos – formados por classes média-alta e predominantemente brancas –, dos seletos Jardins paulistanos, acabam sendo menos frequentes. Nesse cenário, a maneira de consumir (produtos e sociabilidades) transforma-se em fator de distinção social (BAUDRILLARD, 1995). Privilegiam-se alguns desses estilos de vida em detrimento a outros, graças à sua própria configuração como espaço de pertencimento – e de não pertencimento (CLEMENTE, 2020).

Conclusão: sobre o (não) pertencimento, o risco e/ou a intencionalidade

Pode ser que o gosto pelo tênis branco se desenvolva ao circular por locais como esse e ver que outras pessoas os calçam, e contagiado pela aparência do outro, na busca por identificação com aquele meio, vai-se em busca de um par para si. Nesse caso, as processualidades da Moda no social se dão pela interação entre os sujeitos no cotidiano das cidades, por meio do contato, fundado na sensibilidade e na disponibilidade dos interactantes (LANDOWSKI, 2014) – e assim a Moda *pega* (CLEMENTE, 2020). Além dessa, há, principalmente, uma interação contratual e objetual nas dinâmicas da Moda fundada pelos princípios de regularidade (ação programada) e intencionalidade (manipulação estratégica) (LANDOWSKI, 2014). A apreensão das novidades se dá nesse caso por interações mediadas, pelo que fora visto em revistas e jornais ou pelas redes sociais, *sites*, *influenciadores digitais*, *blogueiras(os)*, ou mesmo pelo que se vê nas vitrinas das ruas, entre outras possibilidades que nos fazem saber e querer o que está *na Moda*.

Geralmente, o que ocorre é uma combinatória dessas dinâmicas, e todos esses casos que vimos, apesar de apresentarem maneiras diversas de construir suas aparências – ou às vezes nem tão diferentes assim –, partilham do gosto por calçar tênis brancos. Esse tipo de calçado, que surgiu com uma função de caráter mais pragmático, adquiriu papéis míticos ao deixar de ser algo que serve somente para proteger os pés do atrito com o chão. O tênis, mais especificamente o modelo branco, passou a ser aquilo capaz de identificar e diferenciar pessoas de uma mesma sociedade.

Na Moda que é praticada⁷ pelo calçar do tênis branco, entre os tipos de sujeitos que identificamos, aqueles mais prudentes procuram com maior intensidade uma identificação com os seus, pois o valor está em fazer parte da sua comunidade. Aqueles mais aventureiros, por outro lado, intensificam os procedimentos de individuação na construção de sua aparência para poder se destacar de seu meio, porém, sem perdê-lo de vista. O outro, assim, sempre está em vista quando construímos nossa aparência, pois identidade e alteridade são pares pressupostos (GREIMAS; COURTÉS, 2011). Enquanto a identidade é caracterizada pelo conjunto de traços em comum, a alteridade se faz pelos diferenciais. Por isso, quanto mais *disruptivo* é o sujeito, em maior número são as características diferenciais, e quanto mais *conformista*, em maior número são os pontos em comum encontrados entre os indivíduos de um mesmo grupo social, enquanto os estilos subcontrários, o *seguidor* e o *bricoleur*, se fazem em meio ao caminho entre os contrários.

⁷ Sobre o uso ou a prática dos objetos, ver a obra de Eric Landowski (2019) sobre o tema.

Ao analisarmos a composição das marcas e dos pontos de venda que se sobressaem (CLEMENTE, 2020), e considerando que nesses lugares estão projetados os simulacros dos *destinatários*, vemos que tais lojas são do tipo que reproduzem o que fora ensinado (ou ditado) pela Moda em outras instâncias (globais e locais), da Moda que já é Moda apreendida e aprendida – alguns exemplos são as lojas de departamento e de *fast fashion* –, sendo assim, são marcas formadoras de *seguidores* e perpetuadoras de *conformistas*, e a grande ocorrência dos *mesmos* elementos que compõem a aparência, como o tênis branco, testemunham essa afirmação.

No jogo entre universalizar-se e individualizar-se, o risco é menor para aqueles mais prudentes, pois procuram se identificar pelos traços comuns, como os *conformistas* e os *seguidores*. Contudo, o risco ainda existe, pois há sempre chances de uma manipulação falida ou de uma programação malsucedida. A busca pelo pertencimento, como afirma Landowski, se trata-se de desejar “ser cognitivamente reconhecido na sua identidade pessoal, como um membro digno, competente [...] no seio do grupo em que presentemente vive”, e mais ainda, de “ser admitido no meio social face ao qual se apresenta” (LANDOWSKI, 1997, p. 113) circunstancial ou habitualmente.

Ainda para o autor:

Mediante a sucessão de suas reviravoltas e malgrado as aparências, ao estar perpetuamente preocupado em manter-se na moda, ele não faz outra coisa, dir-se-á, do que obedecer a um programa estratégico abrangente e a longo prazo: o da construção de sua imagem enquanto membro plenamente inserido em sua comunidade. (LANDOWSKI, 1997, p. 107)

Para os mais prudentes, a intenção é pertencer e desenvolver uma identidade estável e que os conformem aos grupos sociais de pertença. Já os aventureiros, mestres na composição dos traços que individualizam suas aparências, veem no risco do não pertencimento, sempre um tanto incerto, as possibilidades de uma escapatória da coerção que pode ser regida pela Moda. Por tais escolhas, esses sujeitos privilegiam as relações estéticas com os objetos (e sujeitos), o que abre caminho para a procura e as experimentações (LANDOWSKI, 1991). No ato de experimentar, arriscam-se e assentem o risco tomado. Pode ser que alguns sejam quase sempre mais aventureiros, buscando destacar-se em meio aos grupos pelos quais circulam, enquanto outros são, em geral, mais prudentes, intentando adaptar-se aos diferentes contextos para não *aparecer demais*. As posições podem mudar a depender por onde o sujeito circula: se ele está em meio aos *seus*, ou se está em um local como *forasteiro*, pode ser que esse saia da posição de um *conformista* para tornar-se um *aventureiro* quando tirado de seu meio usual, e vice-versa, como se houvesse espécies de sobreposições espaciais nas quais as posições em que se encontram fossem modificáveis a depender do contexto. Tudo depende do *ponto de vista* adotado. Portanto, a tipologia proposta pode nos servir para compreender essas dinâmicas qualquer que seja o ponto de vista adotado.

Referências

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. Trad. Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Trad. Daniela Kern e Guilherme Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

CASTILHO, Kathia *et al.* Observação e vivências nas ruas de comércio e consumo de moda em São Paulo. *In: OLIVEIRA, Ana Claudia de (org.). Do sensível ao inteligível: duas décadas de construção de sentido*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. p. 787-806.

CLEMENTE, Mariana Braga. **Moda e modos de consumo no Brasil do século XX: revistas e a construção de aparências**. 2015. xx f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

CLEMENTE, Mariana Braga. **Desfiles do cotidiano em ruas de São Paulo e Milão: a Moda e os jogos de aparências na construção identitária**. 2020. xx f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica / PhD. Program in Philosophy, Science, Cognition, and Semiotics da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo em cotutela com a Università di Bologna, São Paulo/Milão, 2020.

DESFILE. *In: HOUAISS: Dicionário da Língua portuguesa*. Disponível em: <https://houaiss.uol.com.br/pub/apps/www/v3-0/html/index.htm#2>. Acesso em: 20 jun. 2017.

ECO, Umberto. **História da beleza**. Trad. Eliana Aguiar. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2017.

FIORIN, José Luiz. De gustibus non est disputandum? Para uma definição semiótica do gosto. *In: LANDOWSKI, Eric; FIORIN, José Luiz (orgs.). O gosto da gente, o gosto das coisas: abordagem semiótica*. São Paulo: EDUC, 1997. p. 14-28.

FYSKATORIS, Tula; BRAGA, Mariana. Rua Oscar Freire. *In: 10º Colóquio de Moda, 2014, Caxias do Sul. Anais [...]. Caxias do Sul, Universidade Caxias do Sul (UCS), 2014*. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/10-Coloquio-de-Moda_2014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-EIXO-3-RUA-OSCAR-FREIRE-DO-LIXO-AO-LUXO.pdf. Acesso em: 13 jun. 2020.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Da Imperfeição**. Prefácio e trad. Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Hacker, 2002.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. Trad. Alceu D. Lima *et al.* São Paulo: Contexto, 2011.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**: ensaios de sociosemiótica. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

LANDOWSKI, Eric. Gosto se discute. *In*: LANDOWSKI, E.; FIORIN, José L. (orgs.). **O gosto da gente o gosto das coisas**. São Paulo: EDUC, 1997. p. 97-160.

LANDOWSKI, Eric. O olhar comprometido. **Galáxia**, São Paulo, n. 2, 2001. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/1241/747>. Acesso em: 20 jun. 2020.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro**: ensaios de sociosemiótica. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2012.

LANDOWSKI, Eric. **Interações arriscadas**. Trad. Luíza Helena O. da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

LANDOWSKI, Eric. **Antes da interação, a ligação**. Documentos de Estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas. São Paulo: Edições CPS, 2019.

LANDOWSKI, Eric. Une rencontre imprévue. **Actes Sémiotiques**, São Paulo, n. 123, 2020. Disponível em: <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/6529&file=1>. Acesso em: 23 jun. 2020.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem**. Trad. Tânia Pellegrini. Campinas: Papirus, 1989.

MARSCIANI, Francesco. Introdução à etnossemiótica. **Galáxia**, n. 23. 2012 Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/10071>. Acesso em: 23 abr. 2016.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Por uma semiótica da moda. *In*: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. (orgs.). **A moda do corpo o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2002. p. 126-134.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Nas interações corpo e moda, os simulacros. *In*: COLÓQUIO DO CENTRO DE PESQUISAS SOCIOSEMIÓTICAS, 13., 2007, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2007. 1 CD-ROM.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Visualidade processual da aparência. *In*: OLIVEIRA, Ana Claudia de; CASTILHO, Kathia (orgs.). **Corpo e moda**: por uma compreensão do contemporâneo. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 93-104.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. A plástica sensível da expressão sincrética e enunciação global. *IN*: OLIVEIRA, Ana Claudia de.; TEIXEIRA, Lucia. (orgs.) **Linguagens na comunicação**: desenvolvimentos de semiótica sincrética. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

OLIVEIRA, Ana Claudia de; BRAGA, Mariana. Pracinha Oscar Freire: moda, modos de vida e a sociabilidade consumida. *In*: OLIVEIRA, Ana Claudia de; MARTYNIUK, Valdenise Leziér (orgs.). **Sentidos do consumo**: os desafios do cenário contemporâneo à luz da semiótica de Greimas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017. p. 235-249.