

## Moda e cidade: Uma identificação de estilos nas zonas atmosféricas urbanas

*Fashion and city: an identification of  
styles in the urban atmospheric zones*



Fabio La Rocca<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7635-5666>

[resumo] Nossa reflexão tende a colocar em perspectiva uma visão orgânica da cidade através da relação corpo-moda-espço urbano, que se concentra em uma atenção visual feita de olhares, observações e imagens. Compreender esta relação significa identificar sinais, símbolos e códigos que constituem e particularizam a atmosfera urbana mostrando uma experiência estética da cidade e da vida social. Através de vários exemplos - que vão da particularização dos estilos de vestuário ao fenômeno Instagram como forma de exibição, à corporeidade, à particularidade da cultura pop e às zonas estéticas urbanas - o objetivo é mostrar as formas da visibilidade de um processo de estetização da vida e da cidade que caracteriza nosso espírito do tempo.

[palavras-chave] **Moda. Estilo. Espacialidade. Ambiências. Corpo. Cultura pop.**

[abstract] Our reflection tends to put into perspective an organic vision of the city through the relationship body-fashion-urban space that focuses on a visual attention made of looks, observations and images. Understanding this relationship means identifying signs, symbols and codes that constitute and particularize the urban atmosphere showing an aesthetic experience of the city and social life. Through various examples ranging from the particularization of clothing styles, to the Instagram phenomenon as a form of display, to corporeality, pop culture particularity and urban aesthetic zones, the aim is to show the forms of the visibility of a process of aestheticization of life and the city characterising the spirit of our time.

[keywords] **Fashion. Styles. Spatiality. Ambiances. Body. Pop culture.**

Recebido em: 09-05-2022

Aprovado em: 13-06-2022

---

<sup>1</sup> Sociólogo, doutor em Sociologia pela Universidade Paris Descartes Sorbonne (2008). Atua como Maître de conférences de Sociologia na Universidade Paul-Valéry Montpellier 3, onde é membro do LEIRIS. Membro do Grupo de Pesquisa CAC (Comunicação, Arte e Cidade), do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ) e do Grupo de Pesquisa Kinopoliticom na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. É autor do livro *La ville dans tous ses états* (CNRS éditions, 2013), *A cidade em todas as suas formas* (Sulina, 2018) e diversos artigos e capítulos de livros sobre cidade, sociologia visual, tecnologia, cultura. E-mail: fabio.la-rocca@univ-montp3.fr

*Il n'y a pas de mode si elle  
ne descend pas dans la rue*  
(Coco Chanel)

## Introdução: olhar e flunar como modo de compreensão

Como Georg Simmel nos ensina, é sempre relevante identificar o estilo da época, ou seja, o que caracteriza o espírito da época, as características essenciais e sintomáticas da realidade social. Na perspectiva teórica de Simmel, é bem conhecido que a expressão da vida passa por formas e, na construção da realidade, estas formas têm uma incidência particular. Portanto, parece-nos que a relação entre moda, corpo, espaço urbano e culturas representa uma dinâmica social que expressa uma forma de experiência que é perceptível na observação das superfícies da vida social. Uma observação que deve ser entendida a partir da perspectiva da imersão na realidade social, a fim de trazer características, fragmentos, que em nossa proposta representam componentes simbólicos da correlação entre o espaço urbano e o corpo que expressa, através da moda e estilos significativos, uma espécie de constelação onde o desejo se cristaliza em formas estéticas de experiência.

Assim sendo, essas formas são a expressão de um modo de vida que se transforma no sentido de que a moda é um elemento expressivo que denota uma vontade de viver, uma expressão cara a Schopenhauer, em sua *Die Welt als Wille und Vorstellung* (1819); ou seja, “o mundo come vontade e representação”, onde tudo luta pela existência orgânica (vida) e que encontra expressão, em nossa opinião, na proposta do tribalismo de Michel Maffesoli (1988). Deste ponto de vista, há uma centralidade do olhar que observa, examina e procura construir uma modalidade de compreensão da realidade urbana e social. E nesta estratégia, também é necessário destacar a técnica da *flânerie* como um verdadeiro método de descoberta e destaque de detalhes da conformação urbana e dos estilos. De fato, através do passeio (*flânerie*), nosso olhar é estimulado por formas de atenção visual e perceptiva dadas pelas configurações do corpo, moda e estilos que podem ser observadas, escrutinadas na imersão urbana. O olho seleciona assim subjetivamente uma realidade objetiva que se apresenta a nós em viagens urbanas. Esta seleção de elementos relevantes forma uma constelação ou uma seleção de fragmentos que, entrelaçados, dão expressão a um mosaico do imaginário sócio urbanístico.

Colocar a realidade social observada através dos elementos de moda, corpo, espaço urbano em fragmentos constitui uma estratégia de compreensão que é uma condição ontológica da existência social e visa estruturar uma análise da composição significativa e simbólica dessa mesma realidade. A compreensão por fragmentos é então uma modalidade particular através da qual se tenta mostrar a experiência de vida para um conhecimento do mundo sociocultural. O passeio nos permite mergulhar nas “ordens da realidade” (SCHÜTZ, 2008) e, através do olhar, trazer à tona características, adotando aqui um olhar participativo que busca perceber as coisas e o mundo dentro da experiência de vida que se manifesta na espacialidade urbana. Nossa realidade que tentamos compreender é sempre muito vasta e, portanto, através da teoria abrangente, buscamos - inspirados por Alfred Schütz - questionar como o homem, nessas atitudes, experimenta o mundo através

de suas ações. E suas ações aqui são representadas pelas formas estéticas do corpo e da moda que se manifestam na cidade.

Se quisermos nos perguntar como pensar a realidade social, podemos encontrar uma resposta na valorização da estética da vida e da variedade estilística plural dos corpos e lugares e das conexões que são geradas nas atmosferas urbanas. Tudo isso também mostra a importância da esfera do sensível, ou melhor, de um espaço da sociedade que é feito de emoções, símbolos, efervescência. Portanto, ao adotar uma estratégia do método da *flânerie*, nossa intenção é mostrar e descobrir como o espaço urbano é uma condição de possibilidade da sociedade e como as expressões sociais são reveladas simbolicamente através de afiliações estilísticas, manifestações culturais que encontram na moda e no corpo um motor significativo para inventar e reinventar o cotidiano vivido.

### *Atmosferas tribalizadas*

O interesse em compreender a realidade social nos leva a descer aos meandros da expressividade urbana e a circular, a errar pelas ruas para descobrir o que está exposto a nossos olhos e a olhar para aspectos do ambiente urbano ligados à intensidade da experiência vivida, que encontra expressão na moda e no corpo. Um corpo (tanto corpo humano, quanto corpo urbano), a ser entendido como um meio expressivo que designa e conota o estilismo existencial. Para nós, este estilo é uma forma de expressar o mundo, ou melhor, uma visão do mundo que reflete atitudes corporais, moda, maneiras de se mostrar, ou um símbolo da expressividade social de um ser que habita o mundo através e com seu estilo e sua pertença. Isto gera, no ambiente urbano, uma diversidade, um patchwork a ser entendido como uma forma complexa de estilização da vida cotidiana, em que o homem se expressa na rua, que é o receptáculo da visibilidade. Em uma forma de fenomenologia, inspirada em Maurice Merleau-Ponty (1945), pode-se dizer que “eu sou meu corpo” e “eu sou meu espaço”; uma correlação gerando uma alteridade estilística, que se apresenta ao mundo através de um corpo vestido e equipado e se mostra e se expressa no grau de urbanidade, onde o indivíduo se configura espacialmente e particulariza a sociedade através da diversidade e intensidade da expressividade.

Esta expressividade é visível nas multidões sintomáticas da moda e no corpo que transmite símbolos, sinais e pertences que não são mais expressões, em nossa modesta opinião, da clássica distinção e dominação Bourdesiana de uma posição social, mas sim de uma carnavalização da vida social que encontra seu fundamento na tribalização das esferas urbanas. A carnavalização é aqui uma metáfora expressiva de uma polifonia da vida que se reflete em áreas urbanas específicas que poderiam ser chamadas de zonas de intensidade estética, onde a conexão estrita entre o corpo urbano e o corpo humano em uma relação orgânica é ativada. A exploração da cidade representa então uma viagem dentro de seus espaços e também significa olhar para o indivíduo que se relaciona com esses espaços, formando uma teatralidade urbana como expressão de uma valorização de seu corpo, seus estilos e seus códigos e símbolos transmitidos por formas de vestuário, posturas, gestos. Ir para a rua e observar o que forma nossa sociedade, buscando fontes de identificação dos indivíduos dentro do espaço social, é o objetivo de ter uma representação da realidade a partir desta conotação entre corpo, moda, espaço urbano e as atmosferas que ocorrem.

Existe assim uma espécie de fisionomia dos espaços criando atmosferas onde estilos e corpos representam uma qualidade expressiva de nossos comportamentos que particularizam a geografia emocional da cidade. Os espaços urbanos, baseados em uma leitura da teoria dos humores e das atmosferas, têm uma certa potencialidade que influencia tanto os sentimentos quanto as expressões coletivas com a produção de várias atmosferas. Se, como Hermann Schimtz (2016) indica, habitar é atmosférico, podemos ver que os corpos e estilos que se manifestam nos espaços também são uma forma de habitar a cidade e caracterizá-la atmosféricamente (GRIFFERO, 2016). Em nossa opinião, isto também pode ser correlacionado com a ideia, derivada de Heidegger (1927), de um pensamento de espaço existencial; e também seria preferível referir-se à ideia de “espacialidade existencial”, do filósofo alemão Otto Bollnow (1963), no famoso *Mensch und Raum*, que está na origem da virada espacial, onde cada espaço tem significados particulares. E, por este fato, “regiões preferidas” são produzidas, o que em nossa análise aqui pode ser evidenciado com regiões da moda: ou seja, áreas onde expressões de estilo e moda são exibidas como uma condição existencial de um determinado lugar. Esta lógica é a base, em nossa concepção, para a produção de áreas tribais, inspirada aqui na teoria de Maffesoli, que são o efeito de uma vontade de viver significada pela forma como o corpo se exhibe e se particulariza de acordo com seus cânones estéticos. Indumentos, tatuagens, *piercings*, vários objetos como extensões corporais, efeitos simbólicos e sinais distintivos. Tudo isso forma um expressivo corolário de um certo mosaico de vida social formado por várias corporeidades, que testemunham a diversificação de estilo e estar no mundo em sintonia com o espaço como uma forma de teatralização da vida cotidiana.

### *Expressividade efêmera*

A teatralidade observada é, portanto, representada por vestuário, moda e objetos, e cada um deles participa na criação de uma existência estilística na cidade, conotando regiões de estilo que também podem ser pensadas como regiões de sentimentos e emoções. Estas várias regiões podem ser pensadas como uma espécie de cartografia do imaginário do estilo e da cidade com a centralidade de um corpo esteticamente vestido, onde a roupa é o traço de particularização tribal. Como Thorstein Veblen (1899) apontou em seu tempo, a necessidade de vestuário é eminentemente uma necessidade espiritual mais elevada. Esta concepção ainda nos parece muito relevante em nossa contemporaneidade, uma vez que a moda e o corpo como meio são uma expressão de um desejo de ser visível, ou pode-se dizer simplesmente, de estar no mundo. Por que não propor um *dasein* estilística através da qual constrói-se uma espécie de radiografia simbólica de nossa realidade, sublinhando os múltiplos aspectos e aparências de indivíduos que estão no mundo através de sua manifestação de presença no espaço urbano, conotada pelos efeitos da moda e dos corpos? A moda pode ser entendida como um processo em ação nas cidades onde todos, em sua vida cotidiana, expressam seus diferentes estilos, criando assim uma cidade viva e enérgica que também proporciona um sistema de sedução, efemeridade e diversificação.

Hoje, vivemos em uma sociedade onde a aparência e os símbolos são cada vez mais fortes e, desta forma, o vestuário representa um exemplo significativo como sinal desta aparência que é uma forma de ser com conseqüente processo de diversificação, identificação e

pertencimento de acordo com os estilos distintos que são formados na comunidade. Para o estilo de vida, entende-se aqui o conjunto de atitudes, comportamentos e valores que expressam a personalidade dos indivíduos e que lhes permite serem categorizados em uma tipologia de pertença, que podemos definir como “tribal”, e que dá vida a uma pluralidade de formas existenciais.

Esta é uma caracterização de nosso *zeitgeist*, onde uma proliferação de estilos diferentes é realizada nesta era da estética na qual a moda representa o espelho da mudança, a consagração da nova cultura que define, de forma caótica, as novas formas de estilo. O caótico aqui deve ser compreendido em uma dimensão simbólica de pluralização de estilos que se influenciam mutuamente, se particularizam mutuamente e contaminam a realidade sócio urbanística em suas rápidas mudanças. Os estilos são múltiplos e diferentes e proporcionam, de acordo com a visão de Simmel de “adorno” (2019), alegria ao outro, mas também o desejo de que esta alegria, este prazer que um proporciona, retorne a nós sob a forma de reconhecimento e consideração. As roupas são de fato um jogo de olhares e relacionamentos, uma ponte que nos coloca em uma relação recíproca com o outro, um meio de comunicação, interação, uma representação do ser, um sinal de pertencimento e consideração.

A moda, como Simmel (1899) ilustra, tem o fascínio da diferenciação e das mudanças associadas às semelhanças e à conformidade. É então uma forma de confiança, uma confiança tribal, pode-se dizer, que dá sentido aos indivíduos em reciprocidade e reconhecimento. Uma está, deste modo, em relação à outra em uma forma de confiança que pode ser definida como simbólica, expressa através de um estilo de vida compartilhado, uma forma compartilhada. E é o mesmo estilo de roupa que conecta os indivíduos e esta representação é encenada no espaço urbano das cidades. Portanto, é necessário prestar atenção a este “jogo simbólico” entre as duas forças da moda e o espaço da cidade, que dá sentido à vida cotidiana do indivíduo e também estabelece um sentimento de pertença. Há então a expressão da experiência através do símbolo do vestuário que alimenta as formas de pertença territorial e presença social em áreas particulares. Zonas que proliferam em nossas cidades e que podemos capturar em nossas andanças de observação, a fim de construir uma espécie de mapeamento de estilo urbano (LA ROCCA, 2018), permitindo-nos ilustrar a diversificação deste poderoso imaginário coletivo que é a moda. Além disso, a análise social da moda também se refere ao espaçamento social como um dispositivo de visibilidade, de máscara, de encenação, de espetacularidade, que favorece a construção social da realidade através de performances do corpo e de seus símbolos.

A moda cria identidades e formas de ser que estão estritamente ligadas a uma imagem do espaço urbano, já que a manifestação de uma atitude, de uma presença social através do vestuário, encontra seu terreno de expressão na particularização das áreas urbanas. Diferenciação, lugar e atração, combinados, dão vida a modas e sinais de excentricidade que geram tons afetivos que energizam a vida social e produzem uma estetização da vida cotidiana, onde os indivíduos criam seu próprio mundo de representações na sociedade. Na experiência cotidiana, o homem se exhibe e se apresenta ao mundo através de seu corpo e de sua moda e, portanto, ele também é aceito através de sua aparência. Isto significa que a sociedade é remodelada à imagem do corpo e da moda, na qual a sedução e a efemeridade são os princípios organizadores da vida coletiva. E isto se reflete na espacialidade existencial,

onde podemos notar zonas de sedução em que a moda, segundo a teoria de Gilles Lipovetsky (1987) e seu império do efêmero, tem a função de criar a aparência dos seres na ordem do espetáculo teatral e do conto de fadas.

### *A teatralização das ruas*

Neste espetáculo diário dentro da cidade, entre os sujeitos que participam da espetacularidade da sociedade, encontramos as diversas tribos do estilo de vida. O estilo de vida, na teoria de Antony Giddens (1991), dá um significado especial à vida social moderna e representa um material narrativo de identificação. As diversas tribos que podem ser observadas nas ruas de nossas cidades são uma narrativa da vida cotidiana e da expressividade do eu que é consumido no outro. A lógica da tribo, teorizada por Maffesoli, é representada pelo aspecto coeso de compartilhar sentimentalmente valores, lugares, reconhecer-se como uma comunidade e, desta forma, o indivíduo compartilha espaços urbanos emocionais produzindo situações estéticas e, portanto, um sentimento comum. Criam-se assim identidades territoriais, zonas de identidade onde se faz um lugar com outros e espaço através de uma forma de reconhecimento social expresso através da moda, do corpo e da apropriação territorial. Se olharmos as ruas de nossas cidades contemporâneas, podemos observar e perceber esta conotação de áreas tribais.

Um bom exemplo, neste sentido, vem da expressividade da cidade de São Paulo e em particular de um lugar típico de conformidade tribal, ou seja, a Galeria do Rock, que ilustra a diversificação do estilo e uma forma de presença neste espaço de “sociabilidade” (FERNANDES, 2010). Observar este lugar é capturar a essência da tribalização e a coexistência da luta simbólica entre diferentes estilos que variam do *rock* ao metal, do *punk* ao *rap* às peculiaridades do *skate*, do grafite e da cultura afro. Uma zona de convivência, portanto, rica em simbolismo, onde o corpo se expressa através de seus cantos de referência, onde o espaço é assim aberto à fertilidade dos estilos. Um lugar para ser exibido e exibir-se através da corporalidade e que mostra a eficácia da teatralização e da carnavalização da sociedade. Assim, a espacialidade urbana se configura como uma forma de conquista de visibilidade que significa estar presente através do desempenho do corpo e dos estilos.

E é nessa estratégia de estar presente que as zonas são particularizadas de acordo com o estilo de pertencer, como a moda japonesa que pode ser percebida em múltiplas zonas das cidades, como no bairro Liberdade em São Paulo, onde está localizado o Sogo Plaza Shopping, no qual as especificidades do *Otaku* podem ser encontradas; ou a proliferação da estética *Kawaii* (um termo que em japonês significa fofo) composta de cores brilhantes de comida e entusiastas do *cosplay* que inundam as ruas de nossas cidades, como no 13<sup>o</sup> *arrondissement* de Paris; a inundaçã da dança urbana típica das ruas de Nova Iorque, mas que contamina toda a imaginação das cidades onde os ritmos do *hip hop* podem ser encontrados nos cantos de Montpellier, Paris, Milão, Barcelona, Nápoles, Lisboa, etc. E a dança é justamente um bom exemplo deste processo de particularização tribal que colore nossas ruas, onde o corpo é o principal instrumento de expressividade que se soma à estilização cultural: *hip hop*, *break*, afro, latino etc., cada tipicidade é apresentada e exibida nos efeitos de som, figurino e pertencimento.

Nesta linha, um exemplo relevante vem do Brasil, como um laboratório de expressividade corporal, através do passinho, a dança típica das favelas cariocas, expressão do Baile Funk. Neste caso, o documentário *A Batalha do Passinho*, do cineasta Emilio Domingos, e a efervescência das redes sociais na internet são expressões desta caracterização de uma proliferação, ou melhor, de uma contaminação de estilo que afeta indivíduos e ruas. Uma “afetologia” musical e corporal é encenada nas ruas onde testemunhamos acrobacias corporais e estilísticas, como no caso da cultura *hip hop* e seus movimentos e congelamentos que invadem as áreas urbanas da periferia ao centro como forma expressiva, contaminando a vida social e também reproduzem variantes como subculturas que, graças ao mundo digital e aos vídeos, popularizam o corpo social.

É o caso do *Whip* em Atlanta, do *Turfing* em Oklahoma, do *Lite Feet* em Harlem, do Popping das contaminações americanas que cenografam as ruas, onde o corpo se torna uma performance que alimenta os ambientes e atmosferas e que também encontramos na tipicidade das *guinguettes* em Paris, da capoeira no Brasil, do forró no Nordeste brasileiro. O exemplo da dança é relevante para entender esta teatralização das ruas e como meio de afirmar uma tendência estilística através da qual a música, a festividade e as sonoridades testemunham uma energia social que incorpora o espaço urbano como palco, um teatro de apresentação, projeção e identificação.

O fenômeno tribal é, em última instância, a encenação de um sistema de representação utilizado pelos indivíduos para se reconhecerem e serem reconhecidos. Assim, o indivíduo, através de suas performances corporais e estilos de vestuário, participa do desfile de pertencimento às diversidades estilísticas urbanas. Construir um senso de si mesmo em formas de aparência significa encontrar os meios, os instrumentos, as relações para encenar e se expressar. A tribalização da moda e dos corpos faz emergir os substratos da sociedade para contaminar o corpo social e se afirmar como uma modalidade de ser. Nesta estratégia, grupos de afinidades de identidade se encontram e se reconhecem reciprocamente nas diversas contaminações estilísticas por meio de símbolos de identidade. É certo que os símbolos são um elemento importante na definição da sociedade e há um simbolismo do corpo, da moda e do espaço urbano que revaloriza as cidades como forma de circulação e visibilidade. Pois o símbolo deve ser visto, deve circular para ser aceito e reconhecido. Portanto, esta lógica simbólica é compartilhada no cotidiano e constrói uma narrativa da existência.

### *O reinado das imagens e o processo pop*

Naturalmente, outros vetores que desempenham um papel importante para influenciar e seduzir o estilo da cultura jovem são o cinema, os videoclipes e, acima de tudo, as redes digitais. O cinema, por exemplo, é significativo para a lógica do conhecimento e para a reprodução da realidade. Além disso, o espaço cinematográfico é o lugar de representação do simulacro com o qual o sujeito da civilidade contemporânea pode satisfazer suas necessidades de identificação e relacionamento com o mundo e outros. Um processo que se realiza cada vez mais através de imagens, que são, nesta perspectiva reflexiva, um elemento que permite ao indivíduo ser visto e reconhecido e, ao mesmo tempo, reconhecer-se em imagens cinematográficas, videoclipes (pense especificamente na cultura clássica do *hip hop*,

mas também na tendência contemporânea do *K-Pop*) como espelhos da existência. Em que o “eu” é formado e fundado em um “nós” maior através da contaminação de imagens. Neste discurso, além disso, outro aspecto emerge como óbvio: o processo de imitação. De acordo com a visão de Gabriel Tarde (1890), a sociedade é definida pela imitação e, portanto, moda e vestuário são duas formas de “contágio imitativo” que permitem a assimilação social das pessoas. Para Tarde, a moda é uma forma de relacionamento entre os seres.

Assim, as imagens divulgadas, criadas e reproduzidas vão gerar uma massificação da moda e dos estilos através do desenvolvimento do processo de imitação, onde é importante se mostrar e contaminar para ser “fashion”, para se dar um reconhecimento social de pertencer e tirar um estilo, usando a terminologia de Tarde, em formas de “contágio” em que “ondas” se afirmavam e se seguiam a fim de alimentar a lógica social. De acordo com nossa visão, as imagens participam da criação e recriação de ondas de contaminação que perturbam o social, no qual perturbar significa algo que emerge e muda a representação da realidade social. A imagem se torna o próprio vetor da teatralização da vida cotidiana através de sua proliferação, que exhibe constantemente modas e estilos e que irradia para o corpo social como uma região de contágio. Ondas de estilos emergem através de imagens, como é o caso do universo da cultura coreana contemporânea da onda *Hallyu* como uma forma de sedução e efervescência. As ruas de Seul, por exemplo, são o receptáculo da criatividade de estilos e olhares de uma geração que afirma seus valores nas tendências pop.

Desta forma, os lugares urbanos se convertem em verdadeiros laboratórios nos quais novos estilos e formas nascem e depois se espalham pelo mundo nos territórios cultural e social apropriados. Desta forma, um certo estilo de moda se manifesta em todos os lugares, e há evidências em várias partes do mundo de uma tendência a um processo de “popularização”, em que estamos na presença de uma contaminação de estilos que brilham e se afirmam como elementos de contágio. Pop é este movimento de contaminação em nossa sociedade, através do qual a imagem é, em muitos aspectos, um instrumento para a proliferação e circulação do estilo. Não será graças a uma cultura visual que se afirma, recorrendo a uma terminologia de Maffesoli (2014), uma certa “orientação” do mundo? E este não é o triunfo de tornar pop o mundo? Com isto, tentamos afirmar que o processo de estetização da cultura pop é um elemento relevante para expressar uma direção de observação de nossas ruas contemporâneas, onde a massificação da tendência japonesa e coreana é uma evidência. O pop aqui expressa uma atitude, uma efervescência contaminante, uma reverberação de estilos que mergulham no social também através da imagem do filme, videoclipe, rede digital, publicidade de ordem emocional.

A mensagem de imagens emocionais nos oferece elementos simbólicos com gratificação afetiva, usando uma expressão espetacular com o objetivo de captar a atenção e o interesse social e produzir uma imaginação coletiva. A imagem, portanto, participa deste imaginário, porque tem a capacidade de propor modelos de comportamento e estilos de vida como um elemento de influência sobre o tecido social através de sua proliferação. Existe assim um imaginário pop que influencia a vida, como a personificação de personagens manga em formas espetaculares de personalização (o *cosplay* é um exemplo óbvio), a coloração dos cabelos; mas também formas de recuperação de estilos antigos como o modelo *vintage*, quando o retrô, o antigo se torna um elemento de adoração, ou a típica recuperação do *punk*.

Assistimos, dessa maneira, um fenômeno de “popização” (LA ROCCA, 2019) onde o elemento pop é uma efervescência que particulariza o social; podemos ler este efeito também através do prisma de uma “apropriação lúdica e simbólica do vestuário” (CIDREIRA, 2009, p. 64). Aqui compartilhamos a ideia de Renata Pitombo Cidreira (ibid.) de que existe uma dimensão emocional, efêmera e sensível à vida cotidiana na moda. E é nestes aspectos que nos parece que a efervescência pop em todas as suas derivações é uma expressão de uma modalidade simbólica dos modos de relação do indivíduo com o meio social.

### *Instagramação do social*

Nesta estratégia de análise, notamos, portanto, a influência da imagem que leva a formas de particularização de estilo, das quais a pop é um surgimento. Naturalmente, quando falamos de imagens (a propósito, o discurso seria muito amplo), devemos considerar o fato de que estamos cada vez mais imersos em um mundo visualizado e oculocêntrico. Esta centralidade da visão, da imagem, nos leva a focalizar o efeito da contaminação da imagem, onde a imagem é uma valorização do eu e do corpo, em que a imagem mostra. Através deste efeito, o corpo e a moda exigem a qualidade expositiva da imagem, pois funcionam também como uma imagem. Se a moda pode ser concebida como uma imagem do indivíduo, então a proliferação de fotografias, vídeos reais, histórias e outras atividades da vida digital é simplesmente uma expressão da autovalorização, da vontade de ser visto.

A partir desta perspectiva, também podemos compreender a atribuição significativa à vida cotidiana, através da qual o componente simbólico é um ponto essencial para a compreensão e interpretação da realidade social. A lógica simbólica nos diz como o indivíduo dá sentido a suas atividades construindo, conseqüentemente, uma narrativa de sua vida diária através de imagens que narram experiências, corpos de palco e estilos de exibição. Se, conforme aponta Gilbert Durand (1960), o imaginário é uma visão do mundo que emerge como uma qualidade do social e como um significado do mundo, a presença e o compartilhamento de imagens são uma cadeia de significados que destaca uma certa morfologia sensível. Estamos diante de uma estética atmosférica como uma modalidade do imaginário social de uma realidade que se torna uma imagem. Desta forma, é desenvolvida uma narração visual da vida cotidiana que mostra fragmentos existenciais em todos os seus detalhes e desenvolve a contribuição do estar no mundo.

As imagens são símbolos que nos apontam na direção da observação de formas expressivas que, em nossa análise, podemos conceber como a vontade ontológica de ser. Mostrar o corpo e a moda e sua presença no espaço urbano se resume aqui na perspectiva da contaminação da imagem, cuja expressão via Instagram representa o receptáculo da visualização de um espelho da existência. É o efeito de uma instagramação que se pode ler como a relação corpo/imagem/espaço urbano. A fotografia programada é uma forma pura de estilo contemporâneo na qual podemos observar a carnavalização dos estilos. A sequência de imagens instauradas pode ser pensada como uma modalidade para o indivíduo criar uma afinidade de estilo, ao mesmo tempo em que afirma o ambiente urbano como a substância da presença social. Estar no mundo e ser de estilo dependem, na cultura contemporânea, da exposição digital de fotografia instagramada, que também pode ser lida, através da teoria de Erving Goffman (1966), como uma “dramaturgia do cotidiano”, em que as formas de

apresentação e interações simbólicas de estilos e aparências são mostradas. Se o corpo é uma técnica (MAUSS, 1936), podemos conceber a forma da imagem difundida via Instagram como uma produção de localização do corpo e suas expressões como uma linguagem que expressa uma marca social. Se a moda e o corpo são princípios de relacionamento, intercâmbio e comunicação entre indivíduos, então podemos entender a centralidade desta estetização de uma instauração do social já que, muito simplesmente, a imagem denota, conota e expõe.

### *Conclusões*

Circular nos espaços de representação urbana – incluindo-se também a rede digital e o mundo das imagens – significa olhar, explorar, perceber os diferentes estilos, a fim de destacar as formas de estetização. Formas que são a expressão de uma construção de identidades e presença na sociedade e singularizam áreas particulares da cidade, que consequentemente se tornam o teatro representativo da encenação tribal do cotidiano. O que temos diante de nossos olhos nas ruas de nossas cidades é um teatro de apresentação, onde cada pessoa escolhe o meio de aparecer para testemunhar uma presença. Tudo isso caracteriza as diversas zonas de autonomia estilística urbana (Les Halles em Paris, as vielas do centro histórico de Nápoles, Rua Augusta em São Paulo, “Santa” no Rio de Janeiro, Williamsburg no Brooklyn...) em cidades que estão conquistando uma certa especificidade em termos de esteticismo e expressividade. Os lugares de reunião são a expressão de uma necessidade de reconhecimento por parte do outro, que se joga através da moda e do desempenho do corpo. Por este fato, os espaços permitem uma identificação, um sentido atmosférico que conota a atmosfera urbana.

Quando nômade nos espaços das cidades, caímos num espetáculo de estilos, uma orgia de corpos simbolizados por roupas, gestos, posturas... Pense, por exemplo, no simbolismo do caminhar, onde caminhar é uma tipologia simbólica que denota atitudes e valoriza o corpo, criando modalidades sensíveis e sensoriais para ampliar uma estética ontológica que revaloriza a experiência de estar no mundo. A estetização é um processo de relacionamento, de simbiose entre o corpo e os espaços, que gera e regenera atmosferas, mostrando que a cidade não é um sistema de planejamento urbano funcional, mas sim o reservatório da vida com suas zonas emocionais.

A cidade é como um livro aberto no qual o indivíduo particulariza com suas práticas corporais e múltiplas expressões simbólicas (que podem ser resumidas com o termo moda), participando por escrito de suas páginas para marcar uma impressão de um ser que está lá, que é espacial e social. Em suma, nomandizar, passear na rua (com um olhar também do digital e das suas imagens) nos permite ilustrar a diferente pertença dos estilos e das áreas urbanas onde a cidade, neste discurso específico, se mostra como uma representação da tribalização da existência. E neste teatro urbano é criado um espetáculo vivo de diversidade, de energia social, no qual as diferentes formas de estilos se misturam em uma forma carnavalesca da vida cotidiana. Temos assim uma imagem de uma atmosfera fragmentada em múltiplos resíduos, uma colagem de estilos, uma imagem pop da cidade através do corpo, roupas, modas.

## Referências

- BOLLNOW, Otto. **Mensch und Raum**. Stuttgart: Kohlhammer, 1963. Trad ang. Human Space. London: Hyphen Press, 2011.
- CIDREIRA, Renata. Vêtements “en scène” : La dimension spectaculaire de l’habillement. **Sociétés**, N°103/1. Bruxelles : De Boeck, 2009, pp. 59-67.
- DURAND, Gilbert. **Les structures anthropologiques de l’imaginaire**. Paris: PUF, 1960.
- FERNANDES, Cíntia S.; DE OLIVEIRA, Hugo S.; BARROSO, Flávia M. Os Relíquias do passinho: táticas e performances do corpo que dança. *Esferas*, n. 19, p. 44-53, 8 fev. 2021.
- FERNANDES, Cíntia S. Raison sensible, expérience sensible: la Galerie du Rock comme un espace de sociabilité. **Sociétés**, N°109/3. Bruxelles: De Boeck, 2010, pp. 63-76.
- GIDDENS, Anthony. **Modernity and Self-Identity**. Stanford: Stanford University Press, 1991.
- GOFFMAN, Erving. **La mise en scène de la vie quotidienne**. Paris: Éditions de Minuit, 1966.
- GRIFFERO, Tonino. **Atmospheres: Aesthetics of Emotional Spaces**. London: Routledge, 2016.
- HEIDEGGER, Martin. Être **et temps** [1927]. Paris : Authentica, 1986.
- LA ROCCA, Fabio. Configurations de l’univers de la culture pop : pour une archétypologie des formes du Roi clandestin contemporain. **Sociétés**, N°146/4. Bruxelles : De Boeck, 2019, pp. 75-90.
- LA ROCCA, Fabio. **A cidade em todas suas formas**. Porto Alegre: Sulina, 2018.
- LIPOVETSKY, Gilles. **L’empire de l’éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes**. Paris: Gallimard, 1987
- MAFFESOLI, Michel. **Le temps des tribus**. Paris: Méridiens-Klincksieck, 1988.
- MAFFESOLI, Michel. **L’ordre des choses. Penser la postmodernité**. Paris: CNRS Éditions, 2014.
- MAUSS, Marcel. Notion de technique du corps. **Journal de Psychologie**. XXXII 3-4, 1936.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Phénoménologie de la perception**. Paris: Gallimard, 1945.
- SCHMITZ, Hermann. Atmospheric Spaces, **Ambiances** [En ligne], 2015. DOI : <https://doi.org/10.4000/ambiances.711>

SCHÜTZ, Alfred. **Le chercheur et le quotidien. Phénoménologie des sciences sociales.** Paris: Méridiens-Klincksieck, 2008.

SIMMEL, Georg. **Sociologie. Étude sur les formes de socialisation.** Paris: PUF, 1981.

SIMMEL, Georg [1899]. **Philosophie de la mode.** Paris: Allia, 2013.

SIMMEL, Georg. **La Parure et d'autres essais.** Traduction de Michel Colomb, Philippe Marty, Florence Vinas, Paris: Edition de la Maison des sciences de l'homme, 2019.

TARDE, Gabriel [1890]. **Les lois de l'imitation.** Paris: Félix Alcan, rééd., Paris: Kimé, 1993.

VEBLEN, Thorstein [1899]. **Théorie de la classe de loisir.** Paris : Gallimard, 1970.

### **Agradecimentos**

Revisor(a) do texto: Gina Rocha Reis Vieira, Mestra (Universidade Federal da Bahia). E-mail: gicarr@gmail.com