

[ ANA PAULA  
CAVALCANTI  
SIMIONI ]

Mestre e doutora em Sociologia da Cultura pela Universidade de São Paulo (USP). Pós-doutora em História da Arte pela Université de Genève (Suíça). Docente de Arte, Literatura e Cultura no Brasil e Sociologia da Moda na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (USP). Pesquisadora nas áreas de arte, gênero, cultura e poder.  
E-mail: [anapcs@usp.br](mailto:anapcs@usp.br)

# Pierre

## O costureiro e sua grife

“

É a raridade do produtor (isto é, a raridade da posição que ele ocupa em seu campo) que faz a raridade do produto. Como explicar, a não ser pela fé na magia da assinatura, a diferença ontológica – comprovada do ponto de vista econômico – entre a *réplica* assinada pelo próprio mestre (este múltiplo antecipado) e a cópia ou falsificação? Já é conhecido o efeito que uma simples troca de atribuição pode exercer sob o valor econômico e simbólico de um quadro. O mesmo é dizer, de passagem, que o poder de transmutação não pertence somente ao produtor das obras (e que este não o obtém por si mesmo) [...]

As estratégias de comercialização da grife são a melhor demonstração do quanto é inútil procurar apenas na raridade do objeto simbólico, em sua unicidade, o princípio do valor deste objeto que, fundamentalmente, reside na raridade do produtor. É produzindo a raridade do produtor que o campo de produção simbólico produz a raridade do produto: o poder mágico do *criador* é o capital de autoridade associado a uma posição que não poderá agir se não for mobilizado por uma pessoa autorizada, ou melhor ainda, se não for identificado com uma pessoa e seu carisma, além de ser garantido por sua assinatura. O que faz com que os produtos sejam Dior não é o indivíduo biológico Dior, nem a *maison* Dior, mas o capital da *maison* Dior que age sob as características de um indivíduo singular que só pode ser Dior.

”

Trecho extraído de Bourdieu, Pierre; Delsaut, Yvette. O costureiro e sua grife – Contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, P. *A produção da crença* – contribuição para uma economia dos bens simbólicos. São Paulo: Zouk, 2002.

# Bourdieu?

Publicado inicialmente em 1975, na prestigiosa revista francesa *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, o texto *O costureiro e sua grife*, escrito por Pierre Bourdieu em parceria com Yvette Delsaut, constitui leitura fundamental para todos os estudiosos da moda<sup>1</sup>.

Nele os autores defendem uma teoria inovadora, por meio da qual procuram desvendar a origem do valor extraordinário que alguns objetos possuem no universo da alta-costura; ou, em outras palavras, como determinadas roupas transcendem sua simples materialidade e tornam-se "auráticas". Para tanto, contrapõem-se às explicações mais recorrentes, por um lado, àquela que denominam como "ideologia carismática", fundada no mito da genialidade do criador; por outro, ao materialismo simplista que atribui o valor das obras exclusivamente ao processo de sua fabricação material (qualidade dos tecidos, da mão-de-obra, do acabamento, etc.), obliterando todo o trabalho de valorização simbólica que particulariza os produtos culturais.

Começemos pela primeira crítica: a da ilusão compartilhada pelo mundo da moda na capacidade excepcional de seus sujeitos mais célebres: os estilistas. Para Bourdieu e Destault (2002), a imposição da grife é o momento em que ocorre a transubstanciação das vestimentas; essas, de puras mercadorias tornam-se artefatos dotados de excepcional valor (simbólico e econômico). A assinatura do costureiro constitui o ato de marcação decisivo. Esse, tal como os artistas, ao associar seu nome a determinado objeto lhe confere uma verdadeira revolução ontológica. Os autores contestam a idéia de que a superioridade de tais objetos derivaria de uma excepcional "manufatura" dos estilistas. Como afirmam:

(...) No caso da alta-costura, a questão se coloca em termos bastante originais, porque todo o aparelho de produção e circulação está orientado especificamente não para a fabricação de objetos materiais, mas – como mostra perfeitamente a estratégia dos costureiros que vendem suas *criações* (sob a forma de licença) sem que eles mesmos produzam objetos – para a produção do poder quase mágico, atribuído a um homem singular, de produzir objetos que são raros pelo simples fato de que ele os produz, ou, melhor ainda, de conferir *raridade* pela simples imposição da *grife*, como ato simbólico de marcação, a quaisquer objetos, inclusive, não fabricados por ele. (p. 152)

Assim, a imposição da grife não necessariamente exige uma relação direta, como no caso das artes visuais, entre o "toque" do criador, ou, se preferirmos, "a mão do artista" e sua criação. O valor da assinatura não deriva da raridade dos produtos, mas sim da capacidade do criador distinguir-se, tornar-se único, de criar e consagrar seu "nome" e, a partir daí, associá-lo a objetos que, por empatia, adquirem estatuto de obras dotadas de excepcionalidade. Nos termos usados pelos autores, "é produzindo a raridade do produtor que o campo de produção simbólico produz a raridade do produto" (p. 154).

Para explicar a produção de tal raridade, Bourdieu desenvolve um de seus principais conceitos: o de campo. O campo é um espaço social constituído por posições desigualmente distribuídas, em virtude da posse maior ou menor de capitais em disputa entre os agentes que as ocupam. O estilista (ou costureiro, conforme o texto) possui um lugar notório, o qual é construído enquanto tal por todos os outros agentes desse universo. Para que um indivíduo particular esteja apto a chegar a esse posto não basta estar munido de talento e criatividade. Conforme mostram os autores, os principais estilistas daquele momento conquistaram proeminência, na medida em que foram capazes de acumular capitais específicos e valiosos, como conhecimento do *métier* e a rede de relações propiciada por sua passagem por antigas *maisons*. Esse é o caso,

# Pierre Bourdieu?

por exemplo, de Cardin e Saint-Laurent, que, antes de consagrarem-se como "jovens estilistas", acumularam conhecimento e autoridade advindos de sua experiência na *maison* Dior. São esses capitais acumulados que possibilitaram a certos indivíduos ocuparem posições de destaque, as quais, por sua vez, constituem a própria condição de possibilidade de suas ousadias estéticas. Com isso entende-se que as próprias transgressões e ousadias dos "jovens estilistas" são produzidas e viabilizadas pelo próprio campo da moda.

Entende-se assim que, no caso da alta-costura, o que estrutura o campo são os diversos capitais desigualmente distribuídos pelas *maisons*. Existem as dominantes (Dior, Balmain) e as dominadas (Paco Rabanne, Ungaro); as primeiras situam-se nos espaços mais antigos e consagrados de Paris (a Rive Droite), ao passo que as segundas estão nos espaços mais "jovens e descolados" (a Rive Gauche); as primeiras defendem o luxo sóbrio, as segundas, as ousadias heréticas; entre esses pólos os costureiros dividem-se por meio de duas estratégias, as de conservação e de subversão. Aos dominantes basta "ser o que são", a fim de continuarem em seus postos, mas os novos, para se estabelecerem, terem condições de entrar no jogo, precisam desafiar as convenções, subverter as regras e os gostos dominantes. Eles precisam se mostrar ousados, geniais. Segundo a análise, tal genialidade não é inata, mas sim fruto de uma *produção coletiva*, que envolve todos os participantes do campo da moda: os estilistas, é claro, mas também todos aqueles que participam de sua consagração, que são os críticos, os jornalistas, os intelectuais da moda, e ainda seus consumidores.

Tal abordagem traz notáveis ganhos analíticos na medida em que torna complexas, e muito, as análises sobre a moda. Entender a moda como um campo significa reconstruir as posições existentes nesse meio e as trajetórias sociais de seus ocupantes, os capitais que foram capazes de acumular ao longo de suas experiências e que lhes imputaram determinadas atitudes. Isso exige uma operosa reconstrução da moda enquanto um empreendimento coletivo, que passa pela produção dos estilistas, mas também por todo o processo de construção social de seu lugar, de sua aparente autonomia. Na prática, significa que é preciso debruçar-se sobre os discursos dos jornalistas e dos críticos, de toda a série de textos (inclusive os acadêmicos), que consagram determinados indivíduos e produtos, das instituições, que viabilizam e difundem suas produções, e dos valores compartilhados por tais agentes e os consumidores convertidos, ou seja, por todo o aparato responsável pela "celebração" da moda enquanto um sistema.

Alguns críticos de Pierre Bourdieu tendem a desqualificar suas considerações por entenderem que tal análise é historicamente datada, posto que a alta-costura teria morrido com o advento do prêt-à-porter. Mas o fim do texto traz colocações muito sugestivas e bastante atuais. Mesmo que escrito no início dos anos

1970, os autores foram sensíveis às alterações trazidas pelo advento da democratização do consumo. Afirmam eles:

O que se descreve como uma crise da alta-costura não é, talvez, senão um sinal, entre outros, de uma reestruturação deste aparelho ligada à aparição de novas marcas de distinção (tais como esportes de luxo, viagens longas, casas de campo etc.) e a um *aggiornamento* do cerimonial tradicional da distinção burguesa que, sem dúvida, corresponde a um reforço da intolerância em relação às exibições tradicionais das marcas estatutárias de distância social. (p. 172)

As transformações na produção e no consumo da moda não alteraram significativamente a idéia da moda como distinção social. A "crise da alta-costura" não seria um indício de revolução, mas sim de reestruturação das elites. A nova burguesia caracteriza-se pela simplicidade ostensiva, segura de sua própria legitimidade advinda não tanto de uma posição herdada (como os velhos ricos), mas sim por suas conquistas, pelas aquisições provenientes de seu trabalho. Nesse sentido, marca sua distância de outros grupos sociais não mais pelo consumo do luxo ostentatório, presente nos sofisticados e rígidos vestidos da alta-costura; mas, bem ao contrário, essas novas mulheres "pedem somente à alta-costura que lhes ofereça a liberdade de manifestar a certeza de seu gosto e, simultaneamente, a ocasião de distinguir-se daquelas que, por não saberem 'descobrir' o 'pequeno detalhe que muda tudo', se contentam em ir atrás e copiar" (p. 178).

Dentre esses detalhes significativos, o mais evidente é justamente o mais sutil: o corpo. Pede-se hoje ao vestuário que forneça ao corpo não tanto uma "correção cultural", como as exageradas cinturas de Dior, mas sim que valorize a sua "aparência natural". A moda do corpo ou, ainda melhor, o corpo da moda – objeto tão privilegiado nos estudos contemporâneos – é apontado pelos autores como talvez a mais perversa e eficaz das formas de dominação. Isso porque, ainda que as formas de distinção físicas sejam alcançadas à custa de disciplinas rigorosas (como as dietas estabelecidas tardiamente ou os padrões alimentares familiares inculcados desde a tenra infância), ou de exercícios específicos que exigem tempo, ou pela exposição a toda uma indústria de cosméticos que demanda tempo e dinheiro... ainda assim, funciona como se fosse um "dom natural", e não adquirido. Com isso, o corpo ocupa um "lugar de predileção na simbólica do poder de uma fração de classe, que deseja atribuir sua posição dominante, exclusivamente, à excelência de sua natureza" (p. 181).

Não bastasse a atualidade de tais idéias, deve-se destacar a perspectiva crítica e o método proporcionados pelo texto, que permitem análises complexas e socialmente instigantes sobre a moda. Em suma, apesar de ser uma leitura árdua, em grande parte por causa do léxico particular evocado pelos autores, trata-se de um texto que vale a pena ser lido e incorporado.

[ 21 ]

<sup>[1]</sup> Originalmente, o texto "Le couturier et sa griffe – contribution à une théorie de la magie" foi publicado como artigo no primeiro número da revista *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, em janeiro de 1975. O periódico, dirigido pelo sociólogo Pierre Bourdieu (1930-2002) é editado desde então pela École des Hautes Études en Sciences Sociales e pela Maison des Sciences de l'Homme, ambas em Paris, e constitui uma das mais notáveis revistas de ciências humanas internacionais. No Brasil o artigo foi traduzido e publicado como capítulo do livro *A produção da crença – contribuição para uma economia dos bens simbólicos*, editado pela Zouk, São Paulo, em 2002.

## SAIBA MAIS

BOURDIEU, Pierre. *A distinção – crítica social do julgamento*. São Paulo, EDUSP/Zouk, 2007.

\_\_\_\_\_. "Alta costura e alta cultura." In: \_\_\_\_\_. *Questões de sociologia*. Lisboa: Fim de Século, 2003.

\_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992.