

[ REGINA MACHADO ]

Doutora pela ECO/UFRJ, onde realiza sua pesquisa sobre as estratégias de comunicação do luxo. Trabalha como consultora para o IBGM, SEBRAE e SENAC. É coordenadora técnica de design de jóias da UVA e viajou para Bahrain, Abu Dhabi e Dubai a convite do IBGM e da APEX.

## Apesar da burca<sup>1</sup>, ou melhor, do xador<sup>2</sup> e do jeans

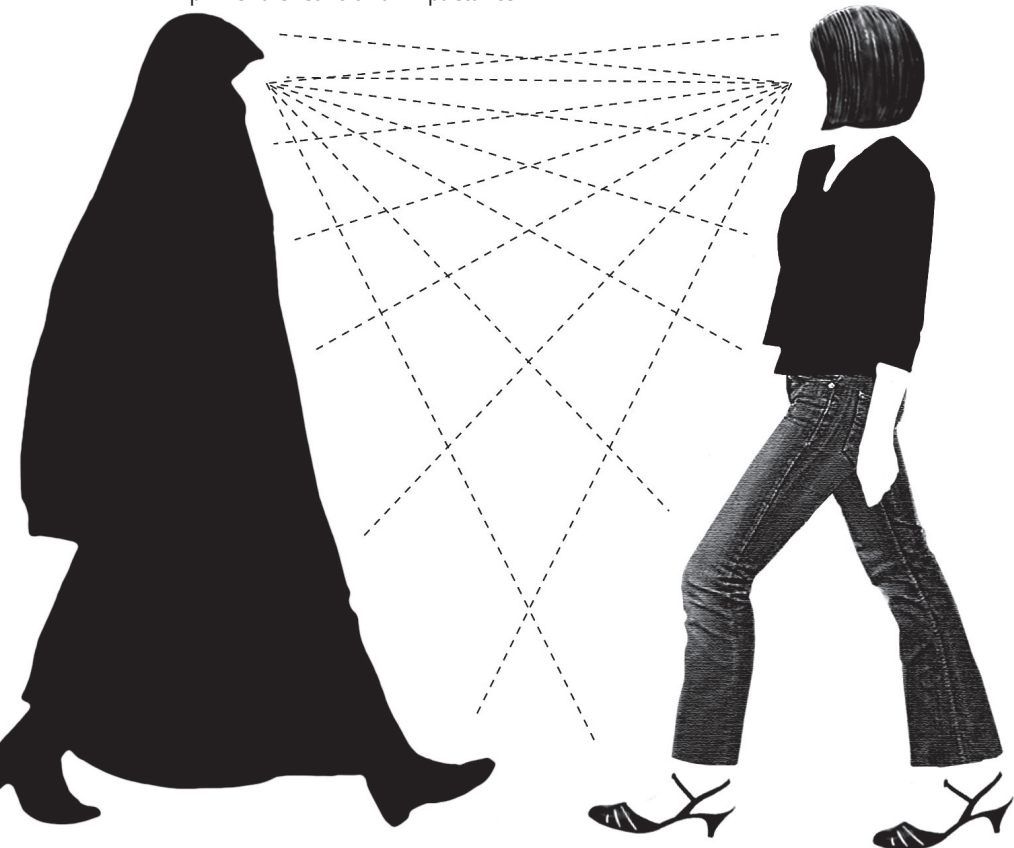
Anotações sobre uma viagem ao mundo árabe, um lugar que permaneceu fora dos roteiros turísticos até a vontade que hoje todo mundo tem de conhecer Dubai.

Em novembro de 2007, participei da missão de jornalheiros brasileiros a Bahrain, Dubai e Abu Dhabi. Sem tempo para estudar a cultura local, embarquei com informações truncadas, embrulhadas por intermediações fantasiosas e de fontes bem diferentes. Ao imaginário – inaugurado pelo filme *Ali Babá e os 40 ladrões*, de Walt Disney – outras informações sobre esta cultura distante foram sendo anexadas, de acordo com as mudanças de interesse e hormônios. Mais recentemente, os humores político-ideológicos, despertados pelo noticiário sobre os atentados de 11 de setembro, acrescentaram novos ingredientes a este confuso cinema mental.

Este caldo de informações me deu a certeza de que eu não sabia nada sobre as mulheres árabes, as consumidoras preferenciais de meu objeto de pesquisa, as jóias. Fui com um misto de curiosidade e com o receio que se sente, ou se deveria sentir, quando se sabe que não se sabe nada mesmo.

Espantoso é que, mesmo com a certeza de minha ignorância, eu tinha uma outra certeza: a de que deveria sentir pena dessas mulheres, obrigadas pela tra-

machista a viverem totalmente cobertas com uma roupa preta, segundo meus critérios estético-fashionistas, horrorosa. Fui esperando poder expressar, de alguma forma, a minha solidariedade ao que elas deveriam estar buscando: se libertar. O nosso primeiro encontro foi impactante!



No hall do hotel em Bahrain, recém-chegada, dou de cara com uma criaturinha, para mim, muito estranha. O primeiro olhar foi totalmente abduzido. Com a visão 100% balizada pela minha cultura, só pude ver o estranhamento. Fascinada, observo a figura feminina nunca vista que também me observa. Seu corpo está totalmente coberto. Só posso ver os seus olhos. Com os meus, busco me desculpar pelo ultraje. Ela me segue e seu olhar possui o mesmo interesse que o meu. Nesse momento, nada pode nos encantar mais do que olharmos uma para a outra. No curto espaço de tempo em que cruzamos no hall do hotel buscamos, eu e ela, capturar todos os nossos detalhes.

Viro de costas para registrar na memória, não tive coragem de tirar fotos. A charada era buscar entender os desejos de consumo destes, para mim, grandes enigmas identitários. E a vejo girando para me olhar também. Ela estava com seu marido, vestido, como todos os homens locais, todo de branco, como uma noiva, e seu filhinho. Que estranho para as crianças conviverem com a mãe assim toda coberta, só com os olhos para se comunicar com o mundo. Como criar filhos assim?

Mas que mundo seria este?

Com a passagem dos dias, a observação do comportamento destas figuras estranhas no ambiente de consumo fez com que alguns véus fossem retirados, algumas semelhanças passaram então a ser percebidas e o estranhamento inicial foi relativizado.

Espantoso perceber que elas se divertem, ou parecem mesmo estarem se divertindo muito como consumidoras. Imperam como rainhas de Sabá nos *malls* dos superluxuosos *shoppings* em Dubai. Nos eventos de comércio *only for woman*, elas vão às compras com as amigas ou mesmo com as suas... (como chamar as outras esposas de seu marido?)... colegas da vida doméstica e "mostram serviço", comprando muito. Sem romper com sua cultura, expressam o mesmo prazer que os homens no ritual de barganha e sempre exigem "the best price"!

No ambiente de consumo elas são indivíduos contemporâneos que utilizam esta experiência para expressar suas escolhas e – por que não? – o seu estilo. O que para mim pode ser confundido como igual em suas vestimentas, para esta cultura é detalhe que diferencia. Sabemos identificar as mudanças sutis nos pequeninos formatos dos biquínis,



então por que não imaginar quantas possibilidades estilísticas pode haver nos seus trajés?

Elas parecem totalmente seguras quando realizam compras de mais de 35.000 mil dólares por um par de brincos, pagamento em *cash* – nada de parcelar em dez vezes –, ou mesmo quando desfilam em seus carrões falando em celulares, inesperadamente atuais, customizados como *toy art*, muito semelhantes aos das meninas que freqüentam a Rue de Rivoli e sabem das coisas na Colette.

Com a continuidade no convívio, comecei a achar que elas, pelo menos as com quem cruzei nos corredores de consumo das jóias, não se diferenciavam muito de todas as consumidoras das multimasas, na forma como agregam os atributos do luxo contemporâneo aos seus *looks*.

As bolsas e os óculos são mercadorias que elas podem exibir publicamente e são também eficientes comunicadores internacionais dos seus poderes sociais. Elas conhecem a força destes ícones totêmicos do consumo de nossa época. As mãos, invariavelmente, seguram as bolsas grifadas, escudos contemporâneos forjados com o prestígio das marcas; os olhos, na maioria das vezes, estão cobertos por óculos escuros com suas logos faiscando nas laterais, quando não sobre a cabeça segurando o xador.



Imagino que elas podem sentir dó das mulheres que se submetem às injeções de *botox*, introduzem próteses de silicone e sugam suas gorduras para mostrarem com orgulho seus rostos e corpos publicamente. Talvez não possam suportar ver o esforço que nossos corpos fazem para caberem nas calças jeans, quase rompendo costuras e *fecho éclair*. Afinal, pode mesmo ser considerado espantoso, para os olhos de uma outra cultura, o fato que, mesmo vivendo no império do efêmero da moda ocidental, as nossas calças jeans permanecem sendo consideradas, há tantas décadas, por todas as revistas de moda, imperativamente um *must have*.

## NOTAS

<sup>[1]</sup> A burca cobre a mulher da cabeça aos pés, comportando apenas uma pequena tela na altura dos olhos e do nariz para permitir que pelo menos ela não sufoque e saiba onde pisa.

<sup>[2]</sup> O xador é mais liberal: cobre o corpo todo, mas deixa parte do rosto à mostra, entre as sobrancelhas e a boca.