

número 36
setembro-dezembro 2022

dobras

abepem

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA

Associação Brasileira
de Estudos e Pesquisas em Moda



e-ISSN 2358-0003

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras>

COMITÊ EDITORIAL

EDITORA-CHEFE

Profa. Dra. Maria Claudia Bonadio

EDITORA-EXECUTIVA

Dra. Valéria Faria dos Santos Tessari

ASSISTENTES EDITORIAIS

Ana Luiza Monteiro, Carina Borges Rufino e Felipe Goebel

GESTORA FINANCEIRA

Profa. Dra. Maria de Fátima da Silva Costa Garcia de Mattos

CONSELHO CIENTÍFICO

Profa. Dra. Agnes Roccamora (London College of Fashion, Inglaterra); Profa. Dra. Alessandra Vaccari (Università Iuav di Venezia, Itália); Profa. Dra. Alison Matthews David (Ryerson University, Canadá); Profa. Dra. Ana Claudia de Oliveira (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil); Profa. Dra. Ana Paula Cavalcanti Simioni (Instituto de Estudos Brasileiros, Universidade de São Paulo, Brasil); Profa. Dra. Caroline Evans (Central Saint Martins, Inglaterra); Profa. Dra. Denise Berruezo Portinari (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil); Prof. Dr. Fausto Viana (Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, Brasil); Prof. Dr. Frederic Godart (Insead, The Business School for the World, França); Profa. Dra. Giulia Ceriani (Università di Bergamo, Itália); Profa. Dra. Ivana Guilherme Simili (Universidade Estadual de Maringá, Brasil); Profa. Dra. Kathia Castilho (pesquisadora independente); Profa. Dra. Luz Neira Garcia (Fashion For Future, Milão, Itália); Profa. Dra. Maria do Carmo Rainho (Arquivo Nacional, Brasil); Profa. Dra. Maria Eunice Souza Maciel (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil); Profa. Dra. Paula Maria Guerra Tavares (Universidade do Porto, Portugal); Prof. Dr. Paulo Keller (Universidade Federal do Maranhão, Brasil); Profa. Dra. Regina Root (William & Mary, Estados Unidos); Profa. Dra. Renata Pitombo (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil); Profa. Dra. Rita Moraes de Andrade (Universidade Federal de Goiás, Brasil); Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa (Universidade Federal do Paraná, Brasil); Profa. Dra. Sofia Pantouvaki (Aalto University, Finlândia); Profa. Dra. Vânia Carneiro Carvalho (Museu Paulista, Universidade de São Paulo, Brasil).

CAPA

Marcelo Max a partir de fotografia de Beatriz Ferreira Pires

IMAGENS

Beatriz Ferreira Pires | beatrizferreirapires@usp.br

DIREÇÃO DE ARTE | PROJETO GRÁFICO

Marcelo Max

CONTATO

dobras@abepem.com.br

SITE e INSTAGRAM

<https://dobras.emnuvens.com.br>

@dobrasrevista

REVISTA DOBRAS e-ISSN 2358-0003 | ISSN impresso 1982-0313 v. 1 n. 1 da dobra[s]/2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA (ABEPEM)

Rua Cardoso de Almeida, 788, cj. 144. São Paulo - SP. CEP: 05013-001

Nominata dos pareceristas 2022

Alessandra Vaccari (Università Iuav di Venezia), Aline Lopes Rochedo (UFRGS), Aline Monçores (UDESC), Alison Matthews David (Ryerson University), Amanda Queiroz Campos (UDESC), Ana Bela Morais (Universidade de Lisboa), Ana Carolina Cruz Acom (UNIOESTE), Ana Isabel Soares (Universidade do Algarve), Ana Oliveira (ISCTE-IUL), Ana Paula Celso de Miranda (UFRJ), Andréia Mesacasa (IFRS), Angélica Adverse (UFMG), Annelise Nani da Fonseca (UFJF), Audrey Millet (Universidade Paris 8 et Neuchâtel), Beatriz Beraldo Batista (UNI-IBMR), Beatriz Simon Factum (UNEB), Ben Barry (Ryerson University), Bruno Pompeu Marques Filho (USP), Carina Borges Rufino (Pesquisadora Independente), Carolina Conceição e Souza (Pesquisadora Independente), Christine Greiner (PUC/SP), Claudia Oliveira (UFRJ), Cláudia Schemes (Feevale), Corinne Pontillo (Università di Catania), Daniela Maria Schmitz (Pesquisadora independente), Débora Chagas Christo (UFRJ), Edilene Matos (UFBA), Edwar Castelo Branco (UFPI), Elisabeth Murilho (UFJF), Etevaldo Santos Cruz (IFMT), Evelise Ruthschilling (UFRGS), Felipe Muanis (UFJF), Filomena Silvano (Universidade NOVA de Lisboa), Flávio Sabra (IFRJ), Gabriela Andrade de Oliveira (UNESP), Gabriela Garcez Duarte (PUC/PR), Gercianne Oliveira (UFERSA), Giulia Bonali (Universidade La Sapienza de Roma), Graziela Morelli (Universidade do Vale do Itajaí), Issaaf Santos Karhawî (SENAC), Jefferson José QueLer (UFOP), Jesús Ramé (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid), Joana Bosak (UFRGS), Joana Martins Contino (ESPM Rio), Juliana Schmitt (UFPe), Leticia Moreira Casotti (UFRJ), Lindsay Jemima Cresto (UTFPR), Luciana Chen (Senac), Luciane Adário Biscolla Robic (IBModa), Lilyan Berlim (ESPM Rio), Maira Zimmermann (Faap), Mara Rubia Sant'anna (UDESC), Maria Eduarda Araújo Guimarães (SENAC), Mariana Braga Clemente (Pesquisadora Independente), Mariana Menn Gazola (UNESP/Bauru), Marta Martina (Università di Bologna), Maya Marx Estarque (IED-RIO), Nicéia Ribeiro do Nascimento (IFPB), Olga Carolina Pontes Bon Velozo (Pesquisadora Independente), Olga Maria Coutinho Pépece (UEM), Patrícia Marcondes de Barros (UEL), Paula Guerra (Universidade do Porto), Pedro Pinheiro das Neves (Pesquisador independente), Priscila Piazentini Vieira (UFPR), Rafaela Blanch Pires (UFG), Renata Cardoso (UFES), Renata Costa Leahy (UNIME), Ronaldo de Oliveira Corrêa (UFPR), Solange Riva Mezabarba (UFF), Suelen Brandes Marques Valente (UnB), Tula Fyskatoris (Pesquisadora Independente), Valéria Faria dos Santos Tessari (Pesquisadora Independente), Welton Fernando Zonatti (IFRJ).

EDITORIAL

6

CORPOS QUE (RE)EXISTEM

Carina Borges Rufino
Maria Claudia Bonadio

APRESENTAÇÃO DOSSIÊ

9APARÊNCIA, MODA, IMAGEM E
POLITEÍSMO CORPORALRenata Pitombo Cidreira
Beatriz Ferreira Pires

DOSSIÊ

13ASPECTOS CONTINGENTES SOBRE A
DIMENSÃO TRÁGICA DO ESTILO: O CORPO
E AS SUPERFÍCIES DA APARÊNCIA

Etevaldo Santos Cruz

29LA SAPE: VESTIR PARA RESISTIR,
RESISTIR PARA EXISTIR

Angélica Adverse

55A (DES)ORDEM DO CORPO: COSTURAS
ENTRE MODA E GÊNEROPâmela Tavares de Carvalho
Luciana Carmona Garcia**77**DA NINFA AO TRAPEIRO: O PANEJAMENTO CAÍDO,
ENTRE RESTOS DE MODA E RASTROS DE ARTEJoana Bosak
Ana Carolina Cruz Acom**96**CORPOS (DES)COBERTOS: MODA E MASCULINIDADES
EM UMA ABORDAGEM ETNOGRÁFICAÁlamo Bandeira
Walter Franklin M. Correia**125**AS PERFORMANCES DE INFLUENCIADORAS
DIGITAIS DE MODA PLUS SIZE NA
PLATAFORMA DIGITAL INSTAGRAMJosé Carlos Ribeiro
Mariana Matos**144**A MODA E OS MODOS NA SOCILA: *HEXIS*
CORPORAL E A FACHADA DA ELEGÂNCIAMaria Carolina Medeiros
Tatiana Siciliano**164**DAS TÉCNICAS DO DESFILAR AOS
VAZAMENTOS CORPORAIS

Renata Costa Leahy

183CORPO, PERFORMANCE E A FOTOGRAFIA
PUBLICITÁRIA DE MODA: A AURA DE LUXO
EM MARCAS DO MERCADO JOVEM E POPULARRoberta Del-Vechio
Rafael José Bona**204**ENTRE A FOTOGRAFIA E A MODA: DO PRINCÍPIO
DUAL À IMAGEM DE MODA EM STEICHEN E POIRETLuiza Marcier
Carlos Eduardo Félix da Costa (Cadu)
Rafaela Travassos Sarinho**221**LABORATÓRIO DE JOALHERIA CONTEMPORÂNEA:
O CORPO COMO MATÉRIA-PRIMA DA INVENÇÃOWadson Gomes Amorim
Flávia Marieta Magalhães Rigoni
Maria Regina Álvares Correia Dias**243**A MOLDURA DO DESNUDAMENTO. TENSIONAMENTOS
DO DISPOSITIVO NUDEZ/VESTE NO FIGURINO
DE FÁBIA BERCEK PARA A PERFORMANCE
MUSICAL DE LAURA DIAZ (TETO PRETO)

Renato Gonçalves Ferreira Filho

258MODA E CIDADE: UMA IDENTIFICAÇÃO DE
ESTILOS NAS ZONAS ATMOSFÉRICAS URBANAS

Fabio La Rocca

271MONSTROS USAM ROUPAS? A VESTE NOS
MONSTROS E A MONSTRUOSIDADE NAS VESTES

Jorge Leite Jr

ARTIGOS

300VOCÊ VESTE O QUE VOCÊ É: IDENTIDADE
E CONSUMO DE VESTUÁRIO NO PROCESSO
DE ADOÇÃO DO ARMÁRIO-CÁPSULAÉrica Maria Calíope Sobreira
Clayton Robson Moreira da Silva
Áurio Lúcio Leocádio**320**OS CORPOS PERIFÉRICOS SÃO UM EQUÍVOCO!
SOBRE A IMPOSSIBILIDADE DE SOTERRAR A
CHEGADA DA FAVELA NAS PASSARELAS DE MODA

Cristiane Maria Medeiros Laia

337

[GALERIA]

[editorial]



Corpos que (re)existem

Carina Borges Rufino - Assistente editorial

<https://orcid.org/0000-0001-5364-2734>

Maria Claudia Bonadio - Editora-chefe

<https://orcid.org/0000-0001-9704-9780>

Chegamos à terceira e última edição da dObra[s] de 2022.

Em meio aos desafios vividos pela pesquisa acadêmica no Brasil, conseguimos, por mais um ano, fomentar a pesquisa em moda e abordá-la em conformidade com o espírito de um tempo que olha para questões urgentes, diversas e plurais, ao mesmo tempo em que luta contra discursos retrógrados e excludentes que insistem em se impor.

Nestes tempos de resistência, os corpos reconfiguram a noção de ser e estar no mundo, e atuam, mais do que nunca, como dispositivos políticos que produzem sentidos e experiências a partir de tensionamentos, (des)ordens, (des)cobrimentos e performances.

É nesse sentido que apresentamos o dossiê **“Aparência, Moda, Imagem e Politeísmo Corporal”**, organizado pelas pesquisadoras Renata Pitombo Cidreira (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia) e Beatriz Ferreira Pires (Universidade de São Paulo). Com 14 artigos assinados por 24 autores e autoras, o dossiê destaca as diversas possibilidades de constituições corporais na contemporaneidade e o reconhecimento das novas formas de representação que elas produzem.

As imagens produzidas por Beatriz Ferreira Pires contribuem para materializar as discussões abordadas nos textos e convocam à reflexão sobre o corpo enquanto símbolo imagético.

Em diálogo com o dossiê, a seção Artigos traz trabalhos recebidos em fluxo contínuo, que também se articulam com as multiplicidades culturais contemporâneas.

Em “Você veste o que você é: identidade e consumo de vestuário no processo de adoção do armário-cápsula”, os autores Érica Maria Calópe Sobreira, Clayton Robson Moreira da Silva e Áurio Lúcio Leocádio investigam o papel da identidade e do consumo de roupas no processo de adoção do armário-cápsula, bem como o papel de empresas e varejistas juntos a esse novo segmento de consumidores.

Já no texto “Os Corpos Periféricos são um Equívoco! Sobre a impossibilidade de soterrar a chegada da favela nas passarelas de moda”, a autora Cristiane Maria Medeiros Laia aborda a chegada dos corpos periféricos às passarelas de moda, inspirados em formas não ocidentalizadas de entender o mundo e suas relações.

Agradecemos às organizadoras do dossiê, aos autores e autoras dos artigos e a todas as pessoas que, no decorrer deste ano, contribuíram com o trabalho da dObra[s].

Um ano especial no qual se comemorou a obtenção do Qualis A3, que inclui a revista no estrato A, considerado o mais alto do sistema nacional de avaliação.

A obtenção do novo Qualis é tida como um reconhecimento do trabalho realizado nestes 15 anos por colaboradores, autores e leitores, que contribuíram para a consolidação da revista como um espaço de discussões plurais sobre moda, em relação com as Ciências Humanas e as Ciências Sociais Aplicadas.

Por fim, deixamos um agradecimento especial à mantenedora ABEPPEM, e às editoras fundadoras Kathia Castilho e Tula Fyskatoris, que possibilitaram a construção dessa trajetória. Sigamos em frente na valorização da pesquisa e da educação!

Boa leitura!

[dossiê]



Aparência, Moda, Imagem e Politeísmo Corporal

Appearance, fashion, image and corporal politeism

Beatriz Ferreira Pires¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8834-921X>

Renata Pitombo Cidreira²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1281-623X>

O presente dossiê discute as diversas possibilidades de constituições corporais na contemporaneidade, a partir da composição da aparência, através das práticas vestimentares, do entrelaçamento, cada vez mais intenso, da moda com as ciências da saúde, seja através de procedimentos pouco invasivos, seja através de complexas e arriscadas incursões cirúrgicas, do fenômeno em ascensão da substituição do corpo por sua imagem e da prática de fazeres digitais que subtraem do corpo seu gestual.

Como sabemos a imagem corporal participa dos sistemas de percepção, das atitudes e do modo como nos situamos no mundo. Esse *esquema corporal*, para usar uma expressão de Merleau-Ponty, “é um conjunto de performances motoras pré-conscientes e sub-pessoais que cumprem um papel [...] no controle da postura, do equilíbrio e do movimento” (1994, p. 196). Está implícito aí um saber incorporado, um senso prático, um *hábito*, que faz com que nos acomodemos ao mundo. A vestimenta modela nosso corpo, promove um ‘alargamento do eu’, como atesta Georg Simmel (2008, p. 70), conferindo “o enaltecimento do eu mediante o existir para os outros e da existência para os outros através do realce e da expansão de si mesmo”. A roupa incide sobre nossa sensibilidade e capacidade sensório-motora (McLuhan, 1964) e, conseqüentemente, altera a relação do nosso corpo com o ambiente no qual nos inscrevemos.

O modo como os corpos percebem e apreendem o mundo, se relacionam, se posicionam e se movimentam está conectado ao espaço que habitam e circulam - arquitetura, traçado e mobiliários urbanos. Tanto o corpo afeta o espaço, como o espaço é afetado pelo corpo (Careri, 2013). A vestimenta e a moda nos conferem um modo de ser, um estilo, um modo de formar (Pareyson, 1993), auxiliando nas dinâmicas performativas de si.

¹ Arquiteta, atua na Graduação e na Pós-Graduação do Curso de Têxtil e Moda EACH/USP. Pós-Doutorado (FAPESP) no SENAC/SP. Doutorado (FAPESP) na FE/UNICAMP. Mestrado (CNPq) na IA/UNICAMP. Autora de “O Corpo como Suporte da Arte”. SENAC, 2005; “Corpo Inciso, Vazado, Transmudado - Inscrições e Temporalidades”. Annablume/FAPESP, 2009.

² Graduação em Comunicação/Jornalismo (1992), mestrado (1997) e doutorado (2003) em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), onde atua como docente. Pós-doutorados em sociologia (Université René Descartes, Paris V-Sorbonne, 2011) e em Comunicação e Artes/ Estudos da Cultura (Universidade de Beira Interior, 2021). Autora de diversos livros, o mais recente “Moda e crítica: prazer, julgamento e avaliação” (EDUFBA, 2022).

A partir dessas reflexões, as contribuições aqui reunidas se atentam para as dimensões performáticas da apresentação de si, em diálogo com o ambiente que nos circunda. Desse modo compreende-se que a moda tem sido um vetor extremamente importante de representatividade e resistência para a visibilidade de aparências múltiplas, conformando outras dinâmicas de reconhecimento da beleza e das corporeidades.

O texto de Etevaldo Cruz, **Aspectos contingentes sobre a dimensão trágica do estilo: o corpo e as superfícies da aparência**, que abre o dossiê, reflete sobre a dimensão trágica do estilo enquanto potência plasmadora da expressão resultante das tensões intersubjetivas. Analisa a movência que permeia a tentativa de unidade e êxito no processo formativo.

Na sequência, Angélica Adverse, em **La SAPE: vestir para resistir, resistir para existir**, procura observar os fluxos que permeiam a dimensão da veste enquanto potência de pertencimento através do movimento La Sape; “uma ação de resistência para assegurar a existência estética dos corpos africanos”.

Pâmela Carvalho e Luciana Garcia no artigo **A (des)ordem do corpo: costuras entre moda e gênero**, enveredam sobre a relação moda e gênero, observando os mecanismos que “constroem o corpo dito e visto nas linhas históricas, sociais e culturais como masculino, nas redes discursivas da Moda”.

O corpo feminino, por sua vez, aparece na leitura da Ninfa na história da arte, no texto **Da Ninfa ao Trapeiro: o panejamento caído, entre restos de moda e rastros de arte**, de Ana Carolina Acon e de Joana Bosak, que refletem sobre desdobramentos do corpo feminino e indícios humanos. A personagem torna-se instrumento para falar do corpo feminino impregnado de significações, o movimento do tempo e queda da Ninfa, o corpo violado ou subversivo.

Em **Corpos (des)cobertos: moda e masculinidades em uma abordagem etnográfica** os autores Álamo Bandeira e Walter Franklin Marques Correia discorrem sobre o *it body*, denominação dada ao corpo “elevado ao *status* de artefato de moda.” A descrição e análise dos corpos aqui elencados e da relação desses com a moda tem como pano de fundo as *pool parties* e *after parties*.

José Carlos Ribeiro e Mariana Oliveira no artigo **As performances de influenciadoras digitais de moda plus size na plataforma digital Instagram**, contribuem com a discussão enfatizando a costura entre moda e corpo e a visibilidade do corpo gordo na plataforma digital Instagram, verificando como as performances de influenciadoras de moda *plus size* mantêm o sentido de representatividade perante as seguidoras e usam a moda como instrumento de ruptura de paradigmas opressores em relação ao corpo gordo.

No artigo **A moda e os modos na Socila: hexis corporal e a fachada da elegância** as autoras Maria Carolina Medeiros e Tatiana Oliveira Siciliano nos encaminham por reflexões sobre conceitos e códigos de elegância, que entre outras tem a escola Socila como fonte de ensinamentos, regras e prescrições que atuam na construção da assim denominada fachada da elegância.

Renata Leahy, no texto **Das técnicas do desfilarm aos vazamentos corporais**, por sua vez, lança o olhar sobre os corpos dos desfiles de moda a partir da compreensão do corpo como uma força sensório-motora expressiva, em meio à visível uniformidade de performances nas passarelas.

O artigo **Corpo, performance e a fotografia publicitária de moda: produção de imagens e aura do luxo em mensagens publicitárias de marcas do mercado jovem e popular**, de Roberta Del-Vechio e Rafael José Bona, procura analisar como os dispositivos utilizados nas marcas de luxo são assimilados e/ou apropriados nas campanhas publicitárias das marcas jovens e populares.

A narrativa imagética corporal também é explorada no texto de Rafaela Lins Travassos Sarinho, Luiza Marcier e Carlos Eduardo Félix da Costa. Ao analisar fotografias de Edward Steichen sobre a obra de Paul Poiret o artigo **Entre a fotografia e a moda: do princípio dual à imagem de moda em Steichen e Poiret** enfatiza “as gestualidades desse corpo em movimento e em modificação.”

Em **Laboratório de Joalheria Contemporânea: o corpo como matéria-prima da Invenção** os autores Flávia Marieta Magalhães Rigoni; Maria Regina Álvares Correia Dias e Wadson Gomes Amorim, analisam a relação entre corpo, joia e entorno a partir da experiência prática de criação e feitura de adornos que possibilitam a ampliação da expressão corporal.

Em **A moldura do desnudamento. Tensionamentos do dispositivo nudez/veste no figurino de Fábria Bercsek para a performance musical de Laura Diaz (Teto Preto)**, Renato Gonçalves Ferreira Filho, nos coloca diante de vestes que ao ressaltar e deixar a mostra púbis, nádegas e seios, atuam como moldura da nudez e evidenciam o potencial político de corpos que se encontram em contexto performático. Mesmo de forma não intencional, Renata permite que façamos uma homenagem à Gal Costa que faleceu em novembro desse ano, um mês antes dessa edição ser lançada, com uma imagem sua no espetáculo *O Sorriso do Gato de Alice* de 1994.

Acionando exemplos que circulam entre os estilos de vestuário e o fenômeno Instagram como forma de exibição, à corporeidade, à particularidade da cultura pop e às zonas estéticas urbanas, Fábio La Rocca mostra as formas da visibilidade de um processo de estetização da vida e da cidade que caracteriza nosso espírito do tempo no artigo **Moda e cidade: Uma identificação de estilos nas zonas atmosféricas urbanas**.

Para além da estetização da vida Jorge Leite Júnior ressalta o aspecto fundante ou pregnante na conformação tanto da humanidade quanto da monstruosidade. Em seu artigo **Monstros usam roupas? A veste nos monstros e a monstruosidade nas Vestes**, Jorge retorna a tempos ancestrais observando como as vestes podem constituir modulações monstruosas: “as roupas não cobrem as pessoas, mas as confeccionam como tais.”

O ensaio fotográfico, que dialoga com os textos do dossiê, foi realizado por Beatriz Ferreira Pires, em um ensolarado domingo de junho de 2019, no distrito de Sousas/Campinas, no espaço artístico cultural multimídia Rabeca Cultural, durante a oficina “Sentidos da Pele” conduzida pelo fotógrafo, arquiteto, pintor e músico Gal Oppido e pela artista do corpo, bailarina, atriz, performer e modelo de todas as fotos que compõe o ensaio Lucilene Moreira.

Registros de uma mesma silhueta. Possibilidades diversas que se configuram a partir da dramaticidade dos gestos, da interação do corpo com a luz e as sombras, com as vestimentas, os adornos, os objetos de cena e cenários. Formas e representações múltiplas que, a partir do olhar do espectador, se entrelaçam em variados percursos e histórias.

Referências


CARERI, Francesco. **Walkscapes - O caminhar como prática estética**. Tradução de Frederico Bonaldo. São Paulo: GG, 2013.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix Ltda., 1964.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. Tradução de Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

PAREYSON, Luigi. **Teoria da formatividade**. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições Texto & Grafia Ltda., 2008.



**Aspectos contingentes sobre a
dimensão trágica do estilo: o corpo e as
superfícies da aparência**

*Contingent aspects about the tragic dimension of
style: the body and the surfaces of appearance*

Etevaldo Santos Cruz¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6347-0411>

[**resumo**] Este estudo, que consiste em uma investigação de caráter conceitual, tem por objetivo refletir sobre a dimensão trágica do estilo enquanto potência plasmadora da expressão resultante das tensões intersubjetivas. A análise está centrada na compreensão instituída sobre a movência que permeia a tentativa de unidade e êxito evocada na capacidade formativa como transfiguração do mundo em devir. Para isso, nos aproximamos de algumas noções da filosofia camusiana e da teoria da formatividade, para demonstrar como a dimensão estilizante da vida pode corresponder à exigência de uma forma que se institui, supera e rompe com uma perspectiva da vida para assinalar um sentido estético da existência. Ancorado em uma perspectiva estética, o estudo lança mão de autores como Georg Simmel, Albert Camus, Luigi Pareyson, Maurice Merleau-Ponty, auxiliados pelas considerações de Renata Pitombo Cidreira e Teixeira Coelho.

[**palavras-chave**] **Estilo. Artisticidade. Tragédia. Corpo. Contingência.**

[**abstract**] This study consists of a conceptual investigation that aims to reflect on the tragic dimension of the style as a shaping power of expression resulting from intersubjective tensions. The analysis is centered on the comprehension established over the movement that permeates the attempt of unity and success that the formative capacity evokes as a transfiguration of the world in becoming. We resort to some notions from the Camusian philosophy and the formativity theory to demonstrate how the stylizing dimension of life corresponds to the requirement of a form that institutes, overcomes, and breaks with a perspective of life by indicating an aesthetic meaning of existence. Based on an aesthetic perspective, this study reaches authors such as Georg Simmel, Albert Camus, Luigi Pareyson, Maurice Merleau-Ponty, assisted by the considerations of Renata Pitombo Cidreira and Teixeira Coelho.

[**keywords**] **Style. Artisticity. Tragedy. Body. Contingency.**

Recebido em: 29-03-2022

Aprovado em: 09-05-2022

¹Doutor em Cultura e Sociedade pelo Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor substituto no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso - Campus Rondonópolis. Membro do Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura (UFBA/UFRB/CNPq). E-mail: theozurc@hotmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2129825904944575>.

Da atmosfera irreconciliável e a tragédia da cultura

Georg Simmel, em *O conceito e a tragédia da cultura* (2014/1911), evidencia na tensão entre a condição da subjetividade do sujeito e a objetividade do mundo não um dualismo substancial, mas a tensão onde o espírito ao “[...] ultrapassar o objeto como tal, criando a si mesmo como objeto, para retornar a si mesmo enriquecido por essa criação” (SIMMEL, 2014, p.162), paga o alto preço em ver o mundo criado se distanciar como uma totalidade objetiva inapreensível e intemporal.

Em outros termos, “[...] o ser humano se torna então o simples portador dessa pressão com a qual essa lógica domina” (SIMMEL, 2014, p. 160). Esta é a tragédia da cultura para Simmel: “[...] as forças de destruição dirigidas contra um ser têm origem nas camadas profundas desse mesmo ser” (SIMMEL, 2014, p.160). Correspondendo, assim, aos sedimentos que são objetivados na história e presentificados no nosso corpo, cujas forças impulsionam o sujeito ao devir que, ao mesmo tempo em que se sente pertencente a esse estranho paradoxo, percebe-se também exterior a ele.

Esse paradoxo é circunscrito pela “[...] incapacidade do espírito subjetivo de abarcar a incitação generalizada e global causada pelo espírito objetivado” (COELHO, 2020, p. 108). Dito de outro modo, as linhas que são forjadas no tecido da cultura atravessam as multiplicidades de força do indivíduo, evidenciando a condição movente entre sua individualidade e a coletividade de forma dramática. Daí a compreensão da afirmação simmeliana de que “Cultura é o caminho da unidade fechada, através da multiplicidade desdobrada, para a unidade aberta” (SIMMEL, 2014, p.146).

As palavras de Simmel apontam para o movimento das forças objetivas que prefiguram algumas realizações na subjetividade como forma de cultivo, ou mais precisamente o movimento onde espírito ultrapassando-se: “É preciso pagar essa autorrealização com o risco trágico de ver na autonomia do mundo criado por ele” (SIMMEL, 2014, p. 162) desviar-se em outras lógicas que são exteriores e distantes da própria cultura.

A unidade fechada do eu corresponde à expressão evocada no modo da força interna, mas que por si mesmo não pode alcançar a unidade desejada sem lançar mão das formas exteriores ao eu. Estas formas, por sua vez, configuram-se enquanto criações objetificadas maiores que a dimensão do eu, já que este eu está atravessado por inúmeros laços objetificados na história. Assim, a tragédia da cultura se impõe através da impossibilidade de realizar seu próprio projeto, pois esse movimento faz emergir “[...] uma lógica e um dinamismo que dissipam os conteúdos da cultura a um ritmo sempre mais acelerado e os levam para um ponto cada vez mais distante da finalidade própria da cultura” (SIMMEL, 2020, p.41).

Do ponto de vista etimológico, a palavra tragédia, segundo o *Dicionário Etimológico* (1982), vem do grego antigo τραγῳδία, composto de τράγος, “bode” e ᾠδή, “canto”. Canto religioso que acompanhava o sacrifício de um bode nas festas de Dionísio. É uma forma de

drama caracterizada pelo formato em verso, regra e coro desenvolvido na Grécia antiga, passando pelos romanos, chegando até o período moderno, no século XIX. A dimensão trágica aponta a força dissonante da relação do sujeito e do mundo, as forças moventes intersubjetivas e a realidade objetivada inapreensível na sua totalidade conflituosa.

No presente estudo, a palavra e o sentido da tragédia serão tomados na perspectiva simmeliana como experiência diante das formas produzidas que, ao serem exitosas, distanciam-se da individualidade retornando e causando efeito na vida social, sem que possamos controlar esse agenciamento. Onde as formas tecidas nas sociabilidades se ligam em intenso intercâmbio conflituoso às nossas intersubjetividades, ou nas palavras de Simmel: “[...] o caminho da alma em direção a si mesma” (SIMMEL, 2014, p.145).

Em outros termos, uma forma que se estabelece no elã das relações intersubjetivas através do movimento transformador das configurações objetivas que percorrem o caminho em direção à alma, fixando-se como curvatura dinâmica “[...] quando o caminho da alma passa por valores e séries que não são apenas subjetivos e anímicos” (SIMMEL, 2014, p.147).

O estilo, compreendido como atitude inventiva e transformadora, também é portador de dimensões trágicas, pois está circunscrito em uma atmosfera de si, mas procura resolver uma tarefa maior, exterior e infinita que corresponde ao intenso devir plasmador entre a intersubjetividade e a objetividade do mundo. Esse dinamismo, por vezes angustiante e doloroso, está presente no gesto autorreferente, *quando* o indivíduo olha para si como objeto formado e não apenas forças desejantes de uma apreensão do mundo e, nesse movimento, reafirma a força de apreensão para transformar-se através da realidade experienciada, daí a tentativa, sempre inacabada, de buscar afirmar um estilo próprio.

No entanto, essa autorreferência, embora debruçada sobre o eu, evoca a dimensão objetiva dos conteúdos exteriores que se presentificam em nossa alma como “[...] conteúdos de outros mundos quaisquer, sociais e metafísicos, conceituais e éticos, e nestes possuem formas e conexões entre si que não coincidem com as do eu” (SIMMEL, 2014, p.156), mas se apoderam do eu para integrá-lo no devir. Isso é o que ocorre com a obra exitosa quando esta passa a ter uma vida objetiva fora de nós e adquire autonomia, está despreendida de nós, mas contém ainda neste ser ela mesma “[...] forças e fraquezas, partes constitutivas e significativas das quais somos inocentes e que muitas vezes nos surpreendem” (SIMMEL 2014, p.158).

Ao tratar da *Cultura, grandeza negativa* (2020), Teixeira Coelho sublinha ao menos três pontos sobre a dimensão trágica da cultura e as configurações que estão presentes no entorno do binarismo sujeito-objeto, onde a tragédia é inserida como luta interna da cultura contra a própria cultura que gostaríamos de reter em nossa reflexão.

Coelho assinala que a lógica interna de cada um dos pólos, a intersubjetividade e a objetividade do mundo, não coincide em compasso de desenvolvimento. A não coincidência interfere na síntese que se realiza na caminhada do espírito que, a partir de si mesmo, parte em direção a si mesmo como movimento cultivado. Esse descompasso, ou “[...] disparidade entre as duas é a primeira força a responsabilizar-se pelo fracasso do processo” (COELHO, 2020, p.95).

A primeira dimensão trágica diz respeito ao estranhamento que a obra tem com seu criador. A obra não consegue expressar a totalidade da exigência da força e, com isso, em busca dessa capacidade para expressar a unidade, a transformação é efetivada em fragmentos e seus sentidos se efetivam para o outro. Diante da obra plasmada o autor já não mais encontra na expressão dessa obra a unidade do mundo que desejava exprimir, pois “O sujeito é estranho ao objeto criado que se coloca à sua frente. Para esse sujeito, a criação do objeto interessava, o objeto não mais” (COELHO, 2020, p.95).

Esse estranhamento evidencia um modo de compreensão da obra como algo frio e exterior ao sujeito criador e a obra é tomada como “[...] a sobra de um processo que levou à sua produção” (COELHO, 2020, p.96). Por isso, o gesto do processo de criação e estilização é mais importante para o sujeito criador do que a obra objetivada, pois o criador pode refazer o processo caso haja insatisfação com o resultado objetivado.

Esse processo do caminho refeito determina a importância do gesto formativo em busca da forma exitosa exterior ao sujeito criador. Portanto, a primeira experiência de êxito é a de si diante da obra que, enquanto expressão, já o é estranha e indiferente, por isso, trágico quando visto do ponto de vista do sujeito.

A segunda versão da mesma tragédia, tomando a expressão de Coelho, diz respeito ao destino fatal dos elementos culturais como obras humanas que detêm uma lógica própria de desenvolvimento. Essa lógica própria faz com que os objetos culturais se desviem do rumo que deveriam tomar em direção “[...] ao desenvolvimento da alma humana” (COELHO, 2020, p.99).

O desvio que assinala uma dimensão trágica dos objetos culturais, segundo Coelho, vincula-se aos sistemas onde eles estão inseridos, em uma atmosfera e, ao mesmo tempo, uma lógica que permite a aderência e a abertura dos objetos culturais em outros modos em direção à alma humana. Reafirmando, com isso, o caráter fatal do destino dos elementos culturais, pois a objetivação está permeada pelo sistema e independe das ressubjetivações da forma autônoma. Percebemos a independência dos elementos culturais, cuja facticidade é demonstrada pela lógica do encadeamento dos produtos objetivados derivados de outros e que são geradores de necessidades artificiais nas intersubjetividades.

O caráter trágico dessa lógica própria dos elementos culturais reside na dinâmica dos encadeamentos objetivados do si mesmo para a mesmidade do objeto. Em outros termos, as objetivações do mesmo objeto com seus desdobramentos autônomos apontam um movimento de autodestruição e modificação que, ao mesmo tempo, evocam o caráter negativo do objeto e a positividade de sua modificação. Segundo Simmel, “[...] este elemento integrador, que marca a cultura, está predeterminado ao autodesenvolvimento que consome cada vez mais as forças do sujeito [...]” (SIMMEL, 2020, p.37).

No entanto, o sujeito não pode seguir a mesma lógica do desenvolvimento autônomo dos objetos, pois além deles não o levarem ao ápice de si, o sujeito sucumbiria ao vazio de uma vida sem sentido e refém das necessidades artificiais provenientes da lógica própria dos objetos. Por outro lado, isso não significa que o sujeito esteja alheio à produção dos infinitos objetos culturais. Pelo contrário, a lógica desses objetos exige dele uma postura que compreenda seu presente e o entorno, pois as inúmeras produções do espírito objetivado impõem um sentimento de inadequação e desamparo, fazendo com que o sujeito subjugue seus conteúdos individuais à lógica objetivada.

Eis a complexidade e o drama da vida contemporânea: não podemos assimilar todo o volume de produções objetivadas, mas, do mesmo modo, não é possível rejeitá-las por completo, pois elas compõem a atmosfera do desenvolvimento cultural. O sujeito contemporâneo está situado na tensão do vazio de excedentes e a resolução dessa questão encontra-se no caráter histórico, onde as expressões objetivadas revelam o modo como o espírito objetivado serviu de propósito para o espírito subjetivo. Dessa forma, a cultura permitiu um raio de ação mais amplo, onde o espírito pôde ver-se a si mesmo de fora, tendo consciência, avaliando-se e moldando-se na tentativa de apaziguamento das fronteiras. O espírito humano, situado diante da tensão da cultura, paga “[...] com a trágica possibilidade de encontrar, na autorregulação do mundo por ele assim criada, uma lógica e um dinamismo que dissipam os conteúdos da cultura e os levam para um ponto distante da finalidade da própria cultura” (SIMMEL, 2020, p.39).

A lógica do desenvolvimento próprio dos elementos objetivados nos conduz à terceira dimensão trágica da cultura que corresponde à relação entre a quantidade e a qualidade dos elementos culturais, cujo resultado é o desamparo e insuficiência do sujeito diante da reprodutibilidade crônica dos elementos objetivados. Esse desamparo tem a ver com o raio de possibilidades para manter-se “[...] implantado em si mesmo e no processo cultural rumo a si mesmo” (COELHO, 2020, p.106), diante do assédio provocado pela avalanche de elementos objetificados que exigem do sujeito o reconhecimento como elementos culturais.

O desamparo corresponde, ainda, ao adensamento da lógica dos objetos à vida dos sujeitos de modo que a humanidade converte sua lógica na lógica dos objetos em uma espécie de coisificação da vida. A lógica sem controle da reprodução dos objetos tornou-se um “[...] espetáculo sempre mais trágico porque a lógica da humanidade tornou-se a lógica da multiplicação dos objetos sem finalidades e sem razão” (COELHO, 2020, p.105). Ora, é essa lógica que evidencia uma dimensão trágica a respeito da relação vida e objeto, onde a primeira está submetida à segunda como condição de possibilidade da própria existência: “Se a massa desses objetos não crescer sem parar e se a procura por eles cessar, a humanidade não tem como sobreviver” (COELHO, 2020, p.105).

Tal perspectiva impõe ao sujeito contemporâneo uma espécie de *continuum* processo de estímulo objetivado exigente por reconhecimento enquanto obra da cultura. Exemplo disso são as redes sociais, onde cada manifestação traz consigo o germe da exigência do “valor cultural” da expressão. Não por acaso, a *écran* se tornou a vitrine do si mesmo e o algoz do corpo exibido, onde cada expressão exige um lugar privilegiado de atenção e “valor cultural” pré-concebido, mesmo que seja na lógica da rápida obsolescência dos objetos.

Do ponto de vista material, o contínuo estímulo por objetos/expressão evidencia o êxtase dessa relação generalizada como observamos na obra de Daniel Firman, *Gathering* (Por exemplo, figura 01). A obra plasma o corpo humano soterrado pelos objetos da vida contemporânea, cujo entrelaçamento nos permite compreender a metamorfose do corpo-objeto e a atmosfera de nosso presente como totalidades existenciais do sujeito, onde o físico, espiritual e sensível são tecidos na forma total da experiência estimulante tanto arrebatadora como aniquiladora da vida.

FIGURA 1 – DANIEL FIRMAN, *GATHERING*, CENTRE POMPIDOU, PARIS, FRANÇA (2000).

Fonte: Etevaldo Cruz (2017).

Acentua-se com isso, a dimensão trágica da cultura através da determinação de seus conteúdos em desviar o sujeito do caminho em direção em si mesmo que, entregando-se à dinâmica arrebatadora da objetivação, o espírito ver emergir a lógica dissipadora dos conteúdos da cultura de forma acelerada e superficial, enquanto que o espírito cultivado mostra-se cada vez mais distante.

Por isso, a unidade que buscamos apreender é algo inapreensível ou “a plenitude é impossível, se o espírito subjetivo voltar a si mesmo depois de buscar a síntese com o espírito objetivo” (COELHO, 2020, p. 113). Essa perspectiva que Coelho evoca como uma das dimensões trágicas da cultura também pode ser compreendida no tocante à tragédia do estilo, pois, compreendido como tentativa de apreensão e unidade do mundo, o estilo encontra a tensão com o outro. E na afirmação exitosa, com o descompasso evidenciado na percepção de que a expressão não atingiu a forma total, mas o fragmento possível da circunscrição do gesto plasmador.

Das dimensões trágicas e contingenciais do estilo

Em uma obra dedicada ao estilo, produzida em 1908, sob o título: *O problema do estilo* (2016/1908), Simmel, através de um movimento que analisa o estilo relacionado à vida por meio da comparação com o estilo nas artes, coloca em questão alguns pontos importantes que contribuem com nossas reflexões sobre as dimensões trágicas do estilo.

Primeiro, o filósofo evidencia a luta existente na forma prática entre nossa individualidade e a coletividade, quando nossos anseios internos entram em conflito com as leis exteriores, demonstrando como o estilo está situado como um modo afirmativo, de caráter individual, mas, também como expressão submetida a uma lei formal que guia e regulamenta a intuição, nos remetendo ao solo comum das sociabilidades.

O estilo atrai os homens, pois alivia e oculta o aspecto pessoal, mesmo este sendo a substância do estilo. Dito de outro modo, o estilo permite que uma lei coletiva seja introduzida entre a subjetividade e objetividade como elã comunal que mitiga o excesso de individualidade em favor de uma coletividade. Fazendo do estilo um acontecimento trágico que procura, através da solução estética, resolver o paradoxo que Simmel coloca: como pode uma obra ou um comportamento individual, que se apresenta como um todo encerrado em si, participar de um todo maior, de um contexto abrangente e uniforme?

Estilo, cujo étimo latino evoca a técnica de forjar impressões, traços ou volumes visíveis em uma dada superfície maleável, designação, segundo o *Dicionário Etimológico* (1982), de Antônio Geraldo Cunha, a palavra estilo segue de Estilete: punhal de lâmina fina. Do francês: *stylet*, derivado do italiano *stiletto*, de *stilo* 'punhal'. Estilo: espécie de ponteiro antigamente usado para escrever sobre a camada de cera nas tábuas, maneira de escrever, falar... Do latim *stilus*.

Conforme destaca Cruz (2020), deslocando-se do âmbito etimológico, as designações posteriores de estilo também sugerem a maneira de fazer algo que é próprio: expressar-se como delineamento de configurações de uma espécie de identidade ou unicidade - resultantes do movimento intercambiável entre as aspirações individuais - que procuram dar forma a uma solicitação de expressão própria e o aspecto comunal inscrito na história, pertencente ao indivíduo em suas experiências de sociabilidade. Uma luta entre o individual e o coletivo que acentua o que em nós é intransferível e único, mas, ao mesmo tempo, vetor de pertencimento, cuja manifestação transforma-se, através do êxito, em uma experiência estética.

No capítulo *Revolta e arte*, em *O Homem Revoltado* (1996/1951), Albert Camus, por sua vez, evoca a intrigante afirmação: “[...] a criação é exigência de unidade e recusa do mundo. Mas ela recusa o mundo por causa daquilo que falta a ele e em nome daquilo que, às vezes, ele é” (CAMUS, 1996, p.291). Essa afirmação explicita a dimensão trágica do desejo de unidade do mundo, cuja manifestação pode ser compreendida no estilo em sua *tentativa* de apoderamento da unidade metafísica do mundo através da plasmação de uma forma substitutiva desta unidade inapreensível, circunscrita em uma condição caótica.

Essa exigência do estilo, ainda nos lembra Camus, está presente, por exemplo, naquela que ele chama de maior e mais ambiciosa de todas as artes, a escultura. A exigência da forma estilizante que o artista coloca na escultura não está em sua semelhança ou imitação

da forma, embora delas não possa prescindir, mas na capacidade em capturar a condição dramática do gesto corporal em sua relação com a desordem do mundo, pois através do estilo, o artista nos oferece, no plano escultural.

O semblante ou o olhar vazio que irão resumir todos os gestos e todos os olhares do mundo. Seu propósito não é imitar, mas estilizar e captar o êxtase passageiro dos corpos ou o redemoinho infinito das atitudes (CAMUS, 1996, p.294).

Portanto, é o movimento capturado pelo artista de um corpo inserido na história que interessa a Camus: a tentativa de unidade desse corpo que a obra evoca. Ele percebe a inter-relação da trágica condição humana na tentativa de apreensão do mundo. Ora, nesse ponto, nos situamos em outro aspecto da dimensão trágica do estilo, pois a forma se configura em uma espécie de protesto contra o tempo fazendo, de modo objetivo, a exibição das atitudes captadas sobreviverem à degradação através da transfiguração das forças em formas. Uma tensão incessante entre a recusa e aceitação do mundo no processo de plasmação que procura no devir, aquilo que o artista padece para instituir na história através de seu estilo.

Isso evidencia a condição humana situada em sua tragédia, isto é, posta diante de um objeto atravessado pelas condições históricas do artista, esse mesmo objeto se volta como atributo externo ao próprio artista que efetiva uma escolha. Um recorte intencional da expressividade que faz com que a figura objetivada continue a nos afetar, como se, retirada das leis do tempo, ela nos atingisse no devir incessante de nossa condição.

Assim, nos lembra Camus ao falar do estilo do pintor: “O estilo de um pintor reside na conjunção da natureza com a história, nessa presença imposta ao que continuamente devém” (CAMUS, 1996, p.295). O estilo está situado, portanto, na tensão das forças de recusa do mundo que emergem do artista em sua vontade em oferecer uma face naquilo que falta e na forma que revela as condições instituintes da história e seus contextos, assinalando, de outro modo, como a dimensão comunal é um elemento importante na obra.

Esse aspecto corresponde à redistribuição, segundo Camus, dos elementos tirados do real que o artista recria dando os limites e unidades através de seu estilo. Esses elementos não surgem do imaginário puro, pois para ter significação artística eles precisam ser comunicáveis quando estabelecem um elo entre o artista, o tempo e o meio social. E padecem da exigência em serem transfigurativos quando capazes de instituir outros sentidos alargando as possibilidades compreensivas, pois a estilização “[...] supõe ao mesmo tempo o real e a mente que dá ao real sua forma” (CAMUS, 1996, p.311), refazendo o mundo e impondo uma distorção que marca a interferência do artista como “[...] exigência impossível à qual se deu forma” (CAMUS, 1996, p.311).

Dessa maneira, compreendemos que esse gesto solicitante de uma forma, mesmo que substitutiva para unidade metafísica do mundo, está no cerne da *artisticidade* humana como a exigência da expressão, ou seja, na capacidade perceptiva, onde entrelaçamos as forças internas de nossos desejos por tornar-se e a demanda de formas para esse tornar-se que correspondem aos atravessamentos históricos e culturais da nossa condição instituinte de sentidos. Nessa tensão, o estilo é encarnado como capacidade expressiva

do modo de formar, cuja condição histórica aponta para o que compreendemos enquanto dimensão trágica do estilo.

Por artisticidade, compreendemos, à luz de Luigi Pareyson, como:

O caráter tentativo e formativo da atuação humana [...] tudo o que se faz de certo modo se faz inventando o como fazer [...], a capacidade de inventar o modo de fazer fazendo e de fazer sabendo fazer (PAREYSON, 1993, p.64).

Em outros termos, o gesto estilizante evidencia como o artista impõe ao mundo a sua força, retirando desse mesmo mundo uma parte que se esconde nas sombras do devir para colocá-lo no que Camus chama de luz da criação, onde, por meio da arte, “[...] o homem não se resume apenas à história, que ele encontra também uma razão de ser na ordem da natureza” (CAMUS, 1993, p.317).

A forma estilizada que evidencia o elã, ou seja, a teia de entrelaçamento sensível e dinâmica entre o artista e sua história, o imbricamento movente entre as tensões intersubjetivas de um sujeito afetado pelo mundo e os enlaces de seu contexto em que uma obra, diz Pareyson:

Pode ter um estilo, isto é, ser formada em um modo singular e muito pessoal, inconfundível e mesmo assim reconhecível por todos, inimitável e mesmo assim exemplar, irrepetível e ainda assim paradigmático” (PAREYSON, 1993, p.65).

Daí resulta a unidade exitosa de uma obra que, mesmo tendo encontrado seu êxito, impõe-se como uma instituição que alarga os horizontes de sentidos, pois o estilo do artista, embora encontre seus limites na própria obra, está sujeito ao devir das relações, das intermitências históricas e culturais nas quais este mesmo artista está imerso. Do mesmo modo, também, como crítico da própria obra, ele é um sujeito, cujo passado, presente e futuro se configuram nos prolongamentos das experiências inter-relacionais que são instituídas em uma dada sociedade e emergem no modo de formar sua obra enquanto movimento irrepetível e único do estilo.

Ora, segundo Pareyson, toda atividade humana é implicada na especulação, na moralidade e na formatividade, pois essa condição revela o caráter entrelaçado das ações humanas entre as especificações de um fazer e o modo como este fazer está permeado por todas as dimensões de um *ethos* que guia as experiências do sujeito formante, revelando o estilo como tensão da individualidade e a capacidade comunal da expressividade. Portanto, contextual, histórico e perspectivado de uma pessoa única atravessada pelas experiências no próprio corpo, mas intersubjetiva. No entanto, ainda que o conteúdo de uma dada expressão possa ser a vida irrepetível de um sujeito, isso não pode ser compreendido como vida transfigurada e representada no processo formativo. Embora, do ponto de vista poético, alguns objetos sigam nessa direção.

Nossa questão vai em direção ao modo único e irrepitível de fazer de uma pessoa única que forma a partir do entrelaçamento de suas forças, condições históricas, modos de viver e sentir que colocam o formar sob esses signos. Em outras palavras, o estilo corresponde, afirma Pareyson:

A toda a espiritualidade e humanidade e experiência de uma pessoa que, tendo se colocado sob o signo da formatividade, se fez, ela mesma, no seu modo de formar, tornou-se este muito particular modo de formar, que pode ser somente seu (PAREYSON, 1993, p.32).

O estilo, no entanto, dada sua condição entrelaçada, demonstra, também, seu modo trágico ou “bifronte”. O que Pareyson chama de condição bifronte é o efeito irrepitível do modo de formar que autor descobre em seu processo formativo e o modo correspondente de pertencimento ao tecido da cultura, onde o estilo manifesta a corporalidade atravessada pela experiência existencial que permeia o modo de formar do artista, pois:

Um modo de formar se torna comum, sobretudo pela participação em uma mesma situação histórica e no ambiente cultural em que estão igualmente imersos os vários autores, por um lado ligados a seu tempo e, por outro, capazes de reagir livre e originalmente à sua época (PAREYSON, 1996, p.36).

Ora, por essa perspectiva, um dos aspectos que podemos considerar como a primeira característica da dimensão trágica do estilo diz respeito à clivagem que há entre o artista em busca do seu modo de formar e o estilo que ele herda dos artistas que estão na mesma época. Esse é o estágio, segundo Pareyson, em que o modo de formar ainda imaturo imita o modo de formar consolidado.

Esse primeiro embate pode ser considerado como um dos modos trágicos que o estilo deve superar para atingir o seu êxito através dos processos de tentativas e erros. Assim, tentativas e erros se configuram como inventário do modo de formar de um dado artista, pois lá encontraremos os esboços, os rascunhos e os métodos compreendidos como modos de pertencimentos da espiritualidade que, em si, são dinâmicos e históricos e que “[...] se liga a toda uma tradição, ou a prolonga ou se rebela contra ela” (PAREYSON, 1996, p.58)

Um segundo aspecto que apontamos como possível dimensão trágica do estilo diz respeito ao próprio processo interno da formatividade como um fazer que se descobre fazendo e inventa o seu modo de formar no próprio desdobramento. Ele não é adquirido anterior ao processo formante, mas no engendramento de si, nas tentativas e erros que irão compor a forma exitosa na obra, não só na sua forma e materialidade, mas nas leis internas de seu processo formativo, cujo movimento evidencia uma tensão/devir, onde unidade exitosa entre a forma, o conteúdo e a matéria resultam das tentativas em si mesmo no próprio processo.

Por isso, há um vínculo indissociável, nos lembra Pareyson, entre o tentar e o êxito, sem, com isso, nos permitir afirmar que haja uma harmoniosa relação. Existe a tensão que permeia a espiritualidade e a intenção buscada pelo modo de formar que caracteriza a própria dinâmica das tentativas, croquis e esboços que se juntam no estilo exitoso.

Em outros termos, um fazer permeado pela condição histórica, resultado de entrelaçamentos que, no seu processo formativo, cria uma curvatura na tradição para descobrir em si mesmo aquilo que lhe é próprio e irrepetível. Todavia, não deixa de percorrer o caminho da incerteza, dos testes, das tensões, das possibilidades de erros e acertos que são característicos do processo de descoberta, em múltiplas possibilidades, do estilo, que Pareyson chama de:

Miséria e grandeza ao mesmo tempo: o homem não encontra sem procurar, e não pode procurar a não ser tentando, mas ao tentar figura e inventa, de modo que encontra de certo modo já fora, propriamente, inventado (PAREYSON, 1996, p.62).

Se o processo formativo se desdobra em seu próprio ato formante, ele aponta para o que Pareyson chama de “presságio da descoberta”, uma força interna que guia o processo, mas sem oferecer possibilidades pré concebidas garantidoras do êxito. O presságio é o que mais nos aproxima da dimensão trágica, onde orientação e aventura nos colocam em alerta diante da possibilidade de uma lei que orienta a própria incompletude do processo, pois “[...] a tentativa se constitui de um misto de incerteza e segurança, onde, enquanto durar a busca, o risco não instaura o reino do acaso e a esperança não se torna ainda certeza” (PAREYSON, 1996, p.74).

É a escolha, situada no desdobramento do próprio processo formativo, no qual exige a astuciosa atenção aos entrelaçamentos entre a forma, a matéria e o conteúdo, que deve guiar o gesto em busca do êxito estilizante, através do presságio que se efetiva na “eficácia operativa” (PAREYSON, 1996, p.75), evidenciando, com isso, outro aspecto correspondente ao que Pareyson chama de “coração do processo formativo” (PAREYSON, 1996, p.75).

A forma Formada e a forma Formante, onde se estabelece a tensão da direção do processo formativo. A forma formada compreende a expressividade como resultado eficaz. Já a forma formante diz respeito ao que se configura no decurso do processo formativo como movimento de si para si. Assim, compreendemos a trágica condição da obra em seu processo, situada entre a existência e não existência da forma acabada.

Durante o processo de produção, a forma, portanto, existe e não existe: não existe, porque como formada só existirá quando se concluir o processo; e existe, porque como formante já age desde que começa o processo (PAREYSON, 1996, p. 75).

Isso coloca em questão a não diferenciação entre a forma formada e a forma formante, pois a forma formante está na forma formada como presença adequada que se manifesta no resultado exitoso. O que Pareyson chama de *caráter paradoxal*, é quando um o processo formativo tem como “farol o seu resultado futuro” em que a norma opera ainda sem existir enquanto resultado e lei ao mesmo tempo. Essa dimensão nós chamamos de dimensão trágica do estilo, pois evidencia a tentativa de completude de um processo em devir, cuja força expressiva está situada entre as forças do desejo de exprimir e as formas circunstanciais exteriores ao sujeito formante que o permitem demonstrar a sua perspectiva diante de um caos em via de tornar-se.

Por fim, ainda a partir de Pareyson, apontamos uma possível terceira dimensão trágica do estilo que diz respeito à tensão entre a conservação, imitação e transformação do estilo. A transformação do estilo consegue fazer de um estilo pessoal uma expressão coletiva e esse mesmo estilo pode ser reconvertido, segundo Pareyson, em um estilo pessoal. O movimento de transformação, ao mesmo tempo em que institui novos sentidos, sedimenta um solo onde as novidades são assentadas de modo simultâneo. A transformação, no entanto, não é a imitação, mas a curvatura arriscada que o devir da expressão solicita enquanto força impulsionadora, cuja manifestação encontra nas formas o seu modo comunal.

O estilo enquanto forma, só pode, diz Pareyson:

Se nutrir e revigorar com os contínuos impulsos inventivos e formativos da imitação que ela mesma suscitou, nem pode consolidar-se em uma tradição sem solicitar os atos originais que são os únicos capazes de mantê-la”(PAREYSON, 1996, p.163).

Em outras palavras, o estilo exitoso apela à imitação que possa transformá-lo através da originalidade do imitador, pois a imitação não impede a produção de novos modos e novos caminhos que confirmariam a sedimentação da tradição, isto é, quando “[...] a dignidade de predecessor ou ancestral, e a imitação dá lugar a uma tradição contínua e ininterrupta em que passa um fio condutor claro e definido” (PAREYSON, 1996, p.163).

Essa tensão da condição trágica do estilo aproxima-se da mesma questão que Merleau-Ponty introduz em *A Linguagem indireta e as vozes do silêncio* (2004), quando, ao tratar da pintura, diz sobre o estilo:

O estilo é em cada pintor o sistema de equivalência que ele se constitui para essa obra de manifestação, o índice universal da “deformação coerente” pela qual concentra o sentido ainda esparso em sua percepção e o faz existir expressamente (MERLEAU-PONTY, 2004, p.81).

Portanto, essa tessitura do movimento estilizante, que fizemos até aqui, através de uma reflexão conceitual, nos conduz ao ponto em comum da tragédia do estilo e da luta pela unidade que tem a primazia contingencial da experiência do corpo no devir da história como ancoragem de nossa reflexão. Evidenciando a dimensão contingencial do estilo, seu devir inato como movimento de nascimento, imitação, transformação e sedimento referencial que, dada sua força de afirmação, em si mesmo o se fragmenta em possibilidades estilizantes imitadas e compartilhadas.

Em outros termos, é próprio da contingência do estilo se afirmar como pessoal e inimitável somente após a transformação engendrada pela experiência comunal que é congênita. Permanente dinamismo entre o inimitável, irrepitível e pessoal para o coletivo, transformador e consolidador modo estilizante, reafirmando, dessa forma, o reino comunal e intersubjetivo de nossas sociabilidades, cujos conflitos se mostram em superfícies.

Das superfícies visíveis e expressivas do corpo

O estilo é um fragmento do *Zeitgeist*, uma partícula que reúne a força de uma aspiração intersubjetiva e desejosa por uma unidade e as formas que são resultantes dos acordos comunais e compreensivos onde essa particularidade está imersa, reafirmamos. A dimensão trágica não se encerra apenas na forma total fragmentada que logo dará lugar a outra tentativa de unidade, mas, também, nas múltiplas expressões epocais como a religião, a política, a moda, o sentimento, o imaginário e o humor que se inserem enquanto *carne* dessa expressão tal como nos lembra Marcel Jousse (2008): “O estilo é o homem. E não um burocrata de papelada. É o ser por inteiro se exprimindo ao exprimir o mundo (JOUSSE, 2008, p.216)².”

O estilo é parte de uma obra, cuja condição é “[...] acabada e inacabável, pois sempre pode ser continuada e prolongada indefinitivamente” (COELHO, 2020, p.63). Uma obra que se quer “aberta” e, nesse aspecto, como lembra Coelho a respeito do desenvolvimento da cultura que, em nossa perspectiva, pode ser compreendido à luz do estilo, que enquanto obra aberta “[...] tem ou pode ter um ponto de partida claro, porém não estão previstas, desde o início, as estações intermediárias desse percurso, nem antevista é sua estação terminal” (COELHO, 2020, p.63).

A compreensão do estilo como obra aberta nos remete à dimensão trágica que Simmel identifica na moda como “[...] a tendência para a difusão geral e a aniquilação do seu sentido, que suscita o fascínio pelas fronteiras [...] simultâneo começo e fim, o encanto pela novidade e, ao mesmo tempo, o da efemeridade” (SIMMEL, 2008, p.31).

A configuração de um ser e não ser, fratura de um passado que fricciona nas bordas do futuro, cuja manifestação evidencia a presença imperiosa do acontecimento no presente e a novidade trazida para o interior de um passado que age no plano individual. Onde o desejo de inventar a si mesmo como novidade única e irrepetível é evidenciado “através da concentração da consciência pessoal naquela forma ou conteúdo [...] através da imitação de si mesmo, que aqui entra para o lugar da imitação do outros” (SIMMEL, 2008, p.48).

Isso revela como a forma comum do estilo, a partir da lógica moda, padece de um circuito trágico onde estão interligadas as categorias de diferenciação, imitação, finalização e renovação que não se desprendem. A diferenciação surge como germe que busca afirmar por meio de uma força interior, uma potência que exige o desprendimento da forma estabelecida.

No entanto, da sua condição social, a diferenciação logo ganha aderência do outro como processo imitativo da expressão. Essa imitação é tecida na forma social das expressões que logo demanda uma nova forma de diferenciação e, assim, reinicia-se o processo em que a afirmação de um estilo traz em si a própria necessidade de renovação.

Renata Pitombo Cidreira, ao tratar sobre a *Moda e Estilo* (2005), a partir de uma perspectiva que evidencia “[...] a relação indissociável entre a necessidade de imitação [...] e a vontade de singularidade” (CIDREIRA 2005, p.117), nos oferece importantes contribuições para

² Tradução nossa para: Le style c’est l’homme. Ce n’est pas le rond-de-cuir et le papyrovore. C’est l’être tout entier s’exprimant en exprimant le monde.

refletirmos a respeito da dimensão trágica do estilo dada na superfície do visível de nossa primeira matéria, isto é, o corpo. Um corpo portador de histórias e experiências, enlaçado nas teias da cultura, da tradição e da contingência. Um corpo desejado, exibido como potência política disruptiva. Um corpo que exprime o mundo em sua superfície, um corpo negado e violentado. Um corpo fetichizado por suas diferenças e singularidades.

Embora a autora não lance mão dessa noção de tragédia do estilo, as reflexões deixam a perspectiva em latência, ao afirmar, por exemplo, que o estilo pode ser compreendido como “[...] esforço de criar uma marca pessoal, estética ou temporal, insinuando-se para além de uma existência ordinária” (CIDREIRA, 2005, p.118). Esse esforço demarca a tensão estabelecida entre a individualidade e a existência no tecido social, reafirmando o intercâmbio comunal que permeia o exercício da *elaboração de si* enquanto expressão plástica na superfície da aparência.

Em outro momento, a partir das considerações simmelianas sobre o estilo e a língua, outro aspecto da autonomia do estilo é evocado pela autora enquanto *estrutura visível* que não se coloca diante do indivíduo, embora tenha suas normas internas. O estilo não opera exterior ao sujeito exigindo um refletir face a face, onde a objetividade se coloca em plano analítico, mas ele é expressão de forças que encontram formas passíveis de comunicabilidade para se converterem em uma obra exitosa na superfície plasmada do corpo.

Assim dizendo, um aspecto importante sobre a dimensão do estilo que gostaríamos de pontuar é a relação dinâmica que faz parte da “[...] capacidade formativa do homem face à contingência e à confusão da apresentação puramente natural” (CIDREIRA, 2005, p.121).

Por fim, retomando o ponto de análise inicial de nosso estudo, afirmamos que o sentido movente da relação do estilo está na tensão própria das relações intersubjetivas, pois o estilo agrupa as formas estruturantes passíveis de comunicabilidade, fazendo emergir as forças que exigem a singularidade de cada um como modelação da unidade inapreensível que o estilo é para nós. Aparece como tragédia resultante do desejo de completude em uma condição atravessada pelo devir, cuja matéria primeira é compreendida, por exemplo, nos polimorfismos das superfícies da aparência.

Referências

- CAMUS, Albert. **O Homem revoltado**. Rio de Janeiro: Record, 1996.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda**. São Paulo: Annablume, 2005.
- COELHO, Teixeira. **Cultura, grandeza negativa**. São Paulo: Itaú Cultural: Iluminuras, 2020.
- CRUZ, Etevaldo Santos. **Tão óbvio que cega: das dinâmicas gestuais entre o material, o atitudinal e a presença em Arthur Bispo do Rosário**. 371f. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade). Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020.
- CUNHA, G. ANTONIO. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 1ªed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.
- JOUSSE, Marcel. **L'Anthropologie du geste**. Paris: Gallimard, 2008.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. A linguagem indireta e as vozes do silêncio. In: **O olho e o espírito**. Trad. Paulo Neves e Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Cosac Naify, 2013.
- PAREYSON, Luigi. **Estética: teoria da formatividade**. Trad. Ephraim Ferreira Alves, Petrópolis: Vozes, 1993.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.
- SIMMEL, Georg. **O conceito e a tragédia da cultura**. Trad. Antônio Carlos Santos. *Crítica Cultural-Critic*, Palhoça, v. 9, n. 1, jan.jun., p. 145-162, 2014.
- SIMMEL, Georg. O problema do estilo. In: **Georg Simmel arte e vida: ensaios de estética e sociologia**. Gláucia Villas Bôas e Berthold Oelze (Orgs.) . Trad. Markus André Heidiger. 1ª edição. São Paulo: Hucitec, 2016.
- SIMMEL, Georg. **O conceito e a tragédia da cultura**. Trad. Teixeira Coelho. São Paulo: Itaú Cultural: Iluminuras, 2020.

Agradecimentos

Revisora do texto: Larissa Molina Alves, Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). E-mail: larimolina@gmail.com

La SAPE: vestir para resistir, resistir para existir

La SAPE: wear to resist, resist to exist

Angélica Adverse¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8938-8819>

[**resumo**] O estudo apresenta uma análise sobre La SAPE (Société des Ambianceurs et Personnes Élégantes) tomando o ato de enroupar-se como uma ação de resistência para assegurar a existência estética dos corpos africanos. Trata-se de pensar a extensão da cultura da moda e da arte para as questões simbólicas da colonização europeia na África, em particular, pela difusão do dandismo durante o processo de colonização. A pesquisa analisa, sob o ponto de vista da crítica estética e da história, a complexidade do vestir, a fim de melhor compreender a inserção da moda nas práticas artísticas contemporâneas. Pretende-se investigar como a sua constituição está permeada de questões políticas relacionadas à cultura da visibilidade contemporânea, aos discursos de poder e às ações de resistência advindas do fenômeno da moda.

[**Palavras-chave**] **La SAPE. Arte. Moda. Resistir. Existir.**

[**abstract**] In this article, I present an analysis of La SAPE (Société des Ambianceurs et Personnes Élégantes), taking the act of getting dressed as an action of resistance aimed at ensuring the aesthetic existence of African bodies. My aim is to investigate how the study of the fashion and art culture can be extended to address the symbolic issues arising from the European colonization in Africa, particularly regarding the spread of Dandism during the colonization process. The article analyzes, from the perspective of aesthetic and historical criticism, the complexity of the act of getting dressed to gain a better understanding of fashion in the context of contemporary artistic practices and investigate how its constitution is permeated by political issues related to the culture of contemporary visibility, to the discourses of power and to the actions of resistance arising from the phenomenon of fashion.

[**Keywords**] **La SAPE. Art. Fashion. To Resist. To Exist.**

Recebido em: 31-03-2022

Aprovado em: 07-05-2022

¹ Doutorado em Artes Visuais pela EBA|UFMG. Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes | UFMG. Professora Adjunta do curso Design de Moda da Escola de Belas Artes | UFMG. E-mail: adverseangelica@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7834837062630931>

Introdução

As pessoas brancas inventaram
as roupas, mas nós fazemos disso uma arte.
Papa Wemba

Este artigo apresenta uma análise sobre as discussões teóricas desenvolvidas em torno do fenômeno La SAPE (*Société des Ambianceurs et des Personnes Élégantes*).² Apresentamos questões referentes à crítica histórica que perpassam a complexidade desse movimento de estilo³ urbano criado na República do Congo em meados dos anos 1950. O termo *sociedade* (*Société*) está ligado a algumas práticas dos clubes masculinos e à retomada do dandismo, como no caso dos Sapeurs. Rouvillois (2008, p. 137) nos explica que os clubes masculinos deram origem ao uso do termo *sociedade* para designar uma atividade típica da aristocracia inglesa no século XVIII. Nesses lugares, os frequentadores poderiam aperfeiçoar as suas habilidades sociais e culturais. O objetivo era desenvolver com outros membros do círculo uma estética relacional a partir da retórica, dos gestos corporais e dos conhecimentos gerais relacionados às artes, às ciências humanas e à política. A primeira manifestação da forma moderna de “sociedade elegante” estaria atrelada às transmissões transculturais entre os países europeus, a partir dos salões italianos, franceses e ingleses, nos quais se construíram as personagens: Macaronis, Muguet, Mirliflor e Gentil Homme.⁴

A SAPE retoma o sentido dos clubes a fim de recriar um tipo de aristocracia imaginária na qual o corpo torna-se uma metáfora para a abordagem de questões sociais, políticas e culturais. Inicialmente, o movimento foi composto por jovens que se rebelaram contra o imperialismo francês e, pela ideia do espelho invertido, eles mimetizaram os gestos dos colonizadores com o objetivo de subverter as relações de poder. Essa Sociedade de Boêmios

² Optamos por uma tradução um pouco infiel à língua francesa, porque não temos uma palavra precisa para o termo *ambianceur*. desta forma, nós sugerimos que ele seria um modelo do anfitrião que porta, além de uma aparência elegante, gestos agradáveis e um “sorriso no rosto”. A frase que citamos é apresentada pelo Sapeur Pipo de Gunta, que nos explica, no documentário *Les Yayas de l'Élegance* (2012), de Maria José Pavlovic, que a palavra francesa *ambianceur* designa “o ato de resistir à miséria”. Assim, optamos por uma tradução um pouco infiel à língua francesa. A ideia em questão é pensar como esses homens desenvolvem técnicas de socialização capazes de modificar os ambientes que frequentam por meio de performances, compreendendo a elegância como uma prática artística.

³ É importante compreender os movimentos de estilo como uma vertente resultante da relação entre a moda e a arte por intermédio da performatização do sujeito devido à estetização do cotidiano. Poderíamos designá-lo como uma ação que integra um conjunto de processos complexos, a fim de singular a identidade de um grupo determinado. Os movimentos de estilo apresentam a transformação do *self* pela via estética e artística da moda.

⁴ Esses são os inúmeros nomes que designaram, desde o século XVIII, os homens elegantes que buscavam o refinamento dos seus hábitos pessoais e de suas maneiras. Os Macaronis criaram o Clube Macaronis nos anos de 1770, fundando uma pequena sociedade para reformar os hábitos sociais masculinos. Eles foram os primeiros jovens ingleses que inspiraram as modas transnacionais. Recomendamos ler: MONTANDON, 2016, p. 70-79.

e Pessoas Elegantes (tradução nossa) funcionava como um movimento de estilo a partir do qual os jovens colonizados dominavam as tecnologias sociais dos colonizadores para que pudessem participar de uma luta simbólica nas relações de poder. Compreendida contemporaneamente como uma arte dos gestos, a sociedade foi considerada em sua origem como uma forma de delinquência, sendo interdita por inúmeros governantes no Congo. Tais sociedades cumprem um importante papel na construção de uma imagem simbólica para o homem congolês, porque lhes permitem participar da experiência moderna da reinvenção do si, reinvenção que é orientada por um ideal cosmopolita. Ademais, ela confronta os paradoxos políticos e sociais dos códigos vestimentares de luxo, possibilitando às pessoas advindas de meios sociais populares adotarem o consumo conspícuo da elite como um modelo paradoxal de revolta e de distinção social.

Este trabalho pretende abordar a dimensão estética e política da SAPE, atentando-se para: a genealogia histórica do movimento, a oposição à ordem política imperial e as ações de resistência nas guerras civis congoleesas, as trocas transnacionais entre o dandismo e a SAPE. Além disso, interessa-nos observar: as habilidades técnicas da fabricação do si, a importância da imagem como mecanismo de ficção para a ação na construção ética do sujeito pós-colonial como um modelo de prática artística na contemporaneidade. Ao longo do texto, pretendemos apresentar como os corpos dos Sapeurs tornam-se um importante suporte para pensarmos as transformações culturais no período colonial e pós-colonial na África.

La SAPE: por uma epistemologia do vestir

Se Saper, l'art de s'aimer au quotidien.⁵

Le Bachelor

A SAPE é um movimento cultural africano que se inicia com a colonização do Congo pela França e pela Bélgica ao longo do século XIX. Naquele momento, o domínio dos códigos dos modos de vida do colonizador consistia numa ação de resistência para o homem africano. Para Bazanquiza (1992, p. 62), essa sociedade de pessoas elegantes era composta em sua origem por jovens desempregados e pouco escolarizados. A SAPE foi compreendida como uma prática de condutas que dava visibilidade aos homens marginalizados do território africano. Nesse aspecto, toda ação desenvolvida por esses jovens era uma tentativa de reconstruir o espaço cultural que fora alterado durante o processo de colonização. Como parte dos jovens Sapeurs advinha da etnia Kongo⁶, havia um contato mais intenso com a cultura francesa, pois parte desta região havia sido colonizada pela França. Por este motivo,

⁵ “Se vestir elegantemente, a arte de se amar no quotidiano.” Esta frase foi apresentada pelo Alfaiate Sapeur Le Bachelor. *Saper* é uma gíria utilizada na língua francesa para designar as pessoas elegantes. Não temos uma palavra semelhante na língua portuguesa para expressar o termo dentro de uma linguagem familiar. O termo SAPE advém da expressão *Se Saper*, ou seja, vestir-se sempre com elegância.

⁶ Neste período, a região é composta por várias etnias, no entanto, os Kongo ocupavam, em grande parte, o bairro Bacongo, em Brazzaville.

eles ressaltavam a cultura do colonizador enquanto um valor adquirido pela região. Era, portanto, pela mediação cultural francesa que a etnia Kongo se distinguiu das demais, como, em particular, dos grupos Teké e MBochi. La SAPE é resultante do gradativo choque cultural efetivado pelo processo de colonização no Congo. A potencialização desse movimento de estilo é consequência das crises políticas, sociais e econômicas vivenciadas ao longo dos séculos XIX e XX.

Para os Sapeurs, o domínio da língua francesa era uma virtuosidade⁷ do corpo e do espírito, pois a linguagem elegante também compunha parte dos gestos performáticos do sujeito. Aprender a língua francesa⁸ consistia, igualmente, em aprender a linguagem das roupas. A língua era uma conexão entre os corpos e as roupas, pois o domínio do modo elegante de se vestir dependia do conhecimento de um glossário específico da moda. Os encontros da sociedade tinham como objetivo não somente a aparição performativa dos Sapeurs, eles também efetivavam a troca de conhecimento dos termos relacionados à moda, aos processos de confecção das roupas, aos tecidos e à significação simbólica da elegância. Ainda hoje ser bem-educado para os Sapeurs consiste em conhecer o estatuto linguístico do campo da moda, do vestuário e dos signos que constituem o saber vestimentar da *Sapologie*⁹. A elegância é compreendida como uma linguagem que contém em sua estrutura uma rígida sintaxe de *shapes*, cores e gestos¹⁰.

Segundo Ciriez (2013), aparecer como um homem elegante era para o sujeito colonizado uma forma de performatizar um conhecimento adquirido. Logo, ser bem educado significava compreender e dominar a linguagem do homem branco, mimetizando os gestos e as formas de vestir, a fim de reivindicar a visibilidade dentro de um novo contexto político, social e cultural. A elegância adquiriu uma estrutura semântica diacrônica, refletindo como as citações da cultura dândi, os significados e os significantes das roupas poderiam apontar novos sentidos em diferentes contextos. Vestir-se de forma elegante compreendia uma consciência da pluralidade de linguagens corporais para se comunicar no espaço social e no tempo histórico.

⁷ Os africanos compreendiam que o autodesenvolvimento correspondia ao desenvolvimento de uma técnica, algo semelhante ao domínio de uma linguagem artística para o processo de criação.

⁸ O povo congolês, durante o processo de colonização, tinha orgulho da aprendizagem da língua francesa e de seu índice alto de alfabetização.

⁹ Epistemologia da arte de se vestir: La SAPE. Existe um mandamento a ser seguido pelos Sapeurs, assim podemos considerar a *Sapologie* como um estudo da expressão desta doutrina relacionada aos modos vestimentares.

¹⁰ Os 10 Mandamentos da SAPE recomendam um extremo rigor com a aparência e com a higiene, além de recusar qualquer postura tribalista, racista ou nacionalista. Ver: 10 Commandments of La Sape. Disponível em: <https://lasapeproject.squarespace.com/10-commandments-of-la-sape>. Acesso em: 30 mar. 2022.

A *Sapelogie*, como outras expressões do dandismo, não é monolítica. Existem nuances. Os Sapeurs de Brazzaville ou Khinsasha, embora conectados por uma cultura comum, diferem na aparência. Brazzaville é vista como uma expressão mais calma da SAPE, mais proximamente alinhada com os estilos clássico e tradicional, enquanto Kinshasha é considerada mais impetuosa – aí as roupas são mais *flamboyantes*¹¹ do que estritamente elegantes, embora tenham, da mesma forma, muito estilo (LEWIS, 2017, p. 22, tradução nossa).

A *Sapelogie* tem de ser observada decifrando as diferenças entre os territórios, os períodos históricos e as culturas urbanas. Como um léxico, é preciso compreender os seus diferentes significados simbólicos. Os Sapeurs congolezes são mestres na criação de símbolos para as suas expressões, dessa forma, a composição de peças do vestuário e as cores estão intimamente associadas à expressão de uma mensagem. Os corpos, ao portarem as peças, também estruturam significações, essa operação teatral cria um complexo jogo de espelhos, a partir do qual a leitura pós-colonial ou mesmo decolonial são tensionadas. Por isso, torna-se importante conhecermos um pouco a respeito da dimensão trans-histórica do dandismo e da moda masculina para nos aproximarmos da essência dessa sociedade denominada La SAPE.

La SAPE: documento de cultura, documento de barbárie

Como pensar a cultura africana dos corpos apresentada pela SAPE sem observar a dinâmica de transmissão cultural? Se, como nos ensinou Benjamin (2005), nenhuma cultura é isenta de barbárie, tampouco é o processo de transmissão de cultura. Logo, para entendermos a SAPE, é fundamental que nos atentemos à sua gênese e como ela concatena a relação política dos colonizadores europeus com os países colonizados da África Central. Diante da imagem desse movimento, deparamo-nos com documentos que expressam inúmeras práticas sociais e que, conseqüentemente, expressam uma transmissão cultural pautada pela expressão da barbárie. Se a origem desse movimento de estilo se prende aos processos de colonização e transmissão das culturas francesa/belga na República Democrática do Congo, estamos, nesse caso, abordando o que Benjamin (2005, p. 70) denominou de “documento de cultura, documento da barbárie”.

Estamos diante de imagens que tomam uma posição frente às narrativas da modernidade e, como tal, trazem em seu cerne uma forte tensão no diálogo desse violento processo de transmissão cultural. A SAPE origina-se do permanente conflito no qual o velho e o novo são tensionados e, com isso, ela também estaria ligada à aporia da criação-destruição da cultura moderna. Essas inscrições coloniais orientaram o que ficou conhecido por “modernidade alternativa”, termo compreendido por Huyssen (2014, p. 23) como o princípio binário do local-global. O movimento moderno não apresentaria apenas a transmissão cultural como um advento do aspecto transnacional, ele nos forneceria, *grosso modo*, como um horizonte,

¹¹ A expressão *Flamboyant* designa o estilo extravagante e histriônico. Recomenda-se a leitura de “L’Art du Dandy”, de Daniel Salvatore Schiffer (2010, p. 83-101).

um tipo de divisão entre as denominadas culturas de elite e cultura popular, como forma de delimitar a divisão hierárquica nos espaços sociais. Esse modelo estrutural de análise sobre a cultura da elite e a cultura popular seria forçosamente simplicista. Ele poderia esconder em seu cerne um projeto ainda mais perverso, pois privilegiaria o mito da pureza como um dispositivo para assegurar a diferença entre as culturas. Escolhemos pensar o fenômeno da SAPE como o desafio de uma narrativa à contrapelo, ou seja, como exercício da leitura dialética ao observar algumas questões paradoxais e conflitantes.

FIGURA 1 – LE SAPEUR, HÉCTOR MEDIAVILLA, FOTOGRAFIAS, SEM DIMENSÃO, 2004



Fonte: MEDIAVILLA, 2013, p. 89, 45, 67.

A problematização que apresentamos diz respeito ao sentido das discussões políticas em torno da autenticidade do gesto corporal da SAPE, pois é somente a partir de uma observação sobre o conjunto de elementos históricos e sociais que teríamos recursos necessários para pensar a SAPE como um documento da barbárie. Mas, ainda assim, suscitaríamos as mesmas dúvidas de Mabanckou (2013, p. 24-25) ao indagar se a arte de se vestir africana seria uma consequência pós-colonial ou se seria um ato de resistência que colocaria no centro das discussões pós-coloniais a elegância negra. Seguindo as colocações do autor (que diferencia a narrativa literária das ações performáticas da SAPE), poderíamos também perguntar se essa elegância refletiria a face de um negro que porta uma máscara branca ou se ela seria parte de uma luta simbólica através da qual os Sapeurs e Sapeuses¹² ilustrariam a capacidade de ultrapassar os ensinamentos dos colonizadores europeus. O limiar dessa tensão pode ser observado por um breve resumo da origem desse movimento de estilo.

¹² Assim são chamadas as pessoas que integram o movimento de estilo La SAPE. No caso de uma dimensão binária, utilizamos SAPEUSES para apresentar as mulheres adeptas desta prática cultural.

Enroupar-se como resistência para a existência do sujeito moderno

A criação da SAPE foi, segundo Gondola (1999 p. 21), um exemplo da tensa relação entre força e impotência do colonizado frente ao colonizador. Segundo as análises do autor, no caso da SAPE não houve uma integração cultural na qual o colonizado recebe como influência as práticas vestimentares do colonizador. Para Gondola, a SAPE foi um tipo de estratégia, por parte dos homens africanos, de táticas miméticas do gesto e das roupas, com o objetivo de estruturar uma dimensão política na comunicação entre a cultura local e a cultura europeia, que transformou o vestir numa prática estética cotidiana. A apropriação das roupas e dos costumes europeus lhes permitiu resistir à invisibilidade em sua própria terra.

FIGURA 2 – LE SAPEUR, HÉCTOR MEDIAVILLA, FOTOGRAFIA, SEM DIMENSÃO, 2004



Fonte: MEDIAVILLA, 2013, p. 79.

Para Gondola, a adoção dos costumes europeus seria uma forma de reinscrever os corpos numa narrativa distintiva. No século XIX, durante o processo de colonização, a adoção do vestuário europeu era negociada como uma espécie de “moeda de troca” na cidade de Brazaville. Costumes, cartolas, monóculos, bengalas, sapatos e luvas eram trocados a fim de

que os colonizadores obtivessem privilégios em alguns lugares dos territórios dominados. Então, os colonos utilizavam os novos hábitos vestimentares para expressar uma relação de força com os estrangeiros, gerando, contudo, uma relação paradoxal com os seus compatriotas, pois a ação de assemelhar-se aos europeus contribuía para a teatralização do poder com o próprio povo africano colonizado.

Contemporaneamente, alguns Sapeurs retomam essa caracterização do século XIX para celebrar os antepassados da vida elegante africana. A atitude é dialética porque *a priori* ela parece endossar a força do colonizador, mas ela expressaria justamente o contrário. Para além de uma assimilação forçada, há uma tática estética para jogar com a condição de aparência e aparição no espaço público urbano. Incorporar as vestes e os modos do homem branco revela o jogo de poder no território ocupado, aludindo à capacidade mimética dos grupos africanos em participarem do processo de modernização social.

Adotar a língua vestimentar europeia era, de certa forma, assumir um moderno instrumento político: a aparência. Historicamente, o vestuário atuou como importante recurso à função da imagem e, de modo geral, durante séculos, a indumentária contribuiu para tornar reconhecível os lugares de poder. Alguns retratos dos soberanos construíram a retórica da aparição solene, transmitindo dignidade, força e coragem por intermédio de insígnias associadas à magnificência do usuário das roupas. Enroupar-se era, portanto, um modo de performatizar o decoro, criando uma ficção da habilidade do sujeito enquanto um protagonista de seu *tópos* político. Para Mabanckou (2013, p. 25), a SAPE foi uma consequência da colonização e muitos Sapeurs anteciparam essa análise porque a adoção do estilo tradicional europeu foi compreendida no passado como um autêntico recurso de poder para a retórica política para o sujeito colonizado.

A SAPE tornou-se uma arte de vestir porque a performatividade política do homem negro diante do homem branco baseava-se na estetização do si como autoficção. Como atores-performers, os Sapeurs reinventaram a linguagem do vestir ocidental a partir de regras internas próprias à cultura africana, a fim de desenvolver trocas interculturais. Para eles, esse seria um modo de mostrar a autenticidade do homem africano, abrindo com isso outros tipos de alteridade. Enroupar-se seria uma forma de aprender uma nova língua, de assumir um outro mundo e de ser capaz de participar do cosmopolitismo moderno. Ademais, de forma minuciosa, a SAPE soube preservar algumas regras performativas ao longo do tempo. A rigor, há uma atenção voltada às formas e silhuetas dos ternos, à escolha da palheta das cores pelo uso do “bloco de cores” (*color block*¹³) e para o campo da ética, a partir do qual os Sapeurs desenvolvem uma refinada percepção para a gestualidade corporal. Nesta

¹³ Norma de utilização de cores pela *Sapeologie*, na qual as cores devem ser utilizadas em gradação cromática ou em contraste complementar por três ou por quatro cores. Tal norma foi adotada como tendência e difundida como moda nas coleções do verão em 2009/2010. Bloco de cores se refere ao estudo cromático para a composição de estilo (*styling*). Geralmente são utilizadas três ou quatro cores primárias e secundárias, propondo combinações com as peças do vestuário como o costume, os ternos, as meias, os lenços, os *foulards*, os chapéus e as gravatas.

perspectiva, as transformações das ações e dos modos de vida configuram-se pela complexidade cultural, relacionando-se com a cultural musical, com a dança e a literatura africana. Os Sapeurs tornaram-se personagens das canções da Música Pop, de textos literários, das pinturas e dos espetáculos de performance ligados à dança contemporânea, como podemos ver no trabalho dos fotógrafos Héctor Mediavilla (2004) e Daniele Tamagni (2011), e no do pintor congolês contemporâneo JP Mika (2014).

FIGURA 3 - LE SAPEUR, HÉCTOR MEDIAVILLA, FOTOGRAFIA, SEM DIMENSÃO, 2004



Fonte: MEDIAVILLA, 2013, p. 73.

FIGURA 4 – LE SAPEUR, DANIELE TAMAGNI, FOTOGRAFIA, SEM DIMENSÃO, 2011



Fonte: TAMAGNI, 2011, n.p.

FIGURA 5 – LA SAPE, JP MIKA, PINTURA, ACRÍLICA SOBRE TELA, 160X140 CM. COL. PRIVADA



Fonte: FONDATION CARTIER, 2015, n.p.

No período dos anos de 1970, os Sapeurs retomaram os ensinamentos de André Grénard Matsoua¹⁴ (1899-1942), nos quais a proto-história da SAPE estaria intimamente relacionada às influências artísticas modernas. Charpy (2015) nos diz que Matsoua foi influenciado por Andre Gide, em especial, pelo livro *Viagem ao Congo* (1927), extraindo dessa obra algumas questões para pensar a transformação do modo de vida nas colônias. Ele desejava obter a independência de seu povo e de seu país por meios pacíficos, iniciando a partir desse momento um manifesto nos anos de 1930 para a libertação das colônias africanas. No momento de sua chegada nos anos de 1930, em Paris, ele interessou-se pelas linguagens da vanguarda artística, passando a conviver com artistas. A partir de então, houve uma mudança de perspectiva frente à percepção estética da arte.¹⁵

FIGURA 6 – PRIMEIRO GOVERNO CONGOLÊS, PRESIDENTE ABBÉ FULBERT YOUKU, BRAZAVILLE, 1960



Fonte: MEDIAVILLA, 2013, p. 16.

A importância de Matsoua para a SAPE se deveu ao fato dele se inscrever numa tradição que afirmava a supremacia do espírito como divisa para a reinvenção do sujeito moderno africano. Nesse estágio de reflexão, vale lembrar a máxima de Baudelaire (2011) que dizia ser moderno o sujeito que era capaz de se reinventar, criando uma ficção de si e de

¹⁴ Matsoua foi um dos primeiros líderes do movimento anticolonial no Congo nos anos de 1930. Ele fundou, nessa época, um movimento semelhante ao dandismo, tentando desconstruir, contudo, os símbolos da ordem colonial, relacionando a cultura do vestuário às novas formas de pensar da cultura política africana. Ele inscreve através da sua elegância o seu desejo de libertação e a sua independência, traçando conseqüentemente uma íntima relação entre o corpo e a política.

¹⁵ Lembra-nos Huyssen (2014, p. 21) que foi pelo modernismo que se integrou à linguagem de alguns artistas outras instâncias culturais que eram recusadas pela tradição academicista. Vale ainda ressaltar que alguns dândis participavam de movimentos políticos abolicionistas e anti-imperialistas, algo que contribuía para provocar uma fusão entre diferentes culturas e diferentes linguagens.

sua imagem pela elegância. Matsoua compreendeu exatamente esse imperativo moderno, enroupar-se atribuía uma configuração imprevista ao espírito. Dandificar-se expressava a emergência da construção do gesto performativo do sujeito e das práticas vestimentares como forma de resistência da luta anticolonial. A difusão do dandismo em vários territórios e em várias culturas, dentre elas, a cultura africana, nos leva a indagar como a sua teoria foi interpretada e decodificada pela SAPE.

O cosmopolitismo evocado pela literatura finissecular teve um importante papel nesse intercâmbio criativo para a ampliação das geografias do modernismo. É nesse sentido que a aura do dandismo adentra no imaginário cultural africano, porque os dândis representavam a primeira manifestação do processo de subjetivação do homem moderno. O dandismo figurava a promessa do capital de visibilidade para alguns jovens africanos, a elegância os permitia se inscrever socialmente por meio da construção de sua imagem. A imagem social tornava-se, então, uma categoria de valor estético associado à capacidade de realizar uma performance de sua aparição no espaço social. Assim como o dandismo, a SAPE também recusa a vulgaridade e o pauperismo, legitimando a elegância como uma espécie de *arte de viver*. A importância de Matsoua para a SAPE se deve ao fato de ele se inscrever numa tradição que afirmava a supremacia do espírito como divisa para reinvenção do sujeito.

De acordo com Charpy (2015), Matsoua morou no Congo entre 1919 e 1921, onde vivenciou as crises sociais e políticas. Depois, ele se uniu ao corpo da infantaria senegalesa, dirigindo-se para a França. Instalou-se em Paris em 1926, onde iniciou seus estudos em cursos destinados aos colonos. Matsoua exprimiu a recusa da colonização, influenciado pela cultura jovem do Quartier Latin, inscreveu-se através da elegância o seu desejo de libertação e a sua independência. Com isso, ele traçou a relação entre o corpo e a política. Ele também se integrou aos outros imigrantes africanos, sendo apresentado aos intelectuais franceses que militavam contra os processos de colonização. Matsoua foi preso e escapou da prisão em 1935, retornou a Paris utilizando o pseudônimo André M'Bemba Loukéko-Kivoukissi, cujo significado era “Salvador-Libertador”. Contudo, ele foi capturado em 1940, sendo enviado para um campo de trabalho forçado durante a ocupação da França pelos nazistas. Ele faleceu em 1942, deixando como legado a ideia da inseparabilidade da autonomia individual nas relações culturais, sociais e políticas. A influência de sua obra para a SAPE está ligada à ideia de liberdade ao mesmo tempo em que sugere uma relação política de resistência com o colonizador europeu.

Seguindo o escopo do texto de Charpy acima citado, a imagem de Matsoua estaria relacionada ao sentido da “inversão do espelho”, uma tática dialética a partir da qual o estatuto do poder do colonizador desloca-se para o lugar do imigrante. Como consequência, desenvolve-se uma tensa relação de incorporação como estratégia de transcrição dos hábitos do estrangeiro como ação de resistência para a libertação. Essa estratégia implicava na reconstrução do imaginário a respeito do Outro. Nesse contexto, a reinvenção do sujeito poderia afirmar-se como um modo de ação subversiva ao reivindicar para si uma

estética universal; esse é essencialmente o ponto de contato entre a filosofia do dandismo e a SAPE.

A SAPE inverteu a lógica do colonizador devolvendo-lhe o *status* do imigrante, diante disso, ela possibilitou ao homem africano incorporar em sua prática vestimentar alguns códigos simbólicos da filosofia dândi. Ao adotar a lógica da distinção social, o Sapeur pôde negociar os seus espaços de interação, reivindicando para si o direito à visibilidade. A elegância foi a estratégia adotada para o direito à ação e à fala, criando um campo imaginário de forças no espaço público. Desse jogo pelo qual o sujeito se refaz, o artifício da prática vestimentar da SAPE foi transfigurado em poder, pois a imagem do homem africano elegante teatralizava o pertencimento do homem negro no espaço simbólico do poder. Os Sapeurs incorporam os gestos europeus para não se sucumbirem ao domínio colonial. A relação mímica foi compreendida como um tipo de dialética da imagem porque a relação estabelecida entre o colonizado e o colonizador era mantida pelo desejo de assimilação da aparência de poder. A reprodução do modelo estético do modo de vestir europeu nada mais era do que um gesto de resistência: uma revolta pelo artifício.

De acordo com Charpy (2015, p. 27), a palavra SAPE estaria concatenada aos movimentos migratórios e a política cultural que se desenvolve no mundo moderno pelo fenômeno temporal da moda. Nesta perspectiva, inferimos que a moda seria responsável por desconstruir as estruturas das culturas locais em favor de uma linguagem da novidade nos espaços modernos cosmopolitas. A novidade das práticas culturais urbanas difundidas pelo fenômeno da moda no Congo tiveram como princípio regulador questionar as estruturas dos discursos de poder. As inovações que confrontavam as tradições visavam, de fato, a uma promessa de liberdade para o futuro.

A dimensão política da aparência: o artifício como revolta.

As tensões políticas e culturais entre africanos e europeus não são expressas apenas pelo choque cultural, elas também encontram nas expressões das artes um meio para apresentar a perturbação do sistema de classes, raças e gênero. Bazanquisa (1992, p. 151) aponta para a importância da disputa pelo poder como fulcro do movimento SAPE. Segundo ele, a rivalidade entre as etnias e seus subgrupos potencializaram o uso de tais artifícios para que se explicitasse a conquista territorial no período colonial. Há, de acordo com a sua pesquisa, algo fundamental que une a fundação do Estado congolês e a prática da SAPE na região do Bacongo. No momento em que houve a assinatura do Tratado de Paz entre congoleses e franceses, o território foi dividido por três etnias: Kongo, Mbochi e Téké. Essas etnias eram compostas por subgrupos que coexistiam de forma conflituosa no país. Como uma forma de apaziguar os enfrentamentos étnicos, a estrutura imperial estabeleceu uma política orientada para divisão norte e sul: a região mais ao norte era coordenada pela França e, ao sul, pela Bélgica. No entanto, apenas duas etnias alternaram frequentemente a tomada pelo poder e foram as linhagens do Kongo e do Mbochi. Como

consequência, a cultura francesa difundiu-se largamente potencializando a força para a identificação nacional com a etnia Kongo, referência que foi mantida até 1963. E foi justamente nesse momento que se construiu uma cultura urbana na qual as referências universais do dandismo foram incorporadas como forma de confrontação frente às políticas coloniais da França. Dessa maneira, a imagem construída da SAPE é um modo de apropriação cultural como forma de revolta do povo africano frente à ocupação territorial francesa. Com a Proclamação da Independência em 13 de agosto de 1960, Fulbert Youlou foi eleito presidente e, nesse momento, iniciou-se um movimento de independência cultural do povo congolês. Os múltiplos aspectos desses conflitos resultaram numa bipolarização: de um lado, a tentativa de apresentar a modernização dos costumes tradicionais e, por outro lado, uma forte resistência nacionalista às mudanças relacionadas à incorporação desses novos modos de existência entre os homens africanos.

Pontua Mabanckou (2013, p. 25) que para muitos pesquisadores a origem da SAPE remonta a tradição pré-colonial, ela estaria concatenada aos rituais da realeza congoleza, inclusive, segundo o autor, muitos Sapeurs comungariam com essa ideia. No entanto, ele sublinha que o culto dos tecidos (*Kitendi*) praticado pelos Sapeurs não contemplaria a *artesanía* tradicional africana. Contudo, como nos explica Bazanquisa (1992), a partir de 1963, no momento do Golpe de Estado liderado por Massamba-Débat, o retorno à tradição africana torna-se um violento imperativo político no país e as referências coloniais tornam-se extremamente negativas. Por isso, a genealogia do movimento tornou-se ainda mais paradoxal, porque a nacionalização dos costumes imposta pelo Estado confrontou-se com o espírito de ruptura e o com desejo de libertação dos homens congolezes. Por essa razão, quando alguns autores aproximam a SAPE das tradições africanas, seria impreciso apontar se tal “reverência ancestral” seria uma forma de sucumbir esse movimento urbano ao violento regime socialista introduzido no Congo ou se seria mais uma vertente relacionada à genealogia da SAPE como uma expressão intercultural.

Ainda de acordo com Bazanquisa (1992), depois de 1968, o regime militar liderado pela etnia Mbochi radicalizou ainda mais as diretrizes nacionalistas. O Golpe de Estado instaurado fundou uma nova ordem política e cultural e, por esse motivo, tentaram romper com a influência francesa no território congolês. Em 1977, após o assassinato de N’Gouabi, ascendeu ao poder o coronel Sassou e, por ele representar a etnia Mbochi, intensificou-se a disputa política com a etnia Kongo. Como a etnia Kongo era um polo importante de difusão do imaginário da cultura francesa, interditou-se o movimento SAPE. O movimento marginalizou-se e tornou-se uma ação clandestina, muitos jovens foram presos e torturados por se vestirem ou se encontrarem nos clubes noturnos. Entretanto, dois anos depois houve uma grande valorização das *comodities* do petróleo, fator central para o crescimento econômico do país no qual alguns ministros e representantes da cultura popular cercaram-se de jovens Sapeurs. Como consequência, a imagem elegante do Sapeur deslocou-se para a classe política congoleza e, paradoxalmente, a imagem luxuosa da SAPE tornou-se um referencial para a representação simbólica do poder político no Congo.

Durante os trinta anos da ditadura de Mobutu¹⁶ para impedir a influência da cultura ocidental no Congo, o ditador interdito o ensino de língua estrangeira, as moedas e os costumes vestimentares. Ele criou o vestuário denominado como “baixo costume” (*l’abacost*)¹⁷, que era uma veste próxima do hábito tradicional africano, inspirada no uniforme socialista de Mao. Essa roupa fazia parte de uma convenção local que interditava o uso de roupas que sugerissem a colonização cultural no país (JACOB, 2019, p. 72). Desse modo, a partir dos anos de 1970, a SAPE tornou-se um movimento de resistência, praticamente marginal, entre os jovens congolezes; foi uma expressão encontrada para resistir às restrições impostas pela ditadura de Mobutu. Ao longo das inúmeras e extensas guerras civis, o movimento SAPE representou uma forma de expressão política, por intermédio da qual os homens lutavam pacificamente contra o modelo de uniformização dos costumes. Há relatos de que, dentro do conflituoso contexto social e político da República Democrática do Congo, os Sapeurs tentavam resistir à tentativa de assujeitamento imposto pelo Estado autoritário. O culto ao vestuário reivindicado pela SAPE designaria um tipo de tecnologia de si, utilizada como estratégia identitária.

O trânsito entre o uniforme militar e o vestuário de luxo dos Sapeurs exprimiu o choque cultural: local *versus* universal. Daí, o imaginário simbólico nacionalista colidia com o desejo transnacional dos costumes cosmopolitas. Com o passar das décadas, esse choque revelava a cisão cultural da República Democrática do Congo. A divisão entre norte e sul contribuía gradativamente para transformar o movimento de estilo SAPE em uma contracultura. Diante de tantos conflitos, a SAPE exprimiu a seguinte mensagem: “você têm o poder e o dinheiro, nós temos a SAPE e a educação” (BAZANQUISA, 1992, p. 156). A ambiguidade do movimento se apresentava na medida em que a política era paulatinamente deslocada para a experiência estética, e a experiência estética se transformava numa alegoria do contrapoder.

No fim dos anos 1980, a SAPE se consolidou como um movimento de estilo ligado aos modos de vida transculturais, exprimindo claramente uma luta simbólica pelo poder no campo social, pois os jovens reconhecidos como *Lutters*¹⁸ continuaram utilizando as estratégias do passado colonial como uma forma de resistir à violência do Estado militarizado. Em meio a inúmeros golpes e guerras civis, a SAPE fundamentou-se como um movimento pacifista que resistia às ditaduras militares. A partir das divisas “deixemos as armas e vestimo-nos elegantemente” ou “existe a SAPE quando há paz” (ME-DIAVILLA, 2013, p. 7, tradução nossa), produziu-se um discurso político fundamentado

¹⁶ Ao proferir um Golpe de Estado em 1965, Joseph-Désire retoma a antiga tradição africana e passa a utilizar o nome Mobutu Sese Seko Kuku Ngbendu Waza banga (o guerreiro todo-poderoso e vitorioso que vai de vitória em vitória sem que nada possa pará-lo). Essa mudança é uma espécie de elogio à cultura mítica nacional, de forma a confrontar o passado do Congo como uma colônia dividida entre os franceses e os belgas (JACOB, 2019, p. 72).

¹⁷ Tradução nossa para a contração da expressão francesa à bas le costume – um tipo de manifesto que proibia o uso do costume europeu.

¹⁸ Jovens lutadores que resistiam à ditadura militar por intermédio de uma resistência pacífica, utilizando as linguagens culturais para se rebelarem contra o militarismo.

pela produção da imagem dos corpos. A performatividade dos corpos evidenciava a ação política que utilizava a elegância como uma estratégia de poder. A luta política deslocou-se para o processo de estetização dos corpos, e a disputa de forças do poder passou a existir como espetáculo. A adoção do vestuário e dos costumes europeus esteve intimamente associada às tensões no processo de comunicação da (re)escritura dos corpos no espaço social. A estetização dos corpos era uma forma de poder do artifício que instituía a politização dos corpos no espaço da aparência.

Esta matriz histórica orienta o entendimento da SAPE como um modo de revolta pelo artifício. A presença da grande maioria dos Sapeurs no Bacongo revela a forma como a herança do dandismo francês no imaginário da etnia Kongo representava um discurso político não verbal e pela performatividade da existência. Os Sapeurs encarnavam a representação simbólica da herança colonial francesa como parte assimilada da identidade transnacional. A ascensão dos Mbochi ao poder, ao contrário, exprimiu uma luta contra o imaginário cosmopolita moderno, deslocando a SAPE para uma existência marginal. Nesse contexto conflituoso entre as etnias, a SAPE tornou-se uma narrativa pós-colonial que reivindicava a liberdade quanto à ficção da sua origem e quanto à estetização do cotidiano da vida urbana.

Em função disso, o fenômeno da SAPE é extremamente complexo porque ele transita entre o onírico e o real. Gondola (1981, p. 15) nos explica que as transformações culturais são reconfiguradas neste espaço do onírico porque a manifestação criativa das novas práticas sociais é reestruturada em condutas que se desviam da realidade da vida cotidiana. Como questiona Mabanckou (2013, p. 20): a SAPE seria uma independência dos corpos ou uma alienação cultural? Seria uma herança da resistência da autonomia do sujeito no campo de força política do espaço social ou apenas uma tentativa de adotar para si o outro imaginado pelo coletivo social fomentado pelo fenômeno da moda? Para responder às questões propostas por Mabanckou, talvez seja importante retomarmos algumas considerações de Coblenze (2018) sobre o dandismo.

O Outro imaginado: o Dandismo e a SAPE

Como estudamos até o momento, analisar a origem da SAPE sob a ótica do dandismo requer que transitemos por campos científicos distintos. Ambos, o dandismo e a SAPE, representam um tipo de arejamento histórico pelo atravessamento da ficção no centro de suas narrativas genealógicas. O dandismo tem em seu cerne elementos interculturais que articulam as culturas da moda masculina advindas da Escócia e da Inglaterra, bem como os elementos da crítica literária francesa. O dandismo dependeu efetivamente da indistinção entre mito e história, porque o seu processo de transmissão fundiu as narrativas memoriais da literatura e os ensaios críticos sobre o tema escrito pelos dândis que eram literatos no século XIX. A ação estética desenvolvida pela difusão do dandismo e pelo surgimento da SAPE estaria no âmago dessa questão.

Aqui, nos encontramos com a fusão entre moda, arte, história e política, ao mesmo tempo em que nos deparamos com as discussões sobre a construção de como uma cultura

visual, cultura que explicita a relação entre a unidade-diversidade nos processos de reconhecimento identitários apresentando-nos como o Outro, poderia ser recorrentemente imaginada e reinventada. Como sugere Glissant (1990, p. 26-27), a paixão por se definir, na época do nomadismo invasor, desloca o sentido da raiz para o movimento, o que nos leva a perceber que o centro e a periferia se tornam equivalentes. Se o colonizador seria um modelo de raiz movente, o colonizado, por sua vez, poderia adotar a pulsão totalitária da raiz única e não de uma relação fundadora com o Outro. O “Outro imaginado” pela prática vestimentar dos Sapeurs estaria associado aos processos de difusão de um imaginário universal advindo do campo da arte, algo que seria da ordem da subversão da raiz. Para Glissant, a subversão da raiz seria semelhante ao modelo da “dialética do desvio” porque fundamentaria as múltiplas relações que podemos estabelecer com o Outro. Se adotarmos o entendimento do autor, compreenderíamos a relação dos Sapeurs com o Dandismo como um exemplo da “poética da relação”.

Como sugere Appadurai (1996, p. 59), existe uma relação análoga entre o trabalho da imaginação e a aparição do universo político pós-nacional. Sem o recuo que confere o trajeto global alcançado pela ideia de nação, dificilmente conheceríamos de forma clara o papel que a imaginação vai interpretar na era pós-colonial. Em particular, no processo de difusão de imagens pelos modernos meios de comunicação de massa, nas mídias eletrônicas e nos novos meios de troca de informações culturais. As diásporas públicas têm um papel fundamental na difusão dos costumes e na transformação do imaginário de um determinado território. Dessa maneira, podemos dizer que há uma íntima relação no trabalho da “imaginação do Outro” com a aparição das culturas pós-coloniais. É impossível determinar a separação entre os fatos históricos e o imaginário popular, pois a aproximação do campo da literatura ao campo das artes visuais modificou a relação entre as fronteiras da ficção e da realidade. O que sabemos é, como afirma Coblenz (2018, p. 15, tradução nossa): “o fascínio do Dandismo está em permitir ao homem moderno encontrar uma energia capaz de fomentar a atividade altamente paradoxal de se reinventar”.

A perfeição do personagem opera a captura do instante; ela é a criação sempre recomendada. O dândi faz obra do efêmero, sendo, em si mesmo, a criação mais efêmera. O dandismo, segundo Coblenz, pode ser definido como o espírito moderno de transformar a si mesmo em sua obra de arte, sendo um modelo do desafio moderno de criação: a fabulação do sujeito. Como potente ficção, o sujeito moderno está fadado a inúmeras transformações, desde as condições sociais do seu nascimento até as circunstâncias políticas da sua morte. O dândi é, portanto, este sujeito integrado às transformações históricas do tempo. Devido a isso, é possível encontrar os dândis em épocas, lugares ou territórios diferenciados. O sentido central do dandismo é: pensar a criação de si mesmo como uma obra de arte. Portanto, a ação do dândi não consiste apenas em vestir-se elegantemente, mas reinventar-se artisticamente no seio de uma sociedade. Essa questão reverbera entre os Sapeurs, pois são sujeitos em busca de uma reinvenção de si no espaço social e na história.

FIGURA 7 – LE SAPEUR, HÉCTOR MEDIAVILLA, FOTOGRAFIA, SEM DIMENSÃO, 2004



Fonte: MEDIAVILLA, 2013, p. 50.

Para Coblence (2018), a ideia de ação na criação de si é o que determina a noção política do dandismo. Contudo, essa tarefa da criação e do processo de subjetivação não estaria vinculada somente à instância do *self*, ela está intimamente relacionada ao espaço da aparência e às instâncias do poder, porque ambos, espaço da aparência e potencial de poder, são responsáveis por conduzir a ação do sujeito na esfera pública. O que se constitui nesse caso é a instância relacional entre a efetivação da ação de criar a si mesmo e apresentar-se na esfera pública.

Coblence apresenta a dinâmica entre palavra e ação para pensar a dimensão política do dandismo. Essa dimensão é dada na medida em que, pela aparência, pode ser desvelada a instância identitária do sujeito, pois a construção da aparência é uma ação estetizante que alicerça a interpretação do sentido e da comunicação. Desse processo, manifesta-se a construção do Outro, o Outro imaginado é resultante de um duplo trabalho, tanto social quanto político. Assim, o corpo que aparece para o outro seria uma ontologia da dimensão política, porque ele nasce da relação de força entre os homens que agem e os homens que falam. A dimensão política dos corpos depende da forma como nos apresentamos aos outros e da maneira como a nossa aparição é compreendida.

A obra do dândi, quer dizer, a obra que é o dândi, antecipa esse olhar sobre a noção contemporânea de obra: obra instável, movente, fugitiva e evanescente, confrontada por acaso de sua criação ou confundida com a duração mesma da

sua fabricação, *work in progress*, obra flexível e mutável, a obra atada ao tempo, não pelo domínio ou pelo sobrepujar o apagamento da vida pela eterna verdade que ela revela, mas para esvanecer com ele, dentro das duas dimensões do instante inacessível e do processo de modificação. A obra, nesse sentido, nos transporta dentro da dimensão da fragilidade ou da fugacidade, quer dizer, de uma futilidade que passa da esfera da necessidade e do processo biológico a uma da repetição que se inaugura a cada instante como um novo começo (COBLENCE, 2018, p. 17, tradução nossa).

Para Coblence, o dândi encarna o mito moderno, unificando o local e o universal. O poder do artifício nada mais é que uma estética do simulacro, no qual o real e o fictício são inseparáveis. Aos olhos da sociedade, o dândi é uma espécie de soberano das coisas impermanentes, no entanto, o dândi figura na modernidade a capacidade de espiritualizar tudo aquilo que é efêmero. Ele é a personagem que encarna a incerteza da sua própria existência. O dândi afirma a vocação do homem moderno para a mudança.

A herança deixada para a filosofia SAPE é justamente o que Coblence denomina “obrigação da incerteza”. Seria a aventura essencialmente transitória e situacional a partir da qual o dândi rasura o desenho social determinista da imagem masculina: “o dândi se mostra habitado pela incerteza de ser. Ele reforça a instabilidade inevitável por esse que segue a moda por uma obrigação da incerteza” (COBLENCE, 2018, p. 27, tradução nossa). Assim, não seria a roupa o elemento mais importante para se compreender o dândi ou o Sapeur, mas sim o espírito capaz de animar o desejo pela transformação dos corpos a fim de fundamentar uma nova aparência de si mesmo.

A SAPE herda essa “obrigação da incerteza” ao propor um novo modelo para o homem africano, ao negar a imagem da miséria e ao assumir as contradições das contaminações culturais. A ação estética dos Sapeurs se politiza na medida em que se aceita a elegância como imagem da incerteza, através da qual somos convidados a problematizar o lugar de fala do homem africano. Lugar que não estaria vinculado à violência ou à pobreza, mas é o lugar no qual ele nos mostra ser capaz de (re)criar a sua imagem. Ao portar um costume, o Sapeur nos diz que não é o costume que elabora os fundamentos da SAPE, mas sim os gestos do sujeito que constroem a ação capaz de transformar a imagem do Sapeur. Algo muito semelhante ao que Balzac (2009, p. 95) dizia sobre a capacidade do espírito modelar o porte de um costume: “a toaleta não consiste tanto na roupa quanto numa certa maneira de vesti-la”. Como uma alegoria poética dos heróis pós-coloniais, os Sapeurs encarnam a posição estética-política como tentativa de confrontar o imperativo das imagens de si produzidas pelos europeus. A metamorfose de si é a estratégia utilizada para se distinguir da massa e, ao mesmo tempo, do determinismo da sua realidade social imposta pelo olhar do europeu sobre a África.

Saber amarrar a gravata, caminhar de uma certa maneira, inflar as bochechas – ou, na língua do Sapeur, “bombear o ar” – tornam-se gestos cuja significação escapa ao “Taureau sans Allure”, àquele que não é do meio. Tudo está no “aspecto”, nessa fineza que faz com que qualquer roupa usada por um Sapeur adquira automaticamente uma “outra dimensão”. Os iniciados diziam: deem um costume Francesco

Smalto ou Gianni Versace a um *Taureau sans Allure*, o resultado será forçosamente catastrófico! Não se usam vestimentas com os olhos fechados. Existe a maneira, os gestos que o acompanham, tudo é calculado com o propósito de significar o menor detalhe que acrescentaria elegância àquele que usa a roupa e daria valor acrescentado ao seu corpo (MABANCKOU, 2013, p. 21, tradução nossa).

O espírito da SAPE congoleza reclama a autenticidade como direito para constituir o sujeito como uma obra de arte. Daí, ela apresenta o modelo de revolta como experiência estética, situando este movimento de estilo no limiar do apagamento de sua origem cultural africana. A aproximação ao dandismo dá-se somente pela instância universal; pois temporalmente o Sapeur é capaz de reconhecer a *transcrição* do seu gesto porque ele encarna o gosto pelo artifício ao adotar a atitude de gesticular e vestir de acordo com a estética cromática africana. A perfeição do gesto africano da SAPE (Figura 8) pode ser compreendida pelos registros singulares do movimento: contradições entre o luxo e a precariedade, elegância intelectual contraditória, importância social do prazer de agradar (algo completamente diferente do registro dândi, que intentava a indiferença e a insolência).

FIGURA 8 – LA SAPE, DANIELE TAMAGNI, FOTOGRAFIA, SEM DIMENSÃO, 2004



Fonte: TAMAGNI, 2011, n.p.

Lembra-nos Maunac e Santos (2013, p. 150) que essa transmissão cultural pode resultar numa assimilação do poder de forma tautológica, fazendo-se esquecer do ponto principal: que tipo de sonho de vida pode estar sendo difundido pelas imagens dos Sapeurs? É

importante que nos lembremos que a SAPE funciona como um espelho às avessas, porque devolve aos olhos da sociedade branca a imagem de que a comunidade preta pode apresentar, com marcas de luxo e aspirar igualmente ao mundo hedonista europeu.

La SAPE: vestir como ação performativa da re-existência

A ação performativa dentro de uma instância coletiva nos direciona para a seguinte questão: por que esses homens africanos criaram uma sociedade elegante? Ainda que a pergunta possa apresentar-se de forma retórica, a sua articulação nos leva a pensar o momento em que surge no seio deste grupo a noção de coletividade. Torna-se curioso pensar que o termo sociedade implica na diferença das camadas sociais pela divisão do trabalho, mas para a SAPE, assim como para o dandismo, o termo sociedade não designa um sistema de necessidades, ao contrário, os membros deste grupo compreendem que a coletividade estaria concatenada à criação de ações para edificar as tecnologias de si para obterem a satisfação pessoal para um bem coletivo: a imagem de si como uma forma de re-existência. Esta resposta nos conduz a uma segunda pergunta: por que uma sociedade de homens cortesões e elegantes na África? Para que a forma de agir coletivamente e de conviver possam escapar à esfera da necessidade. As razões aqui descritas estão circunscritas à dimensão espiritual, uma sociedade destinada à partilha da experiência estética coletiva com uma razão política para a existência do homem preto. O vestir torna-se a ação política de uma busca pela liberdade, porque sem a liberdade não há nem mesmo política. A causa desta ação performativa seria a visibilidade para afirmar uma condição diversa das formas de existência.

FIGURA 9 – SAPEUR KVV MOUZIETO, D. TAMAGNI, FOTOGRAFIA, SEM DIMENSÃO, 2011



Fonte: TAMAGNI, 2011, n.p.

FIGURA 10 – 100% PAPIER, CEDA JAPON, FOTOGRAFIA YVES SAMBU, KINSHASA, 2013



Fonte: PALAIS DE TOKYO, 2011, p. 89.

A SAPE compreende a prática corporal como uma tecnologia de si, como um conjunto de práticas que auxiliam na criação de um *self* estetizado. Para os Sapeurs, a reinvenção de si corrobora a independência do sujeito pelos atos estéticos ligados à construção de sua aparência. A SAPE inverteria a lógica do colonizador devolvendo-lhe o *status* do imigrante no território africano, pois o seu modo africano de vestir adotaria uma lógica cultural híbrida com alto valor distintivo. O Sapeur e a Sapeuse negociariam os seus espaços de interação, reivindicando para si o direito à visibilidade e à diferença quanto ao legado vestimentar europeu. Os Sapeurs perturbariam a lógica excludente da cultura de consumo da moda contemporânea, deslocando o uso do vestuário para o âmbito performativo da SAPE.

Como vimos anteriormente, quando houve a assinatura do Tratado de Paz entre congoleses e franceses, o território foi dividido por três etnias: Kongo, Mbochi e Téké. A divisão entre norte e sul é essencial para compreendermos as diferenças de estilo entre os Sapeurs do Bacongo e de Kinshasa. A forma como estes estilos lidam com o poder representa um pouco do seu gesto performativo: a região norte mais clássica, com influência francesa, e a região sul, com seu ímpeto anárquico, com a influência belga (Figuras 9 e 10). Ao longo das inúmeras e extensas guerras civis, o movimento SAPE representou uma forma de expressão política por intermédio da qual os homens lutavam pacificamente contra o modelo de uniformização dos costumes. Como sugere Maunac e Santos (2013, p.151), a SAPE desvela os preconceitos etnocêntricos dissimulados pelo materialismo histórico, em particular, para os que consideram amoral um ato de resistência pelo campo da moda e do luxo. Dentro dessa crítica, torna-se válida a pergunta levantada pelas pesquisadoras: “quem somos nós para recusar o direito do outro de sonhar?” Este sonho transfigura-se, igualmente, em imagens

por intermédio de performances dos coletivos artísticos que relacionam arte, design, artesanato, dança e moda. A exposição *Les Bord des Mondes*, realizada sob a curadoria de Rebecca Lamarche-Vadel no Palais de Tokyo (2015), apresentou a forma como a SAPE desloca-se dos ritos cotidianos para a práxis artística. No campo da arte, o ato de enroupar-se evidencia o estreito laço entre as diversas linguagens e os campos, sobretudo quando se observa a forma como as roupas orientam os gestos corpóreos (Figura 11). É neste momento que o espírito anima a matéria de forma a criar uma arte da aparição. A insubmissão à miséria dessa identidade exigente da SAPE cria valores voláteis para se adaptar à obrigação da elegância: a incerta herança do dandismo.

Considerações finais

Apresentamos uma abordagem sobre a SAPE e a incursão da sua ação vestimentar como um processo de performatização do sujeito. Retomamos o sentido dos clubes masculinos da antiga sociedade para recriar uma espécie de “aristocracia imaginária”, na qual o corpo tornava-se uma metáfora para abordagem das questões sociais, políticas e culturais. A SAPE funcionou como um movimento de estilo a partir do qual os colonizados mimetizaram as tecnologias sociais dos colonizadores para que pudessem participar de uma luta simbólica nas relações de poder. Os Sapeurs figuram uma revolta estetizada a fim de introduzirem no seio da sociedade africana uma nova imagem do herói. Este ator introduz a moda no centro da ação política para reivindicar visibilidade e acesso às insígnias de poder de uma sociedade de consumo.

Compreendida como uma arte dos gestos, a SAPE foi considerada em sua origem como uma forma de delinquência, sendo interdita por inúmeros governantes no Congo. O movimento cumpriu um importante papel na construção de uma imagem simbólica para o povo congolês, porque lhe permitiu participar da experiência moderna da reinvenção de si orientada por um ideal universal de beleza e elegância. O movimento também explicita as contradições políticas e sociais dos códigos vestimentares de luxo na medida em que permite às pessoas advindas de meios sociais populares adotarem o consumo conspícuo da elite como um modelo paradoxal de revolta e de distinção social.

A SAPE expressa uma expansão da arte no campo da performance, introduzindo o ato vestimentar no campo das poéticas corporais. Essas ações nos apontam para a maneira como a estetização da vida cotidiana participa ativamente de um modo de resistência no qual a existência do sujeito adentra a ficção da imagem. A aparência torna-se um vestígio sensível do território cultural, o corpo enroupado do Sapeur torna-se um ato de re-existência, no qual o sujeito africano luta por sua elegância como um culto à existência ante o olhar do outro. A ação de torna-se visível por meio de uma sociedade expressa como o fenômeno da moda está associado à condição plural da humanidade. A moda participaria, portanto, de um espaço fundamentalmente político: a nossa própria aparência. A virtude da ação institui, aqui, a aparição como uma nova maneira de luta política, ser um Sapeur significa, igualmente, a liberdade como razão de ser do sujeito político.

Referências

APPADURAI, Arjun (org.). **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008.

BALZAC, Honoré de. *Traité de la Vie Élégante*. In: FLORENSAC, Jean. **Les Dandys**. Paris: Le Chat Rouge, 2013. p. 117-166.

BAUDELAIRE, Charles. *Œuvres Complètes*. Paris: Robert Laffont, 2011.

BAZANQUISA, Rémy. La Sape et la Politique du Congo. **Journal des Africanistes**, t. 62, Fascicule 1, p.151-157, 1992. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/jafr_0399-0346_1992_num_62_1_2343. Acesso em: 5 jul. 2021.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Tradução de Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obras Escolhidas, 1)

CHAKRABARTY, D. **Provincializing Europe**: Postcolonial Thought and Historical Difference. New Jersey: Princeton Press, 2000.

CHARPY, Manuel. Les Aventuriers de la Mode. Les sapeurs congolais à Paris et l'usage de la mode en migration (1890-2014). **Hommes & Migrations**, n. 1310, p. 25-33, 2015. Disponível em: <https://journals.openedition.org/hommesmigrations/3146>. Acesso 5 jul. 2021.

CIRIEZ, Frédéric. **Mélo**. Paris: Verticales, 2013.

COBLENCÉ, Françoise. **Le Dandysme, obligation d'incertitude**. Paris: Klincksieck, 1998.

COULIBALY, Daouda. **La consommation de luxe vestimentaire comme processus de survalorisation de soi, de surconformité et de confiscation** : le cas des Sapeurs Noirs Africains. Thèse (Doctorat en Sciences de gestion) – Lille: Lille 1, École doctorale Scieces économiques, sociales, de l'aménagement et du management (Villeneuve d'Ascq), 2013.

FANON, Frantz. **Peau Noire, Masques Blancs**. Paris: Folio, 1952.

FONDATION Cartier. **Beauté Congo 1926-2015**. Paris: Fondation Cartier, 2015.

GONDOLA, Didier. La SAPE des Mikilistes : Théâtre de l'artifice et représentation onirique. **Cahiers d'Études Africaines**, v. 153, p. 13-47, 1999.

GLISSANT, Edouard. *Poétique de la Relation*. Poétique III. Paris: Gallimard, 1990.

HUYSSSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente**: Modernismos, Artes-Visuais, Políticas da Memória. Rio de Janeiro: Contraponto, 2014.

JACOB, Yvane. **Sapé comme Jadis**: 60 Histoires de Gens Importants. Paris: Laffont, 2019.

LEWIS, Shantrelle P. **Dandy Lion**. New York: Aperture, 2017.

MABANCKOU, Alain. L'Art de se Vêtir Chez Les Sapeurs Congolais: Independance du Corps ou Aliénation Culturelle? In: MEDIAVILLA, H. **SAPE**. Paris: Intervalles, 2013. p. 20-25.

MAUNAC, Sandra; SANTOS, Mônica. Un Rêve d'Aller-Retour: La Sape Congolaise. In: MEDIAVILLA, H. **SAPE**. Paris: Intervalles, 2015. p. 146-151

M'BEMBA-NDOUMBA, Gaston. **Ces Noirs qui se blanchissent la peau** : la pratique du "maquillage" chez les Congolais. Paris: L'Harmattan, 2004.

MEDIAVILLA, H. **SAPE**. Paris: Intervalles, 2013.

MoCP – Museum of Contemporary Photography. **Dandy Lion**: (Re)Articulating Black Masculine Identity. New York: MOCP, Apr.-Jul. 2015.

MONTANDON, Alain. Avatars: Muguet, Mirliflor, Macaronis, Muscadins, Incroyables, Fashionables, Gandins, Gants Jaunes, Lions, Cocodès, Gommeux, Crevés. In: _____. **Dictionnaire du Dandysme**. Paris: Honoré Champion, 2016. p.70-79.

PALAIS DE TOKYO. **Le Bord du Monde**. Paris : Palais de Tokyo SAS, 2015.

SCHIFFER, Daniel Salvatore. L'Art du Dandy. In: **Le Dandysme, dernier éclat d'héroïsme**. Paris: Presses Universitaires de France, 2010. p. 83-101.

THE YAYAS de L'Élégance. Direção: Marie-Jose Pavlovic. Paris: [MA in Visual Anthropology – MAVA – University of Manchester], 2012. (27 min), son., color. Disponível:
In: https://www.youtube.com/watch?v=iU_4-jB8RYw&t=192s Acesso 5 de Julho 2021.

TSAMBU, Léon; AYIMPAM, Sylvie. De la fripe à la Sape. **Hommes & Migrations**, n. 1310, p. 117-125, 2015.



A (des)ordem do corpo: costuras entre moda e gênero

*The (dis)order of the body: seams
between fashion and gender*

Pâmela Tavares de Carvalho¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1180-8315>

Luciana Carmona Garcia²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5280-4444>

[resumo] O presente artigo, ancorado nos estudos discursivos, a partir do método arqueogenalógico engendrado por Michel Foucault, tem como objetivo observar os mecanismos que constroem o corpo dito e visto nas linhas históricas, sociais e culturais como masculino, nas redes discursivas da Moda. De início contextualizamos a noção de acontecimento para que fosse possível tomar os enunciados que, em diferentes ordens, selecionam, organizam e re-direcionam os discursos que falam sobre o homem e/ou a mulher. Em seguida, procuramos demonstrar como o corpo - e seus significantes e significados - tem sido o objeto pelo que se luta no espaço da Moda. O corpus para o qual se volta nosso olhar analítico é formado por um ensaio-reportagem publicado pela revista Manchete, edição número 0652, ano de 1964, no qual fora possível observar que a Moda, ao inscrever-se na desobediência do corpo, pode ser capaz de (re)modelar-se na multiplicidade do masculino e do feminino, desestabilizando 'verdades' sobre as políticas determinantes do corpo, do gênero e das subjetividades.

[palavras-chave] **Moda. Aparência. Discurso. Corpo. Gênero.**

[abstract] This article, anchored in discursive studies, from the archeogenealogical method engendered by Michel Foucault, aims to observe the mechanisms, which frame the body image as described and seen in the historical, social and cultural lines as masculine, on discursive networks of Fashion. At first, we contextualized the acknowledgement of event making it possible to take the statements that, in different orders, select, organize and redirect the speech that talk about men and/or women. Then, we wanted to demonstrate how the body - and its signs and meanings - has been the object of struggle in the Fashion space. The corpus, to which our analytical gaze turns, is shaped by an essay-report that was published by Manchete magazine on the 0652nd edition in 1964, whereupon was possible to observe that the Fashion, by transgressing the body rules, would be able to (re)model itself in the multiplicity of masculine and feminine, destabilizing 'truths' about the determining policies of the body, gender and subjectivities.

[keywords] **Fashion. Appearance. Speech. Body. Gender.**

Recebido em: 11-04-2022

Aprovado em: 16-05-2022

¹ Mestre em Linguística (UNIFRAN). Doutoranda em Linguística pela Universidade de Franca (UNIFRAN); Servidora no Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia do Sul de Minas Gerais. E-mail: pamelatavarescarvalho@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1977032806776674>.

² Doutora em Linguística (UFSCar). Docente pesquisadora e coordenadora no PPG Linguística da Universidade de Franca (UNIFRAN). E-mail: lcgmanzano@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9059098295895752>.

Introdução

Dia a dia, ao colocarmos sobre o corpo tecidos modelados em meio a retas e curvas, diagonais e perpendiculares, construímos uma série de conexões que dão a ver o nosso modo de ser e estar enquanto sujeitos no mundo, sejam elas, entre tantas outras, pela linguagem, hábitos e experiências. Habitar um corpo, desde a sua nudez até a produção de sua exterioridade, é carregar consigo valores simbólicos construídos pelo contexto histórico e social na superfície da pele, dado que “não existe nada que possa ser chamado de corpo completamente ‘nu’, pois o corpo nu estará sempre ‘vestido’ [pelo social] (...). Removendo todas as roupas, não encontramos um corpo ‘natural’, mas um corpo moldado pela moda” (SVENDSEN, 2010, p. 89).

A construção da aparência envolve conceitos e práticas culturais corporificados, não somente por meio dos significados intrínsecos condicionados pelos dispositivos sociais, mas também por uma série de elementos com formas, cores e texturas, tais como as roupas e demais acessórios de moda que colaboram para a materialização de subjetividades, sejam elas para o romper dos limites identitários ou mesmo para corroborar com o conjunto de códigos, normas e valores culturais partilhados no espaço da sociedade contemporânea. Corpo e vestimenta formam, portanto, no âmbito da Moda, um exercício constante de modelagem a produzir sentidos em um dado momento e lugar.

Entre individualidade e coletividade, a Moda assume seu papel como símbolo de expressão social e cultural. Um sistema de significados que, junto à constante busca do sujeito pela identificação na sociedade atual, materializa-se por meio de discursos verbais e imagéticos nas necessidades, desejos, performances e subjetividades.

Azul para meninos, rosa para meninas; calça para homens, saias para mulheres. Da nudez da criança que nasce à performance do vestuário e gestos, o sistema da Moda, ao longo de anos, afirmou discursivamente um modelo dicotômico de corpo-identidades em relação aos espaços percebidos socialmente como próprio ao masculino e ao feminino. De acordo com Lipovetsky (2009, p. 29), a moda surge em uma direta relação com o dispositivo de controle dos corpos, esses estabelecidos como de homem ou de mulher, reforçando o binarismo de gênero.

Na busca por uma arqueologia dos saberes sobre a virilidade, lançamos luz nas condições de possibilidade que tornaram possível o discurso midiático da/na Moda sobre o corpo normatizado como masculino, com o objetivo de descrever a formação de um saber modelar da vida social que caracteriza o indivíduo como sujeito do masculino ou do feminino.

Para tanto, sustentadas teoricamente pelos estudos discursivos foucaultianos, dividimos nosso texto, além deste tópico introdutório, em dois momentos: inicialmente traçaremos uma breve discussão teórica, tomando a Moda como um acontecimento discursivo, ou seja, como resultante do atravessamento de diferentes práticas discursivas determinadas sócio historicamente. Na continuidade, a partir do movimento analítico, descreveremos como o corpo - seus significantes e significados -, no espaço da Moda, tornou-se objeto de luta.

Moda, um acontecimento discursivo

Michel Foucault (1987), em suas reflexões teóricas, ao dissertar sobre a noção de acontecimento, articulando-a às noções de atualidade e de problematizações, tematiza, no entremeio de ambas, o que se determina como uma ontologia do presente. A história é trabalhada e demarcada nesse percurso, entre a repetição e a diferença. O autor nos diz, ainda, que o acontecimento discursivo é diverso, compreendendo instituições, questões políticas, econômicas, jurídicas e sociais. Logo, aqui descrevemos a Moda no tocante a esse conjunto de elementos que balizam sua produção e circulação discursiva. Por certo, o discurso sobre o homem no espaço da Moda foi sendo construído ao longo dos tempos por meio do jogo de relações sociais e históricas, o que nos faz retornar na história para que possamos questionar o porquê de determinados enunciados e o campo discursivo em que eles circulam.

Diferentemente da história tradicional, que traz, como da ordem do acontecimento, fatos notórios no contexto da atualidade, na perspectiva arqueológica, a partir da sobreposição de histórias pequenas e ordinárias, materializam-se trajetos de sentidos que fazem emergir acontecimentos. Estes, por sua relação com a descontinuidade e a dispersão dos enunciados, irrompem, inscritos na história, como algo que não se repete. Da anterioridade de um sussurro cotidiano à instauração de novas discursividades, sentidos outros ressignificados em sua estabilização e colocados em movimento.

Isto posto, pensar o conceito de acontecimento é observar a circulação de uma nova regularidade discursiva, considerando as condições de existência que determinam a materialidade própria do enunciado, ou seja, o conjunto de regras que compõe as condições para que algo possa ser dito em um dado momento. A pergunta que Foucault (1987, p. 31) nos coloca é: “como apareceu um determinado enunciado e não outro em seu lugar?” E, ao pensar com ele, estamos em busca dos fios que teceram uma rede, como aqueles tímidos pontos soltos de linha a descosturar o traje, a desarrumar o bordado, que precisam ser cerzidos esperando que nosso olhar pouse sobre eles em meio a tantos outros que seduzem ao redor de seu apagamento. Precisamos, portanto, olhar os pequenos acontecimentos na intrigante trama da história descontínua da Moda.

A emergência de acontecimentos no âmbito da Moda ocorre com a irrupção singular de existência e de aparição. No movimento de dispersão enunciativa, na unidade do discurso sobre o homem, sobre a virilidade, é possível apreender as singularidades e regularidades na análise dos enunciados acolhidos em uma história serial. Em outras palavras, é preciso suspendermos as formas imediatas de continuidade como o faz a história tradicional para que, assim, possamos olhar para os pequenos acontecimentos. É preciso nos atermos ao que, face a um conjunto de regras que compõe as condições de possibilidade, é discursivizado em um dado momento e lugar acerca de um acontecimento histórico-social.

De alguma forma, a ideia da moda com suas regressões a formas anteriores, ao mesmo tempo, com um desejo de singularidade, projetando-se para o futuro, nos pareceu muito próxima, quando da leitura da obra *A Arqueologia do Saber* (1987), do conceito de acontecimento discursivo, dado que este se ocupa daquilo que foi dito e que é tomado como algo

singular. Sem presunções reducionistas, parece-nos haver entre a noção de acontecimento e a dinâmica da moda algo similar. Dessa forma, ao presente artigo não se faz essencial o movimento analítico de temporalidades como faz a História da Moda, mas sim, com atenção para a história do presente, os acontecimentos que irrompem no cotidiano, os quais se marcam em rede, construindo efeitos e possibilidades de sentidos.

Por conseguinte, na análise das materialidades selecionadas, os discursos da família, da mídia, da psicanálise, entre outros que atravessam o corpo, inscrevendo-se na história e marcando os sujeitos entre períodos descontínuos, possibilitam o encontro entre a memória e a atualidade. Nesse movimento arqueológico, sacudindo a quietude com a qual aceitamos as formas prévias de continuidade a respeito do que era possível falar sobre o corpo do homem, procuramos, pois, estabelecer a relevância dos diversos acontecimentos que possibilitaram a emergência da Moda como um dispositivo, considerando o estabelecimento de séries e os jogos de relações entre os enunciados e os sujeitos que neles enunciam.

Colocadas tais premissas, dedicamo-nos às materialidades de análise; lugar no qual trataremos de estratégias que se referem a três campos enunciativos, a saber: Moda, corpo, gênero, porém, alinhavados discursivamente nas suas regularidades.

É chegada a hora do recorte, o momento da irrupção dos acontecimentos!

Abrindo o armário

Todos nós passamos por essa primeira mesa de operação performativa: 'é uma menina!' ou 'é um menino!' O nome próprio e seu caráter de moeda de troca tornarão efetiva a reiteração constante dessa interpelação performativa. Mas o processo não para aí. Seus efeitos delimitam os órgãos e suas funções, sua utilização 'normal' ou 'perversa'. A interpelação não é só performativa. Seus efeitos são prostéticos: faz corpos (PRECIADO, 2014, p. 130).

Em um campo de incertezas, mutações e liberação sexual, especialmente entre as décadas de 1960-1970, a visão do tradicionalismo familiar começou a se modificar, tal como o modelo tradicional de educação viril. Essa mudança no padrão público que governa a conduta sócio - sexual abre horizontes para uma nova cultura jovem que, embalada pelo ritmo do rock e o uso do *blue jeans*, torna-se a matriz de uma Revolução Cultural (HOBSBAWN, 1995), dando novos contornos na relação entre Moda, corpo e mecanismos de controle.

Como espírito de um tempo, a geração que personifica a cultura juvenil pós-guerra emerge junto aos meios de comunicação em massa e, não por acaso, a Moda invade de forma mais intensa o processo comunicativo, sobretudo, a mídia impressa. De modo consequente, o mercado editorial de revistas passa a ser vitrina das transformações sociais e a imprensa de Moda o maior fenômeno da transmissão entre o ritual do corpo - vestimenta e o tempo de uma libertação, possível, dos modos até então estabelecidos tradicionalmente de ser homem e/ou mulher.

No que se refere à mídia brasileira, dentre os títulos que figuravam na efervescência da década de 1960, a revista *Manchete* revela-se como um suporte material para que

possamos apreender os nós que enlaçam a rede discursiva sobre o corpo-sujeito-homem no espaço da Moda, dado que não poderíamos descrever os enunciados se estes não tivessem deixados marcas em uma memória e em um espaço.

A partir desse breve sobrevoo histórico e tomando a mídia como campo de circulação e acúmulo histórico de acontecimentos, começemos, assim, a escavar os estratos de saber que atravessam o espaço da Moda e reverberam diretamente sobre o corpo-sujeito-homem.

FIGURA 1 – CAPA ENSAIO REPORTAGEM A ROUPA NÃO FAZ O HOMEM PÁG. 128-129



FONTE: Revista Manchete (1964) – acervo pessoal das autoras

Rapazes vestidos como mãças, e mãças vestidas como rapazes, escandalizam Londres. A ROUPA NÃO FAZ O HOMEM, anuncia a revista Manchete, aos seus leitores, na página 128 da edição número 0652 de 17 de outubro de 1964.

No movimento primeiro do olhar, iniciando um trajeto de leitura, voltemos para a sentença, escrita em letras de traços densos e em forma maiúscula, exposta em primeiro plano no topo da página, local onde se lê: *A ROUPA NÃO FAZ O HOMEM*. A sequência de sintagmas que forma a expressão, (re)estabelecendo enunciados ligados não apenas “a situações que o provocam, mas ao mesmo tempo [...] a enunciados que o precedem e o seguem” (FOUCAULT, 1987, p. 32), sinaliza alguns trajetos sociais de produção de sentidos por meio dos quais o corpo-sujeito-homem vai historicamente constituindo-se.

Inicialmente, chamamos a atenção para o que já foi dito, para a não aleatoriedade, bem como a não intencionalidade da existência do enunciado em estudo. Este que está ali

excluindo outros enunciados e se correlacionando com outros tantos, todos articulados em uma relação de dependência, está, portanto, inserido em um domínio associado de formulações outras, que são repetidas, modificadas, ou mesmo refutadas, produzindo efeitos de memória específicos postos na relação entre interdiscurso e intradiscurso. Nesse jogo entre memória e sua irrupção na atualidade, a sequência linguística *A roupa não faz o homem*, em uma cadeia enunciativa, (re)atualiza a memória proverbial *O hábito não faz o monge*, ressoando efeitos de moral e didática. A partir de valores já cristalizados na sociedade, é preciso dizer ao outro o que fazer ou qual atitude tomar em uma determinada situação; ora, as pessoas não devem ser julgadas por sua aparência externa, mas sim por suas ideias e atitudes! Contudo, essa construção de sentidos começa a ruir em face da complementariedade do enunciado imagético que o segue, que, assim como o verbal, é dotado de historicidade e atravessado por discursos outros que constituem sua discursividade.

A imagem fotográfica, por um instante, congela em uma avenida urbana, dada a ver pela presença de prédios e automóveis, mulheres com as pernas posicionadas uma à frente da outra, braços estendidos ao longo do corpo, outrora posicionados com a mão na cintura em poses de parada. No percurso de leitura, à esquerda da imagem, “ela se veste sem ornamentos e ele tem blusa rendada. Ela leva o guarda-chuva e ele o cão, ela é o que conduz pelo braço e não ao contrário”; já ao centro e com sorrisos discretos, “a moça é a da direita. Embora o rapaz use cabelos compridos e blusão verde berrante de mulher, eles se amam e vão se casar”. E à direita, a dúvida, “quem é a moça e quem é o rapaz?”. Corpos desenhados no gênero e legitimados em tecidos.

Segundo Davallon (2010, p. 30), “a imagem é antes de tudo um dispositivo que pertence a uma estratégia de comunicação [...] e um operador de significação”. Assim, ao lermos a produção editorial dada na relação entre verbo e imagem, a singularidade do movimento e postura dos corpos, que na forma de legenda se marcam e são reiterados nas roupas que os envolvem, indicadas pelos léxicos *blusa rendada*, *blusão verde berrante*, *cabelos compridos*, sinalizam uma informação de moda deslocando o enunciado primeiro - *A roupa não faz o homem* - do caráter consensual para o espaço da Moda.

E na circulação/ ou no circuito do corpo para este espaço último, quais os efeitos de sentidos se constroem? Quais as condições de emergência de enunciados que levaram à produção de dizeres da/sobre a Moda para o corpo-sujeito-homem/mulher?

Partindo das asserções de Foucault (1996) sobre as leis e a vontade de verdade que controlam e possibilitam a emergência do discurso da/sobre Moda, podemos dizer que os enunciados que identificam/qualificam o corpo-sujeito não surgiram de forma aleatória. Condições históricas, políticas e sociais produziram e estabeleceram a possibilidade de novas formas de subjetivação.

Em um mundo sob forte influência do pós-Guerra, a efervescência política e cultural tece os anos de 1960. Paralelo a um enorme crescimento econômico e ao avanço tecnológico e suas implicações com a corrida armamentista e a guerra fria, os movimentos no campo moral e estético, junto às manifestações civis levados pela juventude, anunciavam, sob a crítica aos valores conservadores da família cristã, a moral sexual e outros padrões de

conduta consolidados, uma ruptura comportamental que teve o rock como trilha sonora e o corpo como laboratório. Experenciar a revolta constituía-se como movimento de recusa e de transgressão. Desse modo, atravessar as fronteiras estabelecidas socialmente era negar o poder que faz a guerra, que domina a mulher, que produz o racismo, que reforça estereótipos, para assim, sob ideais de liberdade, esboçar novos horizontes, novas identidades.

Nesse cenário de explosões e expressões juvenis, o movimento contracultural - que tem seu início nos Estados Unidos com a geração *beat* em 1950 - tornou-se, na década posterior, um fenômeno de massa que repercutiu em todas as esferas da existência cotidiana, “das relações entre os sexos à concepção de trabalho e tempo livre, da literatura à experiência musical e vestual” (CALANCA, 2011, p. 191. E neste circular de lutas, de modos de ver e estar no mundo, é no som do *rock and roll* que as expressões corporais encontram seus acordes contestadores. Os Beatles, sintonizados com a ideologia nascente da contracultura, cantavam *Money, can't buy me love* (O dinheiro não me compra o amor), causando transformações na moda masculina, a começar pela “afrenta ao princípio indiscutível de que cabelo curto equivale ao sexo masculino e cabelo comprido ao feminino” (GOULD, 2009, p. 402).

É certo que as restrições comportamentais da Moda prescritiva e conservadora dos anos dourados (1950), impostas às moças e aos rapazes, preserva-se ainda em grande parte na primeira metade dos anos 1960. Porém, segundo a historiadora Denise Sant'Anna (2014, p. 122), na articulação entre roupa, corpo e gênero o *rock*, projetou-se para o mundo a possibilidade de novos tipos de masculinidades, gestos e adereços como “anéis, brincos, colares e pulseiras ingressavam no mundo dos homens com a mesma segurança com que cresciam seus cabelos e sua irreverência”.

Com o advento da indústria fonográfica e, principalmente, o mercado editorial, que então chegavam às massas, o ardor cultural daqueles anos se dilata geograficamente e seus ecos puderam ser ouvidos por todo o globo modernizante. No Brasil, a seu tempo, mesmo sob a agonia de um regime militar, experimentaram-se as tendências vindas das cidades de Londres e Nova York, capitais da contracultura. Falar, cantar, ousar na maneira de se vestir e de se comportar tornaram-se armas no combate à ordem conservadora.

Sob essa espessura história que delimita as condições de emergência, verbo e imagem identificam, portanto, um campo de memória de (trans)formação social em que o corpo, no espaço da moda, embora não isento de repressão, é acionado como um recurso potente de performances, experimentação, liberdade e confronto. Assim, entendendo com Foucault (1987) que os enunciados tornam-se objetos de luta ao entrarem em uma rede de circulação, retomemos as seguintes formulações linguísticas:

R1: *Ela se veste sem ornamentos, e ele tem blusa rendada. Ela leva o guarda-chuva e ele o cã. Ela é o que conduz pelo braço e não ao contrário.*

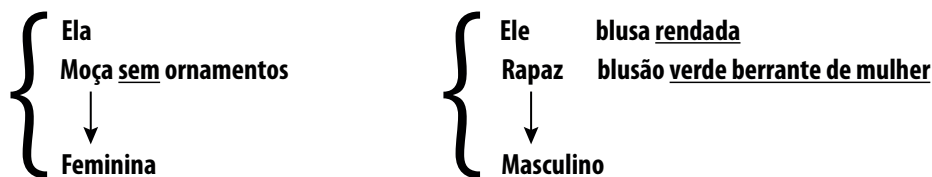
R2: *A moça é a da direita. Embora o rapaz use cabelos compridos e blusão verde berrante de mulher, eles se amam e vão se casar.*

R3: *Quem é a moça e quem é o rapaz? É preciso olhar duas vezes para descobrir que ele é o da direita. Mas ainda assim a dúvida continua.*

A partir desse quadro enunciativo e imersos em um processo de descrição dos movimentos de luta em torno da produção de verdades, somos incitados a refletir sobre o uso regular dos pronomes pessoais na busca por responder *quem é a moça e quem é o rapaz*. *Ele, ela* formatam, pela estrutura morfológica da língua, as classificações sociais de feminino e de masculino, produzindo sentidos de evidência, de um pré-construído que aciona um dito, uma memória, consolidados anteriormente e em outro lugar e que determinam, sob uma ordem binária (corpo-vagina-mulher, corpo-pênis-homem), comportamentos sociais, gestuais e performáticos. Às mulheres, a representação da delicadeza, aos homens, a virilidade, marcas identitárias que subsistem sob a força de estereótipos.

Os processos históricos, sociais e culturais de (re)produção de sentidos para as sexualidades encontram na moda e em suas tecnologias o instrumento para o que se convencionou chamar de homem e de mulher. Por consequência, antes mesmo do nascer, nosso corpo já é operado pela língua e pela história e maculado pelas formas e cores de uma “estilística definida como ‘apropriada’ aos sexos masculino e feminino” (BENTO, 2004, p. 4). E, no interior dessa prática social binária, uma espécie de enunciado síntese reverbera e ecoa como efeito de memória: rosa para meninas, azul para meninos.

Entretanto, ao observarmos os recortes acima, se pudermos designar uma formação discursiva que, a princípio, organiza os saberes ali materializados, poderíamos nomeá-la *transgressora*, cuja matriz de sentidos aponta para uma desestabilização de verdades sobre políticas determinantes dos corpos, do gênero e das subjetividades:



Conforme síntese elaborada a partir de E1, E2, E3, os marcadores pronominais *ela* – acompanhado da preposição indicativa de falta (*sem*) do que dá graça e beleza à mulher, a roda da saia, faixa na cintura, cabelos elaborados e bem cuidados, sapatilhas de salto raso, entre outros *ornamentos*, e *ele* – ligado a significantes que reiteram o feminino em trajés (*blusa, blusão*) ora confeccionados com tecido leve, delicado e transparente como a renda, ora com uma cor *berrante de mulher* - entretecendo-se pelos fios da memória, no interdiscurso, deslocam os lugares comuns e os estereótipos acerca da feminilidade e virilidade, produzindo um efeito de liberdade, ao mesmo tempo em que faz ressoar sentidos de desobediência sobre os padrões de vestimenta dos gêneros. As formulações, em seu funcionamento, jogam com o antagonismo e, nas roupas, materializadas pela imagem fotográfica, o masculino e o feminino se embaralham, perturbam os sentidos pré-existentes na memória, ao passo que o corpo parece instaurar uma desordem na organização das aparências.

No recorte 1, assim como em R2 e R3, marcas linguísticas, como *não, ao contrário, embora e quem*, assinalam um limite entre a formação discursiva transgressora e outra que

denominamos conservadora, em cujo antagonismo as contradições se materializam. Isto se dá, pois partimos do pressuposto de que todo discurso se constitui na heterogeneidade e, sendo ela marcada na língua, ilumina as laçadas do heterogêneo entre as formações discursivas.

Courtine, ao analisar *o discurso comunista endereçado aos cristãos*, esquematiza os enunciados divididos na fórmula $P\{X/Y\}$, a qual “provém, efetivamente, da correlação de duas formulações extraídas de processos discursivos heterogêneos em relação ao outro, mas de forma sintática determinada” (2009, p. 190). Ainda segundo o autor, trata-se de um enunciado que apresenta “não comutabilidade dos elementos em posição X e Y no contexto de formulação P” (COURTINE, 2009, p. 191). Assim, sob a forma de enunciado dividido, apresentamos abaixo os discursos em confronto que coexistem nos mesmos enunciados, levando-se em conta que X representa o discurso próprio da formação discursiva 1 (transgressora) e Y, o discurso próprio da formação discursiva 2 (conservadora).

QUADRO 1 – ENUNCIADO DIVIDIDO

R's	X (FD 1)	<ul style="list-style-type: none"> • Ela é quem está sem ornamentos. Ele é quem tem blusa rendada. Ele é quem usa cabelos compridos e blusão verde berrante de mulher.
	Y (FD 2)	<ul style="list-style-type: none"> • Ela é quem deve usar ornamentos e deve ter blusa rendada. Ele é quem deve estar sem ornamentos. Ela é quem deve usar cabelos compridos e blusão verde berrante.

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Examinando os articuladores discursivos *não*, *ao contrário*, *embora* e *quem*, compreendemos que eles funcionam como indícios que, no interdiscurso, há um enunciado afirmativo próprio da FD 2 (conservadora). O sujeito discursivo resgata o discurso-outro no interdiscurso e, desse modo, insere-o no seu discurso por meio da oposição, resultando em outro discurso próprio da formação discursiva transgressora (FD 1). Depreendemos que, partindo do que é refutado na FD 1, o sujeito do discurso (da FD 2) afirma para, em seguida, interditar o discurso-outro transgressor, demarcando, sob a produção de um efeito de sentido de aversão, o que pode/deve ser dito e o que não pode/não deve ser dito pela moda ao traduzir, na multidão de corpos, quem é e como deve ser *ele*, o homem/rapaz, quem é e como deve ser *ela*, a mulher/moça.

Observemos o que nos afirmam tais formações discursivas e o que nos nega a formação discursiva conservadora (FD 2):

QUADRO 2 – JOGO ENTRE FORMAÇÕES DISCURSIVAS

O que afirma FD 1 – Transgressora	O que afirma FD 2 – Conservadora
Ela é quem está sem ornamentos. Ele é quem tem blusa rendada. Ele é quem usa cabelos compridos e blusão verde berrante de mulher.	Ela é quem deve usar ornamentos e deve ter blusa rendada. Ele é quem deve estar sem ornamentos. Ela é quem deve usar cabelos compridos e blusão verde berrante.
	<p style="text-align: center;">O que refuta FD 2 – Conservadora</p> Ela é quem está sem ornamentos. Ele é quem tem blusa rendada. Ele é quem usa cabelos compridos e blusão verde berrante de mulher.

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Se é preciso refutar quem é a moça e quem é o rapaz, é porque houve antes uma afirmação instaurando sentidos na pele que se veste. Nesse jogo estratégico do discurso, a relação produzida entre afirmar e refutar materializa o modo como o pré-construído se encaixa por meio de “uma operação sintática que sinaliza a fronteira entre o que veio de outro lugar [...] e o que foi produzido pelo sujeito do discurso” (INDURSKY, 2011, p. 69). Eis, assim, o embate pela significação dos significantes *ela/ele*, em que os sentidos, no espaço da Moda, se digladiam, se misturam, se fundem e se confundem no fio do discurso.

Entre as maneiras possíveis de classificação do vestuário, seja por tipo (principal ou de proteção), materiais e/ou técnicas, a verdade biologizante do gênero institui-se como argumento primeiro e mais regular³. Para Lipovetsky (2009), é no século das Luzes que a moda rompe com o equilíbrio da aparência na relação com os gêneros, com a preponderância de um vestuário masculino mais ostensivo e mais ornamentado do que o feminino. Já no final do século XVIII, cenário da Revolução Francesa, a moda que era vista como uma expressão do masculino passou a ser vista como uma prerrogativa do feminino. Progressivamente, a roupa do homem passa a expressar uma nova ética calcada na valorização do trabalho, uma nova moral, uma nova forma de vida e masculinidade.

Assim, sob o triunfo da burguesia, viam-se modas de homem e modas de mulheres que, ao se estabelecerem na memória coletiva, via aprendizagem social, sustentados por saberes e poderes, fazem cristalizar a imagem do homem calcada na força e virilidade, características evidenciadas pelo uso de formas em linhas verticalizadas que ressaltam, principalmente, ombros e pernas, em oposição à pretensa fragilidade e delicadeza atribuída como natural à imagem da feminilidade. Tais representações, ao fazerem circular,

³ Em nossa atualidade, tal regularidade pode ser observada, a exemplo, na divisão dos setores em masculino e feminino presente em lojas de departamento físicas ou mesmo on-line.

incessantemente, modos de ser, agir e vestir, despontam como algo saturado de verdades, inserindo uma nova ordem do discurso. E esta, com uma função normativa e reguladora, ao repousar na oposição acentuada dos sexos, determina a formação discursiva conservadora (FD 2 - conforme apontada anteriormente no movimento de contradição) na qual homens e mulheres estão fadados a desempenhar, respectivamente, na/pela moda, os papéis masculino e feminino.

Nesse caminho que aponta para uma disputa de forças que, de um lado, estabiliza (Memória) e, de outro, insiste na perturbação (Acontecimento Discursivo) dos já ditos, o efeito de sentido de indignação, de aversão, de desvio, ancorado a um estereótipo da aparência dos sexos que organiza continuamente o mundo da Moda, cola ao verbo escandalizar, presente no recorte (R4) *Rapazes vestidos como moças, e moças vestidas como rapazes, escandalizam Londres*. Porém, se algo escandaliza, é preciso interditar para, então, “procurar corrigir, reeducar, curar” (FOUCAULT, 2009, p. 13) esses corpos que desviam das normas.

É oportuno destacar, no funcionamento de uma vontade de verdade, aquele que enuncia. Ao mencionar a cidade de Londres, assinala um lugar institucional, a partir do qual ancora seu dizer. Por se tratar de uma cidade que, ao longo dos anos de 1960, ganha espaço na difusão da moda e, considerando que os discursos em torno da moda obedecem, também, a uma ordem geográfica, a referência à cidade britânica atribui credibilidade a esse dizer que informa e nega, concomitantemente, o movimento de transgressão dos corpos dado por artifícios do vestuário.

Sendo o discurso objeto do desejo, “aquilo por que, pelo que se luta” (FOUCAULT, 1996, p. 10), da interdição à vontade de verdade, o poder se faz presente nas ações que visam, no modo de vestir, à distinção binária dos sexos, ou melhor, à normatização dos corpos adornados a partir de saberes conduzidos e repartidos, estrategicamente. Assim, a partir das observações de Michel Foucault, em sua obra “A Ordem do Discurso” (1996), aqui associamos a palavra proibida à ideia de roupa proibida. Como no verbal, as roupas devem corresponder às “exigências funcionais do discurso que deve produzir sua verdade” (FOUCAULT, 1996, p. 67), legitimando as submetidas regras destinadas a cada corpo, a cada performance de gênero, sexualidade e comportamento. Sob essa premissa, volvamos nossos olhares para os excertos R5 e R6:

R5: *Que significa esta criatura tão esguia, cujas calças de veludo carmesim terminam em pequenas botas brancas de couro de gamo, e que traz graciosamente penteada uma longa mecha de cabelos dourados? Revirais os vossos olhos nas órbitas, sete vezes, antes de responder. Um brotinho? Ledo engano: um rapaz.*

R6: *Semelhantes erros de julgamentos são atualmente rotineiros na Inglaterra. E Londres, que por longo tempo foi considerada “o paraíso do homem elegante”, ameaça transformar-se no domínio de uma exótica e pitoresca espécie humana que surgiu inesperadamente, e que não usa cintos nem suspensórios nem chapéu-côco.*

A notável ordem das roupas, delineada discursivamente pelo sistema binário do sexo e do gênero, traduz, de maneira visual, os múltiplos valores e conflitos naturalizados e impressos no corpo pela hegemonia de uma sociedade heterossexual (CAMPOS; CIDREIRA, 2018). Nos recortes acima, como expostos na materialidade da figura 1, o corpo-sujeito-homem, ao aderir a elementos culturalmente associados ao feminino, como uma *longa mecha de cabelos dourados graciosamente penteada*, e *não cintos, nem suspensórios, nem chapéu-côco*, itens apropriados ao homem elegante, parece romper com um prévio roteiro de gênero, e, na desobediência à ordem da roupa, desestabiliza a ordem binária do olhar.

No entanto, Foucault (1996, p. 37) já nos alertou, “ninguém entrará [nessa] ordem do discurso se não satisfazer a certa exigência”, a saber, trajar roupas em conformidade com o gênero que lhe foi designado ao nascimento, ou até mesmo antes dele. Logo, os adjetivos *criatura, exótica e pitoresca* constroem a infâmia de um corpo-sujeito homem que, no modo de vestir desobediente, é marcado pela vontade de verdade de uma época em que a costura entre sexo e roupas modelam as normas que legitimam um corpo para uma vida inteligível. Em suma, é a organização sociocultural do vestir do corpo social que fixa os limites de quem pode vestir rosa ou azul, calça ou saia e de qual lugar pode fazê-lo, desde que esse corpo-sujeito que fala esteja visualmente em consonância com aqueles corpos-sujeitos que olham como vigilantes de uma ordem do dizer e do ver masculino ou feminino.

FIGURA 2 – ENSAIO REPORTAGEM A ROUPA NÃO FAZ O HOMEM PÁG. 130-131



FONTE: Revista Manchete (1964) – acervo pessoal das autoras

Ainda no ensaio-reportagem *A ROUPA NÃO FAZ O HOMEM*, vejamos os recortes presentes na materialidade da figura 2:

R7: *AINDA que raramente floresçam trocadilhos sob o fog, os britânicos batizaram os recém-chegados de **Os Middlesex**, (Middlesex é o nome de um conde inglês, mas nas circunstâncias atuais significa também “o sexo intermediário”). Não se trata de alguns excêntricos isolados: grande parte da juventude inglesa está contaminada. E a palavra contaminação está bem empregada aqui, tendo em vista que aqueles que são atingidos pela nova doença sofrem uma mutação espantosa.*

R8: *Antigamente, os homens agitavam as bandeiras, hoje eles se vestem com elas... E é neste ponto da história que os ingleses se inquietam: um homem que usa punhos e colarinhos de renda, e que calça sapatos de saltos altos deixa de ser um homem? A adoção da renda e do vison vem necessariamente acompanhada de um declínio de virilidade? Esses problemas são dos tais que apaixonam psiquiatras e psicanalistas, e eles não perderam a ocasião para encontrar o motivo oculto da nova moda.*

R9: *Os gestos de feminilidade, naturais aos rapazes, foram esquecidos de tal forma pelas moças que elas são obrigados a ensinar a elas como se deve, por exemplo, dobrar femininamente os joelhos...*

Em uma história de longa duração, qualquer que seja o momento histórico, a virilidade, em sua estreita relação com a dominação masculina, inscreve-se no interior de um regime de práticas no qual “as relações de poder se sobrepõem como efeito sobre o corpo, [o corpo-sujeito homem], organizando, na forma de comunicação, certos códigos a serem internalizados no social” (NAVARRO; CERNIZ, 2021, p. 6).

Baubérot (2013) lembra que as características físicas e morais específicas do estado viril não são de destino biológico, ou seja, dados pela natureza, e sim produzidos no seio cultural, social e político. Assim, a construção de uma virilidade apoia-se em uma disciplinarização do corpo, uma manipulação calculada de seus gestos, de seus elementos, de seus comportamentos. Ao longo do século XX, se o jovem menino se torna homem é porque instituições educativas, ou melhor, disciplinares, como a família, a escola, a organização militar, desempenharam um intenso trabalho de produção e transmissão do hábito viril, conjunto de disposições físicas e psíquicas.

Logo, para prevenção e correção de comportamentos indesejáveis, o poder disciplinar incide sobre a otimização do corpo-sujeito homem e, ao colocar em funcionamento mecanismos de organização do real por meio da produção de saberes, estratégias e práticas, proporciona uma ortopedia moral e a constituição de sujeitos normatizados segundo o imperativo binário e heteronormativo. É a ordem do discurso!

Como parte desse regime de poder que impõe sobre o corpo uma relação de docilidade-utilidade, as roupas dizem sobre e para o sujeito, o condenam ou o absolvem. Aliada à constituição do sujeito viril, a roupa opera como um dos elementos (como uma tecnologia de poder) na normalização de gênero. Sobre o corpo-sujeito infantil, produz as primeiras diferenciações, antecipa características femininas e masculinas esperadas quando adultas:

“O *short* (...) marca a masculinidade da criança de forma mais precoce (...). As calças, cujo uso é adiado à puberdade, são para o adolescente um emblema de sua virilidade nascente” (BAUBÉROT, 2013, p. 193). Sobre o corpo-sujeito cria-se, portanto, uma memória dos comportamentos, gestos, modos de vestir para ser menino/homem ou menina/mulher; cristalizam-se verdades, naturalizam-se as categorias de masculino e feminino. E, assim, reconhecida a norma, por meio dos enunciados que produz e faz circular, subjetiva-se o louco, o doente, o desobediente.

Nos termos expostos por Foucault (1996), não há como negligenciar essa vontade de verdade que inclui práticas que perpassam as determinações ideais e verdadeiras tanto dos gêneros quanto das sexualidades. Na materialidade linguística para a qual olhamos, o indivíduo na posição sujeito jornalista, ao dar visibilidade a um corpo-sujeito homem, este que *usa punhos e colarinhos de renda, e que calça sapatos de saltos altos* (R8), o constrói, na exposição de detalhes, com bases sobre um corpo no qual foram impressas marcas de historicidade de um certo tipo de comportamento outro, colidente do indicador viril.

A dúvida que parece se colocar, marcada no uso do sinal gráfico indicativo de pergunta nos excertos (R8) *deixa de ser um homem?; A adoção da renda e do vison vem necessariamente acompanhada de um declínio de virilidade?*, é em torno do deslocamento de um portar-se, de um vestir-se sob padrões masculinos, dando a ver que essas roupas, assim como determinado modelo de calçado, não fazem parte da ordem da vestimenta de um homem heterossexual. Ora, ao se verificar que determinado corpo faz jus às características sociais construídas em torno da imagem do masculino, espera-se que o sujeito se porte como homem, por conseguinte, vista-se de acordo com a sua denotação masculina e não com peças que socialmente foram atribuídas ao vestuário feminino. Os homens, esses corpos-sujeitos que trazem como naturais gestos de feminilidade, movimentos delicados, não seriam mais verdadeiros homens.

Os corpos, ao instaurarem novos sentidos na pele que se veste, permitem vislumbrar que “*homem e masculino* [e roupa] podem, com igual facilidade, significar tanto um corpo feminino como um masculino, e *mulher e feminino* [e roupa], tanto um corpo masculino como um feminino” (BUTLER, 2020, p. 26). Porém, sob o jugo de valorização conservadora e no arquetipo de um estatuto social para o sujeito dito masculino, aquele que dá a ler/ver o corpo e suas (des)ordens ao enunciar como uma *doença* a desobediência ao vestir normativo, sob o efeito de sentido de anormalidade no uso do sintagma *mutação espantosa* (R7), deslegitima a inventividade possível do corpo-sujeito homem. Observamos, portanto, que há uma patologização, que parece servir de atalho, de recobrimento de um discurso dominante a um exercício de desobediência dado na modelagem do corpo e na performance do vestuário.

Nesse movimento discursivo, o sujeito jornalista, então movido por uma vontade de verdade em que a definição de gênero, tal como a de sexualidade, está ligada ao que foi alicerçado no sistema basilar social como pilar da normalidade, traz para o espaço da Moda discursos outros a fim de legitimar o seu dizer. Para tanto, uma voz que se inscreve no campo

das ciências psi.⁴ atua na construção de uma fala de autoridade, detentora de verdade sobre o corpo-sujeito homem:

R10: *O Dr. James Hemming explica:* - Nós atravessamos duas guerras e vivemos sob o terror de uma terceira que seria exterminadora. Estamos no tempo da angústia. Os adolescentes se rebelam contra isso e exprimem sua rebelião pelo não-conformismo. Que é que se pode imaginar de mais não-conformista, para um rapaz, do que vestir roupas femininas? Essas manifestações nos chocam, nos irritam e nos fazem rir, quando na verdade deviam amedrontar-nos. Para os que vivem lendo a alma alheia tudo é compreensível. Sabeis porque um jovem inglês se emboneca desta maneira? Porque a próxima guerra será uma guerra de apertar botões, na qual não haverá lugar para a atitude individual, para o heroísmo, para a honra. Será impossível, para um rapaz, voltar do campo de batalha coberto de glória, de condecorações rutilantes. Desta forma, frustrado, ele procura compensação nas indumentárias escandalosas, que são o ersatz dos uniformes de antigamente.

Na produção enunciativa acima, o uso da variante da palavra doutor (*Dr.*), a caracterizar o indivíduo, seguida do verbo *explicar* no presente do indicativo, *ele - o doutor - explica*, busca produzir o efeito da veracidade. A voz do especialista possibilita a coroação da verdade sobre o corpo-sujeito homem em sua desobediência. Trata-se de tomar o ensaio-reportagem como uma prática discursiva de verdade, por meio de um saber técnico que o constitui como legítimo, que lhe confere não só um caráter de informação, mas produz um modo de ver a realidade em que haveria apenas uma forma adequada, legítima, normal e sadia de masculinidade e de feminilidade, a heterossexualidade. Afastar-se desse padrão é sair do centro, é tornar-se *excêntrico*.

Aqui, determo-nos à palavra (ex)cêntrico pode se mostrar um exercício interessante para nos ajudar a refletir sobre a visibilidade do corpo-sujeito homem na materialidade em análise: na acepção dicionarizada, *excêntrico* é aquele ou aquilo que está fora do centro, o indivíduo extravagante, fora do que é considerado convencional; é, também, o que tem um centro diferente. Segundo Guacira Louro (2013, p. 46), “a posição central é considerada a posição não problemática; todas as outras posições de sujeito estão de algum modo ligadas – e subordinadas – a ela”.

Em coerência com esta lógica, a identidade masculina, branca, heterossexual e cristã, em sua afirmação e constante reiteração nos processos históricos de formação do visível e do enunciável, nos faz acreditar em práticas e sujeitos solidamente estabelecidos em uma posição central, por isso permanente, universal e de aparência natural. Destarte, os sujeitos e até mesmo as práticas que se distanciam deste lugar central reconhecido socialmente como o não diferente, o normal, recebem as marcas da instabilidade, do esquisito, do excêntrico.

⁴ O termo “psi” é aqui empregado em sentido genérico, englobando as psicologias, as psicanálises e a própria psiquiatria.

Sob essa ótica, este que pergunta da posição sujeito especialista, *Sabeis porque um jovem inglês se emboneca desta maneira?* (R10), autorizado pelas relações de saber e poder para enunciar de tal lugar, no emprego do verbo *embonocar*, desqualifica o corpo-sujeito masculino pelo uso de elementos atribuídos ao gênero feminino e, no fio tensivo entre o centro e o ex-cêntrico, marca-o como o diferente, o estranho.

Na sequência, como resposta à interrogação realizada, o enunciado - ao colocar em discurso a conduta e o alinhamento modular do corpo do soldado, nas palavras *heroísmo, honra, glória, atitude, condecorações rutilantes* - ampara-se em uma memória que diz estar na experiência militar a centralidade masculina. O destaque enunciativo dá visibilidade ao ideal do que seja ser homem e produz, em um movimento de observação, um efeito diagnóstico sobre esse corpo-sujeito homem que, privado dos testes da virilidade, torna-se, portanto, *frustrado*. Valoriza-se o corpo disciplinado e dócil; coragem, bravura, vigor físico e moral, traços somáticos do corpo beligerante que é metaforicamente o corpo do homem verdadeiro na medida em que desloca a memória sobre a experiência histórica militar e de guerra para o âmbito da Moda.

Nos processos de objetivação e de subjetivação dos meninos e jovens rapazes, os processos político-pedagógicos criam(criavam) condições de emergência para a irrupção de vestuários e comportamentos específicos, os quais traduziam os conceitos de masculinidade. Assim, há de se destacar os uniformes, uma roupa que, desde o seu surgimento no século XVII (ROCHE, 2007), está no cerne do encontro entre as modelagens da Moda e a disciplina social. Com as transformações entre sociedade civil e militar, observadas no Antigo Regime, a necessidade de formar corpos e mentes encontra na uniformização da vestimenta um instrumento preciso. Na educação do corpo, o uniforme funciona, pois, como objeto disciplinador, instala uma forma de controle e vigília das posturas e condutas, ao mesmo tempo em que age como veículo de comunicação da virilidade (BERTAUD, 2013).

No que tange ao recorte em análise (R10), as roupas impõem características aos homens que a utilizam. Os efeitos são apresentados em caráter dicotômico, na lógica cêntrico e ex-cêntrico, é o caso da experiência do corpo. Com o *uniforme de antigamente*, tem-se o corpo-sujeito homem em sua posição central, esta definida a partir de um conjunto dos papéis sociais e dos sistemas de representações que definem o masculino, por conseguinte o homem verdadeiro, normal; com o uso de *indumentárias escandalosas*, afirma-se o corpo-sujeito homem ex-cêntrico, dado que a mudança estética e comportamental dos jovens rapazes solapam as normas sociais que assinalam as relações dos indivíduos com a Moda. Para ser homem não se deve parecer ou agir de modo instável, perturbador, desobediente, de modo a deixar pensar que poderia ser o outro, a mulher. É preciso se fazer notar: o corpo, a postura, os gestos, as roupas são registros de virilidade. Desse modo, as provocações morais nos sintagmas como *embonocar* e *frustrado*, presentes no enunciado dado a ler no lugar institucional que funciona como uma amostra da sociedade, as ciências psi., operam como “chamamentos à ordem de uma obrigação de virilidade, que é também uma obrigação de heterossexualidade” (TAMAGNE, 2013, p. 425).

Aliados a condições político-pedagógicas do vestuário há os referenciais históricos que marcam a irrupção desses dizeres, quais sejam, os referenciais de um contexto ditatorial em países da América Latina. No Brasil, o movimento ascendente das organizações de esquerda resultou na fagulha detonadora do golpe militar de 1964. Alimentando

o imaginário do medo, a ideia de uma invasão comunista no país não só constituiu a justificativa para a derrubada do então presidente João Goulart como também foi a base para o aparato repressivo do qual fazia parte a censura. Assim, frente à profusão de discursos do perigo vermelho e à ameaça de subversão da ordem com as transformações comportamentais em curso, como a sexualidade e a organização familiar, os rigorosos valores morais foram colocados em alerta (SETEMY, 2018).

Em defesa dos bons costumes e da moral, esta que era o parâmetro para regular, normalizar os corpos e comportamentos dissidentes, formas de reações organizadas por coletivos, como a *Marcha pela Família, com Deus pela Liberdade*, irrompem com o objetivo de salvar a sociedade brasileira dos abusos “introduzidos pelas novelas, filmes, músicas e publicações, que aumentavam devido ao crescimento vertiginoso da indústria de bens culturais e ao desenvolvimento dos meios de comunicação e massa” (SETEMY, 2018, p. 177-178).

Outra reação importante para a corrente conservadora que ganha ainda mais força na década de 1960 foi a formação da Sociedade Brasileira de Defesa da Tradição, Família e Propriedade (TFP), uma associação civil de âmbito nacional composta apenas por militantes do sexo masculino cujos objetivos eram, segundo Setemy (2018, p.178), “combater a vaga do socialismo e do comunismo e ressaltar, a partir da filosofia de São Tomás de Aquino e das encíclicas, os valores positivos da ordem natural, particularmente a tradição, a família e a propriedade”.

As conquistas feministas, o conflito de gerações, o avanço da indústria de comunicação, como explicitado anteriormente, tal como a emergência de governos ditatoriais, oportunizam, portanto, condições ideais para uma produção discursiva conservadora, moralista sobre o corpo-sujeito homem, no interior da qual as práticas vinculadas às normas de gênero reiteram uma padronização que considera apenas o que está limitado a um conjunto disciplinado de traços, supostamente, definidor dos modos de ver, de dizer e de ser homem:

roupa corpo biológico comportamentos.

Por que esses e não outros enunciados? perguntaria Foucault (1987). Ao tomarmos conhecimento das questões que perpassam o ver e o dizer sobre o corpo-sujeito homem, as analisamos sob a ótica do dispositivo, que, como um farol, ilumina aquilo que, dadas as condições de produção, é possível ser visto e falado e que é, ao mesmo tempo, permeado por aquilo que não é iluminado, mas que se encontra, ali, nas fronteiras do discurso.

Sendo assim, compreendemos que havia condições singulares para que fosse possível a fala da mídia sobre o corpo-sujeito homem, suas roupas e comportamentos. Entendemos, ainda, que, a fim de se ter a identificação, a comparação e a classificação dos sujeitos, há uma relação de saber-poder no discurso midiático que organiza a tessitura possível dos discursos; logo, “não podemos pensar [ou mesmo dizer e vestir] qualquer coisa em qualquer momento, pensamos [falamos e vestimos] apenas nas fronteiras do discurso do momento” (VEYNE, 2011, p. 49).

Efeitos de fechamento

O trabalho realizado pela mídia em torno da produção de práticas e de corpos-sujeito mostra que esta é uma superfície de emergência que mobiliza uma grande massa textual, o que cria o efeito de poder dizer-se tudo; no entanto, este gesto se constitui como um espaço de controle do dizer e do dizível na produção de verdade. A esse respeito, o resultado do funcionamento da prática discursiva midiática em instituir uma vontade de verdade tem como efeito ilusório a representação da realidade, cuja construção, segundo Navarro (2010, p. 84), é “resultante da escolha de alguns fatos e do apagamento de outros”, uma vez que os procedimentos narrativos próprios da prática midiática (entrevistas, flagrantes do cotidiano, análises, fotografias etc.) “têm por função fazer do jornalista aquele que produz a notícia na sua verdade”.

Ao fazer falar e dizer sobre a desobediência corporal dos homens na vestimenta, a mídia, materializada na produção jornalística da revista *Manchete*, por meio das imagens fotográficas e da declaração de um profissional das ciências psi., remete o leitor a um efeito de real no qual faz ver uma forma adequada, legítima, normal de masculinidade/virilidade e uma única forma sadia e normal de sexualidade, a heterossexualidade. É deste modo que se dá a luta pela verdade e pelo controle dos discursos: em torno de um determinismo biológico que naturaliza as categorias de masculino e de feminino e, conseqüentemente, em torno de uma masculinidade e virilidade normativa.

Nesse jogo estratégico, que se vale do par visibilidade-enunciabilidade, a mídia, então, cria o objeto gênero e, com vistas a responder a uma urgência histórica – a diluição dos papéis sociais e sexuais – por meio da memória discursiva, que faz circular incessantemente paradigmas, estereótipos, modos de ser e vestir que inserem os sujeitos em um efeito de real cujo objetivo é a generalização do modelo binário masculino/feminino, convoca a Moda ao controle e à educação do corpo-sujeito homem. Convoca, pois, o corpo a escapar da lógica constitutiva das aparências, (re)organiza a Moda como um lugar possível para práticas de libertação, uma vez que, outrora, a Moda fora um instrumental no processo de socialização em direção aos papéis sexuais e de gênero, um dispositivo de etiquetagem e de controle do corpo individual e social. A partir de uma rede de implícitos que preenche a memória discursiva constituída, durante séculos, por discursos que, no e pelo vestuário, falam e determinam territórios normalizadores de gênero, a Moda é então operacionalizada, produzida e (re)atualizada pela mídia na objetivação e subjetivação do corpo-sujeito homem.

À vista disso, a mídia, ao atravessar o espaço da moda, entrelaça-se a ela como um nó em uma rede que, junto a um grupo de elementos heterogêneos, costura discursos que estruturam o programa de funcionamento da Moda na condição de dispositivo. Ou seja, quando esta se abre para um conjunto de práticas disciplinares e de controle sobre a população. Mídia e Moda encontram-se, aqui, em intensa relação e, de certa forma, competindo ou articulando sentidos entre si.

Referências

“A ROUPA NÃO FAZ O HOMEM: rapazes vestidos como moças, e moças vestidas como rapazes, escandalizam Londres”. **Manchete**, n. 652, p. 128-131, Rio de Janeiro, 17 out. 1964.

BAUBÉROT, Arnaud. Não se nasce viril, torna-se viril. In: CORBIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. (Orgs). **História da Virilidade: a virilidade em crise?** Tradução Noéli sobrinho. Thiago Abreu, Lima Florêncio. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 189-220.

BENTO, Berenice. Performances de gênero e sexualidade na experiência transexual. In: LOPES, D.; BENTO, B.; ABOUD, S.; GARCIA, W. (Orgs). **Imagem e diversidade sexual: estudos da homocultura**. São Paulo: Nojosa, 2004.

BERTAUD, Jean-Paul. O exército e o brevê de virilidade. In: In: CORBIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. **História da Virilidade: o triunfo da virilidade**. Tradução Noéli sobrinho. Thiago Abreu, Lima Florêncio. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 74-94.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução Renato Aguiar. 20. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Tradução Renata Ambrosio. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

CAMPO, Baga de Bagaceira Souza; CIDREIRA, Renata Pitombo. A ordem da roupa em Foucault: as relações de poder presentes no discurso midiático do corpo adornado. **Revista RELACult**, v. 4, n. 3, p. 1-8, set./dez. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.23899/relacult.v4i3>. Acesso em: 29 jan. 2022.

COURTINE, Jean-Jacques. **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. Tradução São Paulo: EDUFSCar, 2009.

DAVALLON, Jean. A imagem, uma arte de memória. In: ACHARD, P.; DEVALON, J.; DURAND, J. L.; PÊCHEUX, M.; ORLANDI, E. P. (Orgs). **Papel da Memória**. Tradução José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 1999.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução Luiz Felipe Baeta Neves. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense – Universitária, 1987.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução Raquel Ramallete. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

GOULD, Jonathan. **Can't Buy Me Love: os Beatles, a Grã-Bretanha e os Estados Unidos**. Tradução Candombá. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

HOBBSAWN, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX**. Tradução Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

INDURSKY, Freda. A memória na cena do discurso. In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C. L.; MITTMANN, S. **Memória e história na/da análise do discurso**. Campinas: Mercado de Letras, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino na sociedade moderna**. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das letras, 2009.

LOURO, Guacira Lopes. Currículo, gênero e sexualidade: O “normal”, o “diferente” e o “excêntrico”. In: LOURO, G. L.; FELIPE, J.; GOELLNER, V. S. (Orgs.). **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 9. ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

NAVARRO, Pedro. Uma definição da ordem discursiva midiática. In: MILANEZ, N.; GASPAR, N. R. (Orgs.). **A (des)ordem do discurso**. São Paulo: Contexto, 2010.

NAVARRO, Pedro; CERNIZ, Cassio Henrique. Práticas discursivas de desobediência e seu valor de acontecimento nas relações de poder. **Revista Fórum Linguístico**, v. 18, n. 2, p. 6312-6331, abr./jun.2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-8412.2021.e79162>. Acesso em: 29 jan. 2022.

PRECIADO, Paul Beatriz. **Manifesto Contrassexual: práticas subversivas de identidade sexual**. Tradução Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: N-1 edições, 2014.

ROCHE, D. **A Cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII)**. Tradução Assef Kfourri. São Paulo: Senac, 2007.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SETEMY, Adriana Cristina Lopes. Vigilantes da moral e dos bons costumes: condições sociais e culturais para a estruturação política da censura durante a ditadura militar. **Revista Topoi**, v. 19, n. 37, p. 171-197, jan./abr. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/2237-101X01903708>. Acesso em: 29 jan. 2022.

SEVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TAMAGNE, Florence. Mutações homossexuais. In: In: CORBIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. **História da Virilidade**: a virilidade em crise? Tradução Noéli sobrinho. Thiago Abreu, Lima Florêncio. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 424-453.

VEYNE, Paul. **Foucault**: seu pensamento, sua pessoa. Tradução Marcelo Jacques de Morais. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001, assim como do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais - IFSULDEMINAS.
Revisora: Marília Achete Junqueira Garcia. Mestre em Linguística pela UFSCar. E-mail: marilia.achete@yahoo.com.br



Da Ninfa ao Trapeiro: o panejamento caído, entre restos de moda e rastros de Arte¹

*From Nymph to ragpicker: fallen drapery,
between fashion remains and traces of Art*

¹ Este artigo é produto do desenvolvimento de uma pesquisa apresentada, inicialmente, pelas autoras durante o Colóquio de Moda do ano de 2019, no GT 14 – A Dimensão Estética da Moda: aparência, arte e sensibilidade.

Joana Bosak²

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6563-116X>

Ana Carolina Cruz Acom³

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7106-0401>

[**resumo**] Este artigo apresenta uma leitura da Ninfa na história da arte, para pensar desdobramentos do corpo feminino e indícios humanos. Desde o pensamento de Georges Didi-Huberman, a figura mitológica da Ninfa se bifurca entre um corpo feminino e os panejamentos caídos no chão, dobrados ou amassados, desprendidos de um corpo. Refletir sobre a personagem torna-se instrumento para falar do corpo feminino impregnado de significações, o movimento do tempo e queda da Ninfa, o corpo violado ou subversivo. Do outro lado temos os panos separados do corpo, como naturezas mortas eles apodrecem no chão e testemunham histórias de violência e esquecimento.

[**palavras-chave**] **Ninfa. Violência. Corpo feminino. Panejamento. Trapeiro.**

[**abstract**] This paper presents a view about the Nymph in the History of Art and intends to offer reflections on female bodies and traces of human development. According to Georges Didi-Huberman, the mythological figure of the Nymph is understood either as a female body or as draperies lying on the floor and detached from a body. The reflection on the character becomes an instrument to talk about the female body, which is impregnated with meanings, the movement of time and the fall of the Nymph, in addition to the violated or subversive body. On the other side we have the cloths separated from the body. Like still lifes, they rot on the ground and bear witness to stories of violence and oblivion.

[**keywords**] **Nymph. Violence. Feminine body. Drapery. Ragpicker.**

Recebido em: 23-04-2022

Aprovado em: 03-11-2022

² Doutora em Literatura Comparada (UFRGS), docente no Bacharelado em História da Arte (UFRGS). Coordena o grupo de pesquisa História da Arte e Cultura de Moda/CNPq e é Diretora do Museu Moda e Têxtil da UFRGS. | joanabosak@gmail.com | <http://lattes.cnpq.br/2938354734194794>

³ Doutora em Sociedade, Cultura e Fronteiras (UNIOESTE), Pós-doutoranda também pelo PPGSCF/UNIOESTE. anacarolinaacom@gmail.com | <http://lattes.cnpq.br/7164611825752287>

Caminhando com o vento

Avançando no ir e vir de panos drapeados: fluindo entre as ninfas, imagens sobreviventes da memória e das fórmulas da paixão do mundo antigo rememoradas por Georges Didi-Huberman (Saint-Étienne, 1953) a partir dos estudos de Aby Warburg (Hamburgo, 1866 – 1929); e figuras inaugurais de nossa Modernidade, como as *Flores do Mal*, personagens eróticas, obscenas e grotescas articuladas por Charles Baudelaire (Paris, 1821 – 1867) e Walter Benjamin (Berlim, 1892 – Portbou, 1940). Ainda: dançando com a *Gradiva* de Wilhelm Jensen (Heiligenhafen, 1837 – Munique, 1911), retomada por Sigmund Freud (Příbor, 1856 – Londres, 1939), a jovem que avança, bailando, levanta a barra de seu traje; o que propicia uma escrita seminal sobre o sonho e o delírio, em 1907. Retomar o corpo performatizando movimentos, desvelamentos, violências perpétuas: mulheres raptadas, violadas, que se vestem, que se desnudam, que gritam, que dizem não. Corpos decompostos pelo olho, pela cultura, pela história. Trajes que simbolizam corpos que já não mais estão e, sólidos, materiais que são, antes de se desmancharem no ar e no tempo, rememoram a teia de relações humanas que por eles passaram. Dobras de si, farrapos do tempo; panos que deslizam do mármore frio à sarjeta de Paris, de São Paulo ou de Porto Alegre.

Este artigo se refere a uma reflexão que parte da História da Arte, como ciência da cultura, a fim de pensar a concepção de vestes sem corpos referidas por roupas em museus, em guarda-roupas, abandonadas ou em panejamentos diversos que desnudam corpos. A partir da abordagem de Georges Didi-Huberman, na obra *Ninfa Moderna – Ensaio sobre o panejamento caído* (2016), que resgata e atualiza o conceito de “ninfa” de Aby Warburg (1866 – 1929), o estudo desliza de modo transdisciplinar por algumas imagens contemporâneas que relacionam corpos, vestes, panos e os diferentes destinos a que chegam gráfica, plástica e fisicamente. Didi-Huberman prolonga a investigação à figura da ninfa, desde a Antiguidade até seus avatares contemporâneos, centrando a análise no corpo, nas poses e nos panos drapeados, dobrados em si. De forma poética ele se refere à “queda da ninfa”, em uma evolução que atravessa o tempo pelas estátuas gregas, pelas pinturas renascentistas; em que os panos como frutos da perícia e da técnica dos artistas cada vez mais vão descobrindo a nudez feminina, até serem tão somente panejamentos caídos, dotados de autonomia formal e conceitual. Vestes sem corpos.

No texto de Didi-Huberman esses panos derrubados culminam em trapos abandonados pelas ruas e registrados em fotografias contemporâneas. O filósofo trapeiro propõe a reflexão sobre os panos caídos nas calçadas das cidades, como os trapos dos mendigos e toda a sorte de farrapos. O autor adjetiva estes objetos avessos a uma ideia de moda e os coloca como fonte de análise para pensarmos as cidades modernas através de uma “arqueologia da rua”, partindo de panos em decorados de esculturas nas igrejas romanas, por exemplo; chegando à sarjeta das grandes metrópoles, grandes museus a céu aberto, vísceras expostas da civilização ocidental capitalista que produz restos incessantemente. Refletir sobre as roupas separadas do corpo que as acompanhariam é efetivar uma presença desaparecida, por meio de uma arqueologia das relações humanas; tecidas pela relação entre panos e corpos ausentes. As roupas velhas, rotas e amassadas, deixadas de lado ou descartadas, possuem marcas

humanas. O antropomorfismo desses pedaços de pano, quando amontoados, esquecidos, tornam-se informes e perdem o sentido sem a forma humana que antes os significava, sem nunca deixar, entretanto, de rescender a essa presença.

Violência e desnudamento

Aby Warburg é o autor que dedica parte significativa de seus estudos à ninfa como imagem sobrevivente e carregada de *pathos* da Antiguidade Clássica e a perscruta pelas obras de arte, sobretudo do período renascentista. O historiador da arte inicia tais estudos na última década do século XIX em sua tese sobre a obra de Sandro Botticelli e os segue desenvolvendo com sua ideia acerca do que intitulou “Ninfa Fiorentina”, em suas correspondências fictícias com o amigo Andre Jolles, em 1900.

Didi-Huberman, estende, portanto, as investigações de Warburg sobre a ninfa pensando em suas formas femininas e nos seus movimentos corporais e dos tecidos que a acompanham, que ao se deslocarem através dos gestos e do vento nos estudos do segundo, reestruturaram uma visão canônica da majestade estática da arte antiga – como queria Johann Joachim Winckelmann (1764), e que no segundo, passam a narrar o tempo e as relações humanas.

No conceito estendido de ninfa desenvolvido por Didi-Huberman, essa figura mítica migra do Renascimento pagão e erra fluidamente em direção à contemporaneidade, despojando-se de suas vestes e evidenciando o corpo como matéria narrativa em permanente evolução. A ninfa avança no tempo, tal como a Gradiva avança em frente, em uma dança permanente, que performa o movimento do ir. Os panejamentos caindo, ruindo, sendo arrancados ou jogados pelo chão denotam a “queda da ninfa”; apresentada por uma história da arte visível, especialmente, na arte “clássica”: a dos tecidos que desvelam o corpo feminino, e ao se tornarem panejamentos caídos são, eles mesmos, imbuídos de autonomia face ao corpo que não mais o acompanha (DIDI-HUBERMAN, 2016):

A bifurcação sintomática do corpo em representação e do seu “acessório em movimento” encontra-se onipresente nos objetos de estudo warburgianos. Na espécie de “filme” que aqui imagino – a queda progressiva da Ninfa –, esta bifurcação tomará a forma de uma lentíssima dissociação entre nudez e o tecido que primeiro vestia; é como se o panejamento da Ninfa caísse por terra, por si só, em ralenti, desnudando a jovem pouco antes que ela, por seu turno, atinja o chão, onde o tecido a recolherá como um lençol. É, portanto, num mesmo movimento que advêm a queda e a nudez da Ninfa. (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 49) [grifos do autor].

Metáfora da violência desde o princípio, o desnudamento da ninfa é parte de sua condição inicial, visto essa compreender uma figura mitológica a ser violada por deuses e outras entidades, como faunos e sátiros da Antiguidade pagã. Longe das imagens marianas

com seus mantos azuis ultramarinos nesse mesmo renascer pictórico, o destino da ninfa está fadado quando o símbolo de sua nudez se apresenta: o véu que cobre a Virgem descobre a Ninfa, simbolizando a ampla diferença entre o caráter religioso e santo e aquele pagão e mítico. Paradoxalmente, a nudez é dada pelo pano caído, já que anteriormente à queda, ela estava vestida. Oposta à Virgem, investida por seu manto, a Ninfa o é pelo pano que irá tombar: desvestida, junto a uma castidade que nela não importa. O pano aqui, é símbolo máximo de uma violência que não seria problematizada em tempos anteriores, pois que o “rpto” é justificado pela narrativa mitológica e poderá resultar, não raro, na produção de outras deidades.

Os panos caídos, no desenrolar teórico de Didi-Huberman, são levados ao ponto máximo de um percurso de sobrevivência de formas antigas através da História da Arte ocidental, até entes autônomos presentes em fotografias urbanas do contemporâneo. Como nas imagens de mendicância da década de 1920 de Germaine Krull, ou nas séries: *Barragem* (1998) de Steve McQueen; *Vestígio* (1989) de Denise Colomb ou *Paisagens no Chão* (1967 – 1968) de Alain Fleischer (DIDI-HUBERMAN, 2016). Esses andrajos abandonados nas calçadas sugerem formas vestíveis mais próximas de uma anti-moda, pois são roupas sem corpos, não se significando em uma indústria de tendências. Sua solidão nos lembra das vidas que pelas roupas passaram, para além de um tempo preciso. O farrapo é a reminiscência do corpo que não mais está, é vestígio da história, testemunho do já vivido; o passado. Nessa arqueologia urbana, a roupa configura toda a sorte de presença humana, como um museu-cemitério.

Em uma sociedade da roupa, a veste legitima as condições humanas da materialidade social (STALLYBRASS, 2008). O percurso da roupa passa por transformações, tramando uma rede de significações e de pessoas, desde seu artífice até o portador, passando pelo descarte ou lembrança material preservada. Nesse sentido, “a roupa é um tipo de memória. Quando a pessoa está ausente ou morre, a roupa absorve sua presença ausente”, conforme desenvolve Peter Stallybrass (2008, p. 13) no comovente artigo *Roupas, memória, dor*, em que estipula o valor afetivo das vestes como registros materiais dos que por elas passaram. Os artefatos compõem, assim, um sistema de signos da vida social: a roupa perpassa identidades e corpos, e quando um corpo perece, ela permanece vestindo outras formas sociais; outras pessoas, guarda-roupas ou museus, mas ainda constituindo redes de significação e matéria semiótica acumulada.

Símbolos do Holocausto, Cascas de vida

Pilhas de roupas e de sapatos abandonados em Auschwitz e descobertas muitos anos depois tornaram-se referências diretas e signos de uma barbárie funesta. Essas pilhas de roupas são objetos que ainda têm algo de humano, poderiam ser úteis, mas estão deslocadas, fora de suas funções e já não servem a ninguém. Ainda são coisas determinadas, mas matéria indeterminada; na ausência da forma humana, portam a morte e o desaparecimento. A roupa separada do corpo, nesses casos, representa a ausência que evoca

uma presença extinta. Essas peças são matéria antropomorfa, outrora vestíveis, mas ao tombarem perdidas tornam-se informes pela falta do corpo que as completaria, como vemos na seguinte passagem:

Perturbador pelo destino que infringe ao antropomorfismo a forma humana ausentou-se, de fato. Mas ela mantém-se em suspenso – ou, antes, dobrada sobre si [en repli], rejeitada –, como uma última forma possível para o desejo humano. Qualquer coisa como um farrapo do tempo.” (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 51) [grifos do autor].

A ausência do corpo em roupas é um elemento habitual em museus, que documentam essa passagem tão somente humana por peças que se tornam testemunhas, não apenas da história da moda, mas da história da humanidade e de suas misérias. Assim como as obras de artistas que apresentam roupas sem corpos, são roupas de artistas, esculturas que sugerem vestes ou mantos ritualísticos.

O trabalho do artista francês Christian Boltanski (1944 – 2021), continuamente relacionado à memória, presença e ausência, muitas vezes utiliza roupas em instalações. A obra de Boltanski faz referência à vida, à morte e é alusiva às grandes acumulações de vestuário. Através de imagens de objetos pessoais empilhados dos campos de concentração, Boltanski, cujo pai é judeu e ele mesmo nasceu durante a Segunda Guerra, possui algumas instalações referentes ao Holocausto. Dentre suas obras está *Personnes* (2010): enorme exposição com toneladas de roupas na nave central do *Grand Palais* de Paris, por onde as pessoas passeavam observando as peças acumuladas em uma grande pilha ou em quadradinhos pelo chão, quase como valas de corpos coletivas, ao som de batidas de coração. Outra obra tocante no registro da ausência em roupas é *Terril Grand-Hornu* (2015), que forma uma montanha de casacos pretos, e estava em exibição em 2020 no *Centre Pompidou* em Paris, antes de seu fechamento pela pandemia da Covid-19. Essa instalação faz uma homenagem aos mineiros belgas e suas mortes em massa. Cascas de corpos, as roupas nos lembram daqueles que não mais estão⁴.

⁴As cascas fazem parte da reflexão de Georges Didi-Huberman em outro pequeno grande livro, intitulado justamente *Cascas*, no qual reflete poeticamente sobre sua visita ao complexo de extermínio dos campos de Auschwitz-Birkenau, nos quais convivem história e simulação de espaços de memória através de uma montagem cenográfica. Paradoxalmente, esses espaços conformados agora em museus, contêm também lugares de consumo dessa história dolorosa: livrarias e objetos a serem vendidos como “souvenirs”. Outra reflexão se faz: o quanto se celebra num espaço convertido em espetáculo da dor alheia? As cascas das bétulas (*birken*) arrancadas aos troncos das árvores repletas de simbolismos da resistência, conduzem o texto reflexivo do historiador da arte, como testemunhas do horror ocorrido ali onde perdeu parte de sua família, que logo emigrou à França. (DIDI-HUBERMAN, 2017).

FIGURA 1 - CHRISTIAN BOLTANSKI. LE TERRIL GRAND-HORNU, 2015. ROUPAS NEGRAS EMPILHADAS. EXPOSIÇÃO *FAIRE SON TEMPS*, CENTRE POMPIDOU, PARIS (2020)



FONTE: acervo próprio

Christian Boltanski acredita que possamos considerar as roupas de pessoas que já se foram como seus retratos pessoais. Ele utiliza peças, vestes ou objetos, que pertenceram a um indivíduo para falar da condição humana: através de histórias individuais o artista diz da história universal (FERNANDES, 2012). “Todos estes casacos são como corpos. A verdade é que todos estes casacos são usados e foram vendidos antes da morte daqueles a quem pertenciam. E são como mortos. E conseguimos sentir a presença desses corpos, dessas pessoas.” (BOLTANSKI, 2012, s/p). O artista fez sua própria leitura de a *Dança Macabra* (2012), tema de diversas obras do período medieval que retratavam as vítimas da morte, durante a Peste Negra. A instalação, apresentada em 2012 em Guimarães, Portugal, exibia casacos pendurados ao teto e eram movimentados por roldanas. João Fernandes (2012), comissário da exposição, afirma que os casacos suspensos em movimento contam muito da história da pintura, e da arte, e, sobretudo, da dança da morte, pois, ao “invés de uma dança de esqueletos como acontecia na pintura medieval”, o artista apresenta uma dança de casacos contemporâneos e de suas sombras, em uma nova simulação de vida.

O que você estava vestindo?

Em outra linha argumentativa, a exposição *O que você estava vestindo?* foi lançada em 2014 na Universidade de Arkansas, nos Estados Unidos, e posteriormente se espalhou por vários países. A mostra expunha as roupas que vítimas de abuso sexual usavam quando foram atacadas, como um modo de crítica à infame pergunta feita às vítimas e título da exposição. Havia todo o tipo de roupas, como uniformes, pijamas, lingerie ou roupas infantis. Aqui concordamos que “a visualidade da exposição não remete a qualquer ênfase de sexualização através das roupas, mas ao desalento de corpos submetidos à violência, que sofreram com a extirpação de suas liberdades” (COLLING; ACOM, 2019, p. 138).

FIGURA 2 – EXPOSIÇÃO *WHAT WERE YOU WEARING?*
OHIO UNIVERSITY ZANESVILLE (2020).



FONTE: reprodução, www.ycitynews.com/

São vestes sem corpos, cujo signo remete à violência física referida por Vigarello (2003); da violação do princípio íntimo de propriedade que é o corpo. Além de exporem a insensata e absurda ideia da culpabilidade das vítimas pela escolha de suas vestes, que tal como a Ninfa, podem ser mulheres violadas, despidas física e simbolicamente, existentes, per si, para o desfrute masculino. As vestes despojadas e demonstrando o abandono da intencionalidade corporal são imagens perturbadoras, nos campos de concentração ou na exposição citada, são roupas relacionadas com corpos ausentes e invadidos.

A violação do corpo feminino, em representações do estupro na história da arte, institui a nudez da Ninfa como materialidade violenta. A escultura *O Estupro da Sabina* (1574 – 1582), de Giambologna, não apresenta panos, apenas uma nudez crua de seus personagens

e a força exercida por seus corpos. Já nas obras *O Estupro de Proserpina* (1621 – 1622), de Gian Lorenzo Bernini, e *O Estupro de Polixena* (1866), de Pio Fedi, temos registrados os pânos de seus trajes caindo e narrando uma história de violação. Da mesma forma que comenta Didi-Huberman (2016, p. 50) sobre a pintura de Tintoretto, *Tarquínio e Lucrecia* (1578 – 1580): “não resta à jovem violada senão um vestido reduzido a farrapos, enquanto as pérolas do seu colar se dispersam no chão. Mas, em redor, os retoques luminosos transformam cada prega dos panejamentos em signos visuais tão cortantes quanto a espada em primeiro plano.”.

FIGURA 3 - TINTORETTO. *TARQUÍNIO E LUCRÉCIA*, 1578-80.
ÓLEO SOBRE TELA, 157 X 146 CM. ART INSTITUTE OF CHICAGO.



FONTE: reprodução, <https://pt.wikipedia.org/wiki/Tintoretto>

As obras citadas encontram-se em importantes praças ou museus da Europa, fazendo parte do imaginário histórico e mitológico da humanidade. O mesmo não pode ser dito da obra recente do polonês Jerzy Bohdan Szumczyk. Em 2013 o artista instalou, sem autorização, sua escultura em uma praça pública na Polônia, ao lado do memorial em homenagem ao Exército Vermelho da União Soviética. Szumczyk criou uma obra explícita, que retrata um soldado soviético estuprando uma mulher grávida sob a mira de uma arma. A obra foi retirada em algumas horas e o artista respondeu na justiça por incitação ao ódio racial e nacional. Szumczyk defende que sua escultura trata de uma declaração política condenando o estupro. Ele conta que o perturbava a história de presumidas violações cometidas por soldados russos durante a Segunda Guerra Mundial, referindo-se aos relatos que estimam que até dois milhões de mulheres alemãs e polonesas podem ter sido atacadas (BROOKS, 2013). O panejamento da escultura, ou melhor, as vestes esculpidas; expõem a contemporaneidade da obra em contraste com as de estilo clássico. As calças abaixadas do soldado e o vestido que denuncia a condição de grávida da mulher narram cruamente uma condição de violência extrema por oposição à violência coreográfica da antiguidade e suas releituras.

FIGURA 4: JERZY BOHDAN SZUMCZYK. *SOLDADO SOVIÉTICO ESTUPRANDO UMA MULHER GRÁVIDA*, 2013. ESCULTURA DE CONCRETO, 230 KG. GDANSK, POLÔNIA.



FONTE: reprodução, www.huffpost.com

Esta imagem reatualizaria a Ninfa, já que ela é “como a *aura* – no sentido benjaminiano: *declina* com os tempos modernos. Em sentido estrito ela não chega a envelhecer, por ser uma criatura da sobrevivência.” (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 47) [grifos do autor]. A Ninfa pode manter-se ereta, ou ao chão, despida ou com panejamentos em movimentos, em poses lânguidas, de sofrimentos ou em danças transcendentais, “perseguidas, agredidas, ou fazendo amor, violadas ou raptoras de jovens” (*idem*), elas sempre sobrevivem ao tempo, ao imaginário e às nossas possibilidades conceituais. Na contemporaneidade temos uma bifurcação, podemos pensar a arte corporal ausente de andrajos, o corpo feminino nu, ou lê-las na arqueologia das cidades e do tempo pelos panos abandonados e em degradação.

O corpo feminino despido porta, assim, uma ampla carga simbólica, potencializada por fardos violentos, memórias ou prazeres. Essas potências corporais são traduzidas em algumas performances contemporâneas, que transformam o corpo nu em máquina de guerra, não definido “pela guerra, mas por uma certa maneira de ocupar, de preencher o espaço-tempo, ou de inventar novos espaços-tempos: os movimentos revolucionários, mas também os movimentos artísticos são máquinas de guerra.” (DELEUZE, 2008, p. 212).

Performances e dobras de si

A *performer* Carina Sehn trabalha com uma chamada “sutilização” do corpo, entre ações performáticas e terapêuticas, possui uma série de exposições públicas de seu corpo nu. Nessas performances, ela coloca em xeque os clichês de representações corporais e propõe o corpo nu ausente de representações: “O meu corpo era um território neutro e nenhuma moral ou regra geral o faria ressentir-se da experiência de ser ele mesmo, do que ele pode enquanto agente de um modo particular de existência, enquanto máquina de guerra, enquanto centro da ação.” (SEHN, 2014, p. 36).

Tal prática existencial e discursiva tem se tornado ação precisa de outras artistas: Berna Reale é uma *performer* paraense, cuja obra dialoga diretamente com a violência e um senso de perigo iminente. Dentre suas obras de destaque citamos: *Quando todos calam* (2009), uma mulher nua deitada e coberta de carne crua e vísceras com urubus sobrevoando; e *Bi* (2019), uma série de performances em que Berna veste uma malha rosa que cobre todo o corpo e possui próteses de grandes seios e saco escrotal, sugerindo um corpo anômalo e lidando com os limites e definições de gêneros.

Esses exemplos configuram obras singulares, assinadas por mulheres que traduzem um corpo todo seu como arte contemporânea. Essa poderia ser uma leitura da Ninfa moderna subversiva, a qual colocaríamos nos entre-lugares deixados por Didi-Huberman. Pois, a questão não está “em saber onde – ou mesmo quando – chegará a *Ninfa* ao destino, mas até onde é ela capaz de se anichar, de se esconder, de se transformar” (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 46). A *performance* do corpo feminino é a dobra de si mesmo e a desdobra da Ninfa sem panos e com novos sentidos, poética que não se refere nem ao corpo escultural nem aos panos drapeados, mas a um corpo dobrado e desdobrado de modo físico e simbólico. “O sentido é o que se forma e se desdobra na superfície” (DELEUZE, 1974, p.130). Essa dobra humana rompe com a lógica de um corpo instituído e imbuído de sentidos prévios. A singularidade é o que pode conceber a máquina de guerra. Essa, então, seria a Ninfa em devir revolucionário, um corpo ausente de definições e repleto de intensidades e porvires. Nesse

sentido, “a arte funciona como uma máquina de guerra criadora, que opera uma desterritorialização intrínseca ao pensamento e as formas inventadas para solucionar os problemas da matéria, a arte inventa novas potências para ela” (ZORDAN, 2005, p. 268). E se a matéria é transformada, a arte se reinventa.

FIGURA 5 - BERNA REALE. PERFORMANCE *QUANDO TODOS CALAM*, 2009.
MERCADO VER-O-PESO, EM BELÉM DO PARÁ.



FONTE: Portfólio de Berna Reale, Galeria Nara Roesler (www.nararoesler.art)

O Tempo em vestes, Trapos e Vermes

A Ninfa designa, pois, algo de sobrevivente, tal qual o mito de Proserpina, que uma vez por ano faz a primavera florescer, depois cai novamente às profundezas do Hades/Inferno, nas mãos de seu algoz, e “ela surge sempre no presente do olhar, e sempre esse surgimento desvenda um eterno retorno, [...] a ‘sobrevivência’ dessas paradoxais coisas do tempo, por pouco existentes, embora indestrutíveis, que nos chegam de muito longe e são incapazes de morrer de fato” (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 46).

O movimento de bifurcação da queda da Ninfa conta de seu corpo libertário, mas também dos restolhos pelo chão: corpos e trapos traduzem a sobrevivência das formas da Ninfa pelo tempo. Os trapos caídos ainda formam dobras, drapeados outrora graciosos em estátuas gregas ou pinturas renascentistas, todavia, hoje contam da miséria humana e da estética do já decomposto.

Didi-Huberman (2016) se refere ao historiador-trapeiro⁵ de Walter Benjamin (1989), que por sua vez, se inspira no poeta Charles Baudelaire. Esse termo designa uma espécie de

⁵ Trapeiro é como o catador de papéis, aquele que apanha trapos na rua para vender. Esta figura é descrita por Charles Baudelaire, no século XIX, como personagem urbano de Paris.

metodologia poética de se pensar a história urbana com uma metáfora prática, que recolhe trapos sujos e apodrecidos imbuídos de histórias e trajetórias errantes. Caroline Evans (2012) se refere ao seu próprio modo de pesquisa e escrita como *ragpicking* (trapeiro): a transposição labiríntica de passado, presente e futuro em desacordo com a ideia de história linear, mas transposta em um remendar de trechos que formam o todo simultâneo. Esse método figura na obra *Passagens* de Benjamin: uma montagem, como nos métodos de Warburg e Didi-Huberman, onde se evidenciam os trapos, e tudo o que era rejeito: “não tenho nada a dizer. Somente a mostrar. Não surrupiarei coisas valiosas [...] Porém, os farrapos, os resíduos: não quero inventariá-los, e sim fazer-lhes justiça da única maneira possível: utilizando-os.” (BENJAMIN, 2009, p. 502).

Benjamin (2009, 1989) evoca Baudelaire (2011, 2019) em duas obras (*Do vinho e do haxixe* e *O vinho dos trapeiros*) em que compara o poeta aos trapeiros:

Os poetas encontram o lixo das sociedades nas ruas e no próprio lixo o seu assunto heroico. Com isso, no tipo ilustre do poeta aparece a cópia de um tipo comum. Trespagam-no os traços do trapeiro que ocupou Baudelaire tão assiduamente. [...] ‘Aqui temos um homem – ele tem de recolher os restos de um dia da capital. Tudo o que a grande cidade jogou fora, tudo o que ela perdeu, tudo o que desprezou, tudo o que quebrou, ele o cataloga, ele o coleciona. Compila os arquivos da devassidão, o cafarnaum da escória; ele procede a uma separação, a uma escolha inteligente; recolhe, como um avaro um tesouro, o lixo que, mastigado pela Deusa da Indústria, tornar-se-á objeto de utilidade ou de gozo.’ Essa descrição é uma única metáfora ampliada do comportamento do poeta segundo o coração de Baudelaire. Trapeiro e poeta, os dejetos dizem respeito a ambos; solitários, ambos realizam seus negócios nas horas em que os burgueses se entregam ao sono; o próprio gesto é o mesmo em ambos. Nadar fala do andar abrupto de Baudelaire; é o passo do poeta que erra pela cidade à cata de rimas; deve ser também o passo do trapeiro que, a todo instante, se detém no caminho para recolher o lixo em que tropeça. (BENJAMIN, 1989, p. 78).

Benjamin (2009) diz que Baudelaire se reconhece no trapeiro, aquele que se apoia nos muros como um poeta que abre o seu coração a projetos gloriosos, fazendo a triagem inteligente dos detritos. Da mesma forma, o artista Andy Warhol afirma de seu trabalho: “Sempre gostei de trabalhar com refugos. Coisas que são descartadas, que não são boas e todos sabem disso: sempre pensei que possuem um grande potencial de diversão. É um trabalho de reciclagem.” (WARHOL *apud* ECO, 2008, p. 388).

Walter Benjamin examina a cidade e observa seus detritos antropomorfos, matéria abandonada, mais do que inspiração arquitetônica ele traduz a “dimensão antropológica, se não mesmo ‘antropocêntrica’” (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 69). Em tempos de discussão da falência do antropoceno, nada mais preciso que isso, já que:

As sobrevivências circulam por todo o lado: deslizam em cada recanto da história – como a da arte, por exemplo. Mas sobretudo, agem “nos refugos da história”: nesses “farrapos”, “trapos”, “despojos”, nesses “retalhos” de que Walter Benjamin, mais ainda do que Aby Warburg, fez o objeto de sua incessante investigação, investigação de historiador-trapeiro. (idem).

Nesta arqueologia das ruas, o que se destaca ao olhar do historiador-trapeiro é o imenso catálogo dos objetos fora de moda em que tropeçamos nas calçadas. Os trapos, nos registros fotográficos citados acima são disformes panejamentos que se deterioram no tempo. Os registros desses detritos descrevem o aspecto miserável do urbanismo, mais eminentemente social e humano, farrapos de vida e de tempo. Mesmo abandonados e esquecidos eles portam memórias, mas na ausência de sua compreensão íntima, só podemos refletir sobre a “estética da decomposição” (AFEISSA, 2018) legada por esses objetos, conforme a passagem a seguir:

Estamos na rua, de cabeça baixa, olhar vago e flutuante. Um velho trapo arrasta-se contra o passeio enquanto a água da sarjeta nele deposita a sua “crosta de sujidade”. Com este refugio das ruas, a miséria das formas – uma espécie de fealdade – irrompe na paisagem monumental da grande cidade [...] Quer dizer que ela marca a entrada inquietante de um real ou de um pesadelo [...] Ao lado do farrapo fotografado em Les Halles por Germaine Krull, os frutos não tardarão a apodrecer. (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 104).

O movimento fatal do declínio, da queda ao chão é fadado à decomposição, se os frutos não tardarão de apodrecer, os panejamentos nos passeios não cessarão de “descer” ao informe. O declínio da aura e “a queda da Ninfa” tornam essa matéria antropomorfa e degradada, que vaga e retorna, fonte de uma “antropologia visual das sobrevivências”. Dessa forma, Didi-Huberman (2016) verá a Ninfa ressurgir, neste panteão decomposto, como transeunte das Flores do Mal em Baudelaire.

Baudelaire (1997) escreve sobre o deleite no que é repulsivo e na confusão moral que isso provoca. Segundo o poeta o prazer na feiura vem de um sentimento misterioso na sede pelo desconhecido, que gera um gosto pelo grotesco, pelo bruto, pelo horrível. Umberto Eco (2007, p. 430) ao se referir à poesia e à literatura ocidentais do final do século XIX, afirma que “privilegiava a beleza cadavérica como gesto de desafio e recusa do gosto da maioria [...] cultivando aquelas que Baudelaire chamaria de ‘as flores do mal’”. Vemos, assim, em Baudelaire (2006: 878 – 879) uma descrição feminina relacionada às cortesãs:

Representa perfeitamente a selvageria na civilização. Tem sua beleza que lhe vem do Mal, sempre desprovida de espiritualidade, mas por vezes matizada de uma fadiga que simula melancolia. Ela dirige o olhar ao horizonte, como animais de presa [...] nada, a não ser arte pura, isto é, a beleza particular do mal, o belo no horrível. E até, para reafirmá-lo de passagem, a sensação geral que emana de todo esse cafarnaum contém mais tristeza do que graça. O que confere beleza particular a essas imagens é sua fecundidade moral. São ricas em sugestões, mas em sugestões cruéis, ásperas, que minha pena, embora acostumada a lutar contra as representações plásticas, talvez só insuficientemente tenha traduzido.

Encontramos na obra *Esthétique de la Charogne* (Estética da Carniça) de Hicham-Stéphane Afeissa (2018) um aporte considerável para pensar a beleza no que causa repugnância e horror,

a partir de uma ótica inaugurada por Baudelaire. Desse modo, trazemos a Ninfa caída de Didi-Huberman (2016, p. 111), nos panejamentos ao chão que “tornam-se suplemento de horror na inumana carcaça. Com a queda da *Ninfa*, o panejamento torna-se, pois, extensão, intensidade e inerência da própria morte”.

Afeissa (2018) discorre sobre carniça e decomposição na história da arte, pensando o sentimento da beleza no que causa asco. Além de trazer uma definição do horrível, o autor defende que a experiência estética é uma experiência cognitiva, contempla um saber, uma espécie de conhecimento. O contato com o abjeto não seria somente uma questão de beleza, prazer ou desprazer, mas um processo de conhecimento que o espetáculo do decomposto nos revela, pois que “a arte produz um efeito de inteligibilidade e torna-se uma certa modalidade de conhecimento. Existe um conhecimento artístico no mesmo sentido que existe conhecimento científico ou filosófico.” (AFEISSA, 2018a, p. 133, tradução nossa).

FIGURA 6 - GERMAINE KRULL. RUE DE RIVOLI - RUE DES HALLES ÀS 10H30, 1928.
FOTOGRAFIA. PARIS, FRANÇA.



FONTE: reprodução, livro *Ninfa Moderna: Ensaio sobre o panejamento caído* de Georges Didi-Huberman.

Do mesmo modo que o historiador-trapeiro possui o olhar atento aos trapos abandonados, o poeta da carniça se interessa e absorve o prazer estético em conhecer o decomposto; Baudelaire (2011a) escreve o poema *Uma Carniça*:

Lembra-te, amor, do que nessa manhã tão bela/ Vimos á volta de uma estrada? /
– Uma horrenda carniça, oh que visão aquela! / [...] Com as pernas para o ar, qual
mulher impudente/ Tressuando vícios e paixões/ Abria de maneira afrontosa e
indolente/ O ventre todo exalações/ [...] E contemplava o céu a carcaça ostento-
sa/ Como uma flor a se entreabrir!/ E o fétido era tal que estiveste, nauseosa/
Quase em desmaios a cair./ Zumbiam moscas mil sobre esse ventre podre/ De
onde os exames vinham, grossos/ De larvas, a escorrer como azeite de um odre/
Ao longo de tantos destroços.

Baudelaire destaca a sublimação realizada de uma matéria orgânica em decomposição, em uma carcaça. Os insetos necrófagos seriam “alquimistas transcendententes”, que da assustadora podridão fazem um produto vivo e inofensivo. A própria natureza é poesia, o que torna o espetáculo em si sublime (AFEISSA, 2018). Assim, é em Baudelaire que encontramos a descrição do horror de forma poética e a narração da carniça como flor.

Tudo está aí. Tudo, quero dizer: a vida e a morte das formas, a dialética inelutável – e imparável – das formas e do informe, que Baudelaire tão bem sugere na expressão “trapo vivo”. Trapo, porque a forma viva se dilacera, se decompõe em carcaça. Vivo, porque o informe não para de produzir as suas próprias metamorfoses, as suas acumulações visuais subindo e descendo “como uma onda”, enlaçando-se e abatendo-se, vivendo da “multiplicação”, como se animadas por esse labor paradoxal que é a própria decomposição, o seu penoso bulício, a sua exuberância, o seu “movimento rítmico”. Por um lado, “as formas apagam-se”. Por outro, reaparecem como algo por nascer, “um esboço lento a surgir” na tela de algum pintor atento às enfermidades do visível. [...] Em suma, a forma do vivo, quando condenada à morte, dá à luz algo que não é o informe por simples negação – por simples desaparecimento, por simples privação –, mas o informe por sobrevivência, o informe dotado dessa capacidade de proliferar que tão bem manifestam os bancos de micróbios, os amontoados movediços de vermes, os enxames de moscas ou as companhias de fantasmas. (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 111).

E entre trapos, rastros e restos, eis que o que nos restitui são fantasmas, ainda a memória transparente e fugidia do corpo que um dia existiu, para que o historiador trapeiro possa lembrar, o poeta da carniça cantar e o alfaiate remendar.

Desdobramentos Finais

Assim, buscamos apresentar a Ninfa Moderna por meio de seus despojos, violências e subversão. O corpo feminino da ninfa é fustigado e desejado, mas também potente,

máquina de guerra e de intensidades pujantes, capaz de mover exércitos e revolucionar os sentidos. O tema da violação feminina na arte clássica é materializado pela representação da ninfa, mas sua leveza e suavidade em panejamentos etéreos também constituem o belo na arte e o tempo em movimento.

Os despojos da ninfa são dobras, trapos da memória humana prenhes de histórias outras. O tema da violência é enraizado nestes andrajos, farrapos do tempo e testemunhas do holocausto, violação ou do consumo devastador da contemporaneidade nas grandes metrópoles.

A ninfa é figura sobrevivente, traduzindo na arte as desdobras do corpo feminino, cujas significâncias erram no tempo, mas ela resiste e é reinventada. Neste sentido, a história da arte é arqueologicamente construída nas ruas e sobre os corpos para desvelar essas possibilidades e modos de existência, no corpo desnudo ou na natureza morta dos panos como carcaça.

Os rastros, em panejamentos caídos, dizem da ausência e da queda. Este abandono despojado está encharcado de indícios e memórias, vestígios dobrados que materializam a crueldade, miséria humana, desejo e luto. Os vestidos esfarrapados e esvaziados de corpos foram pendendo destes através dos tempos, a bifurcação temporal do pano e corpo seguem inspirando narrativas, como as musas de outrora.

Referências

AFEISSA, Hicham-Stéphane. **Esthétique de la Charogne**. Bellevaux: Editions Dehors, 2018.

AFEISSA, Hicham-Stéphane. Esthétique de la charogne: Aristote, père de l'esthétique cognitive? In: **Nouvelle revue d'esthétique**, vol. 22, no. 2, 2018a.

BAUDELAIRE, Charles. **As Flores do Mal**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

BAUDELAIRE, Charles. **Choix de maximes consolantes sur l'amour** (in *Le Corsaire-Satan*, 3 mars 1846). In: S. Pestel pour la collection électronique de la Bibliothèque Municipale de Lisieux. Lisieux, 1997. Disponível em: www.bmlisieux.com/litterature/ baudelaire/ maximes.htm Acesso em: jul./2020.

BAUDELAIRE, Charles. **O Pintor da Vida Moderna**. In: Poesia e prosa. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2006.

BAUDELAIRE, Charles. **Paraísos artificiais: O haxixe, o ópio e o vinho**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

BAUDELAIRE, Charles. **Uma Carniça**. In: Blog Borges dos Reis: literatura e poesia, 2011a. (tradução Álvaro Reis). Disponível em: <https://borgesdosreis.wordpress.com/2011/04/08/ poesia-uma-carnica-charles-baudelaire> Acesso em: jul./2020.

BENJAMIN, Walter. **Fragmento de Paris do Segundo Império**. In: *Obras Escolhidas v.3*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: UFMG, 2009.

BOLTANSKI, Christian. **Depoimento sobre Dança Macabra**, Guimaraes: 2012. In: Vídeo no Canal 180. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Bmg-i9OorBQ>

BROOKS, Katherine. **Polish Rape Sculpture Draws International Backlash**. In: Culture e Arts, HuffPost, 2013. Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/jerzy-bohdan-szumczyk_n_4123355

COLLING, Ana Maria; ACOM, Ana Carolina Acom. Corpo feminino, corpo político: de fustigado à devorador do instituído. In: **Revista Práxis**, Novo Hamburgo, ano 16, nº. 2, mai./ago. 2019.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2008.

DELEUZE, Gilles. **Lógica do Sentido**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Cascas**. São Paulo: Editora 34, 2017.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Ninfa Moderna**: Ensaio sobre o panejamento caído. Lisboa: KKYM, 2016.

ECO, Umberto. **História da Feiura**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

EVANS, Caroline. **Fashion at the edge**: spectacle, modernity & deathliness. Yale University Press/New Haven and London: 2012.

FERNANDES, João. **Depoimento sobre Dança Macabra**, Guimaraes: 2012. In: Vídeo no Canal 180. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Bmg-i9OorBQ>

SEHN, Carina. **Um corpo performático para romper com a representação**. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Educação (FACED/UFRGS), Porto Alegre, 2014.

STALLYBRASS, Peter. **O Casaco de Marx**: roupas, memória, dor. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

VIGARELLO, Georges. A história e os modelos do corpo. In: **Proposições**, v. 14, n. 2 (41), maio/ago. 2003.

ZORDAN, Paola. Poéticas para uma micropolítica institucional. In: **Crítica Cultural – Critic**, Palhoça, SC, v. 11, n. 2, p. 273-285, jul./dez. 2016.



Corpos (des)cobertos: moda e masculinidades em uma abordagem etnográfica

(Un)covered bodies: fashion and masculinities in an ethnographic propose

Álamo Bandeira¹

ORCID: 0000-0002-4013-2871

Walter Franklin M. Correia²

ORCID: 0000-0002-6491-9783

[resumo] Dos resultados obtidos em pesquisa de doutoramento (uma fotoetnografia urbana aplicada à moda), apresenta-se aqui um grupo urbano, formado por homens, entre 25 e 50 anos, com forte desejo de consumo, frequentadores das *pool parties* e *after parties* (festas eletrônicas voltadas ao público homossexual), que elabora seu léxico de moda por meio da escolha de vestuário e intervenções estéticas que projetam e emolduram seus corpos (re)desenhados. Convergem daí reflexões acerca de consumo e identidade (BAUMAN, 2008), corporalidade (LE BRETON, 2012, 2013, 2016) e capital simbólico (BOURDIEU, 1989, 2015). Os frequentadores de *pool party* traduzem seus ideais de consumo de moda no credo que sua musculatura — comprada, construída e padronizada — é sinônimo de sucesso e inserção social, portanto deve ser evidenciada. A seleção de fotografias, realizadas por este pesquisador, relata suas imersões nos seguintes locais: Brasília, Recife, São Paulo, João Pessoa, Natal, Tibau do Sul e Maceió, entre dezembro de 2020 e março de 2022. Os dados etnográficos apresentados corroboram, assim, a tese de que, diante das inúmeras pressões de consumo, o corpo masculino (coberto por tatuagens, lapidado em horas de academia, modulações hormonais e vultosos e invasivos procedimentos dermatocósméticos, em diferentes graus) — antes mero coadjuvante do vestir — é (re)desenhado e elevado ao posto central de elemento de moda, gerando desejo de pertencimento comparável ao provocado pelos tradicionais produtos de moda masculina.

[palavras-chave] **Fotoetnografia. Corpo. Consumo de moda. Redesenho corporal. Moda masculina.**

¹ Doutorando em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco (PPGDesign/UFPE) e bolsista pela Fundação de Amparo à Ciência de Pernambuco (FACEPE). E-mail: alamoalambandeira@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8009109979621067>.

² Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com período Sanduíche na Universidade Técnica de Lisboa (UTL). Professor Associado III do Departamento de Design da UFPE | Campus Recife e permanente/orientador no PPGDesign | Programa de Pós-graduação em Design na UFPE. Coordenador do PPGDesign – Programa de Pós-graduação em Design (2021-2023). Diretor do CAC – Centro de Artes e Comunicação da UFPE (2012-2016/2016-2020). E-mail: walter.franklin@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3252289006108114>.

[abstract] As part of the final results obtained in a doctoral research (an urban photoethnography applied to fashion), an urban group is presented here, formed by men, between 25 and 50 years old, with a strong desire for consumption, frequenters of pool parties and after parties (electronic parties). aimed at the homosexual public), which elaborates its fashion lexicon through the choice of clothing and aesthetic interventions that project and frame their (re)designed bodies. From there, reflections on consumption and identity (BAUMAN, 2008), corporeality (LE BRETON, 2012, 2013, 2016) and symbolic capital (BOURDIEU, 1989, 2015) converge. Pool party goers translate their ideals of fashion consumption into the belief that their musculature — bought, built and standardized — is synonymous with success and social insertion, therefore it must be evidenced. The selection of photographs, carried out by this researcher, reports their immersions in the following places: Brasília, Recife, São Paulo, João Pessoa, Natal, Tibau do Sul and Maceió, between December 2020 and March 2022. The ethnographic data presented corroborate, thus, the thesis that, in face of the countless pressures of consumption, the male body (covered by tattoos, cut during gym hours, hormonal modulations and large and invasive dermato-cosmetic procedures, to different degrees) — before a mere adjunct to dressing — it is (re)designed and elevated to the central position of a fashion element, generating a desire for belonging comparable to that provoked by menswear products.

[keywords] **Photoethnography. Body. Fashion consumption. Body redesign. Menswear.**

Recebido em: 30-04-2022

Aprovado em: 14-06-2022

Da *it bag* ao *it body*: o consumo corporificado

Ao longo da história recente da moda, cada geração elege objetos de desejo que traduzem, por meio de suas formas, o modo de pensar de uma época, materializando o espírito do tempo vivido. Em cada período, surgem elementos capazes de sintetizar as principais aspirações pessoais e coletivas e que concedem, a quem os detêm, uma posição de destaque social.

Nas duas primeiras décadas do século XXI, entre as grandes compradoras de *prêt-à-porter* de luxo internacional, as bolsas — e suas inúmeras reinterpretações do que seria a *it bag*³ ideal — podem ser compreendidas como um elemento de consumo capaz de diagramar, em suas formas, os pensamentos coletivos de poder e de pertencimento.

A escolha desses produtos jamais é unânime ou neutra. Inclusive, endossá-los ou negá-los faz parte do processo de poder da moda: os “pertencedores” de determinado artefato “pertencem” (são vinculados) esteticamente a um grupo comportamental. E aqueles que não podem partilhar ou refutam esse ritual identitário de aquisição de signos de moda, inevitavelmente, são relegados à margem. Nessa sociedade de consumidores⁴, comprar ou declinar de um produto é, automaticamente, posicionar-se politicamente.

O paralelismo entre identidade e consumo descrito por Zygmunt Bauman (2008) equipara o poder de compra à ascensão social — sendo especialmente exemplificado pelo público das festas eletrônicas *Pool Party* e *After Party*⁵, homens que, mediante o seu guarda-roupa e o culto ao próprio corpo, moldam sua identidade e constroem um vocabulário imagético padronizado. Para além das *it bags*, as marcas de distinção (códigos perceptíveis apenas aos participantes) extrapolam os limites do vestuário e passam a ser lidas identicamente nas intervenções estético-corporais.

³ A partir dos anos 2000, o termo inglês “*it*” evidencia um produto ou pessoa de destaque na moda: “*it girl*” é sinônimo para uma garota influente. Já “*it bag*” representa a bolsa do momento. Stevenson (2012) elenca três modelos franceses considerados *it bags*: a Birkin (Hermès), a 2.55 (Chanel) e a Speedy (Louis Vuitton). Trio síntese de uma geração de consumidoras que investem grandes fortunas, a cada novo lançamento, para exibirem tais ícones de desejo.

⁴ Sociedade de consumidores: termo popularizado por Bauman (2008), no qual os indivíduos atrelam as ações mais prosaicas de seu cotidiano à aquisição de bens e, em consequência, têm sua identidade vinculada proporcionalmente ao seu poderio de compra.

⁵ *Pool Party* e *After Party* são estilos de festas de música eletrônica, majoritariamente voltadas ao público homossexual, ora grandiosas e públicas nas grandes capitais, ora fechadas e clandestinas em mansões, barcos e apartamentos.

FIGURA 1 - O *IT BODY* ILUSTRADO: DORSO NU EXPÕE “GALERIA” DE TATUAGENS E ODE AO CONSUMO. À ESQUERDA, PULSEIRA LOUIS VUITTON, RELÓGIO FENDI E CUECAS DIESEL. À DIREITA, RELÓGIO CASIO, ANÉIS GUERREIRO E CUECA MOSCHINO (SÃO PAULO, 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

O *it body*, esse corpo elevado ao *status* de artefato de moda, revela-se por meio de aspectos físicos — projetados, comprados, adquiridos —, entre os quais, a juventude prolongada e o tônus muscular, que expressam *status* social e poderio financeiro do homem que é consumidor e produto (Figura 1). Para ilustrar essa tese e abordar como os itens de consumo se corporificam nas experiências léxicas dentro da comunidade, constrói-se aqui uma narrativa de moda, que se utiliza das ferramentas fotoetnográficas, sobre como corpo e moda se entrelaçam na construção contemporânea de masculinidades (plurais).

(Foto)etnografia aplicada à moda

De caráter interdisciplinar, a pesquisa qualitativa de moda se utiliza de outras áreas para propor suas narrativas. No recorte de tese aqui apresentado, a etnografia imerge no campo para compreender a realidade do grupo estudado (ANGROSINO, 2009). Esta observação participante permite um contato direto, íntimo e constante com o objeto de estudo,

e o pesquisador passa a conviver com os indivíduos e a compreender toda sua engrenagem social capaz de mapear o universo abordado⁶.

Na etnografia, são criados vínculos com os homens retratados a partir do diálogo e da vivência constante — estabelecendo uma relação de confiança e de igualdade. Encontros pontuais não se caracterizam como etnográficos, pois a criação de laços sociais é imprescindível para captar as sutilezas da intimidade. E o acesso aos espaços restritos aqui revelados foi amplamente facilitado por dois personagens centrais: um DJ com agenda nacional (que propiciou livre entrada a diversas festas, camarins e uma rede de profissionais do setor) e um produtor de festas públicas e privadas (garantindo acesso aos eventos no Nordeste e, sobretudo, à intimidade das *after parties*, restritas a convidados). Estes personagens não devem ser lidos como informantes, mas colaboradores ativos e constantes de reflexão. Já os vários homens aqui retratados sentiam-se seguros diante da relação, mesmo breve, de confiança e do objetivo antropológico do material⁷. Para criação desses laços estáveis, coube ao pesquisador vivenciar e se apresentar inúmeras vezes, frisando a garantia de confidencialidade dos fatos vivenciados (àqueles que assim a solicitavam) e o caráter legítimo dos cliques, até que todo e cada participante já não o visse como mais um “estranho”, mas o novo membro, como assim ratifica Bronislaw Malinowski (2018)⁸.

Pelo caráter visual da moda, a fotoetnografia, metodologia proposta por Luiz Eduardo Robinson Achutti (2004), permite que os dados não verbais subjetivos (de difícil tradução textual) sejam apresentados mediante registros fotográficos captados pelo próprio pesquisador. Para Achutti (2004, p. 81), a fotografia é uma linguagem “[...] que possui suas próprias características – e os fotógrafos, vistos como portadores de uma forma específica de escrita”. Em sua tese, Achutti (2004) defende que a fotoetnografia independe da escrita para ser compreendida, sendo capaz de portar e transmitir informações de modo

⁶ “O objetivo fundamental da pesquisa etnográfica de campo é, portanto, estabelecer o contorno firme e claro da constituição tribal e delinear as leis e os padrões de todos os fenômenos culturais, isolando os de fatos irrelevantes. É necessário, em primeiro lugar, descobrir o esquema básico da vida tribal. Esse objetivo exige que se apresente, antes de mais nada, um levantamento geral de todos os fenômenos, e não um mero inventário das coisas singulares e sensacionais – e muito menos ainda daquilo que parece original e engraçado.” (MALINOWSKI, 2018, p.67)

⁷ “É importante eliminar para sempre a ideia – tomada da fotorreportagem – de fotografias roubadas, mesmo que isso seja sempre possível do ponto de vista técnico. Também em razão disso, o fotoetnógrafo deve apresentar-se e falar da importância das fotografias para seu trabalho de pesquisa. [...] E, no caso de alguém recusar ser fotografado, sua recusa deve ser aceita como uma questão normal que faz parte do cotidiano do trabalho em campo. Algumas vezes, em seu imaginário, as pessoas têm relações de medo, relações míticas, mágicas e até fantasiosas com as imagens.” (ACHUTTI, 2004, p.118)

⁸ “Com o passar do tempo, acostumados a verem-me constantemente, dia após dia, os nativos deixaram de demonstrar curiosidade ou alarme em relação à minha pessoa e não se sentiam mais tolhidos com minha presença – deixei de representar um elemento perturbador na vida tribal que devia estudar, alterando-a com a minha aproximação como sempre acontece com um estranho em qualquer comunidade selvagem.” (MALINOWSKI, 2018, p.63)

autônomo⁹. Já o presente artigo, de caráter antropológico visual amplo, compreende que as imagens possuem um peso equânime à palavra: ambas se complementam. Palavra e imagem transitam em constante contrafluxo, ampliando a compreensão das experiências e aproximando o leitor dos sentimentos vividos em campo.

O resultado apresentado é um trecho do diálogo entre palavras e imagens colhidas ao longo de 30 meses, através de observação participante, posterior análise e tratamento digital das fotografias e anotações, além de revisão bibliográfica narrativa assistemática. Entre dezembro de 2019 e junho de 2022, o pesquisador frequentou o circuito nacional de festas *pool party* (inicialmente, clandestinas, durante a pandemia de Covid-19, e, posteriormente, legalizadas) para compreender como o corpo é um elemento central na construção estética de moda dos homens homossexuais analisados. A partir dessa vivência, desdobra-se uma série de reflexões que serão, em parte, abordadas neste artigo.

Mergulhando nas festas

Para compreender a estética, é preciso, inicialmente, dominar brevemente o *locus* onde ela é performada. O “*gay circuit*” refere-se aos espaços (e ao comportamento) definidos por Hakim, Young e Cummings (2021, p. 289-301) como “[...] um circuito global de festas gays que emergiu nos anos 1990 e definido no imaginário cultural gay através dos homens sem camisa, musculosos, consumindo drogas recreativas e dançando por horas ao som de música eletrônica”¹⁰.

Da necessidade de captar esse movimento cíclico, no qual uma festa está interligada a outra num fluxo contínuo, emergem as visitas *in loco* a diversas cidades¹¹ para compreender esse corpo urbano em constante movimento, tal qual o som ouvido nos festivais.

E enorme é a surpresa em campo ao observar que os frequentadores desse circuito, desafiando as leis de reclusão social impostas (sobretudo, durante a pandemia de

⁹ “Uma narrativa fotoetnográfica deve se apresentar na forma de uma série de fotos que estejam relacionadas entre si e que componham uma sequência de informações visuais. Série de fotos que deve se oferecer apenas ao olhar, sem nenhum texto intercalado a desviar a atenção do leitor/ espectador. Essa precaução não impede que certas informações escritas possam ter sido anteriormente dadas àqueles que vão mergulhar na narrativa visual, isto é, a justaposição dessas duas formas narrativas é possível e mesmo desejável, mas é importante notar que o ideal seria que cada tipo de escritura fosse oferecido ao leitor separadamente, de forma que cada uma conservasse todo o seu potencial. Trata-se de escrituras diferentes que devem ser então oferecidas e abordadas de maneiras diferentes.” (ACHUTTI. 2004, p. 109)

¹⁰ Tradução nossa para: “[...] ‘*circuit party*’ events – a global circuit of gay parties that emerged in the 1990s and defined in the gay cultural imaginary by topless, muscular men, consuming recreational drugs and dancing for hours to electronic music”.

¹¹ Total de 26 viagens fotografadas, em ordem cronológica, aos seguintes locais (entre parênteses, o número de visitas): João Pessoa (2), São Paulo (3), Jaboatão dos Guararapes (10), Brasília (2), Recife (4), Moreno (2) Tibau do Sul / Praia de Pipa (2), Natal (1) e Maceió (1). Entre dezembro de 2020 e março de 2022.

Covid-19¹²), organizam festas particulares de diferentes formatos (em mansões, casas de veraneio, apartamentos) e apresentam intensa sociabilidade¹³.

Para entrar nesse círculo fechado, é preciso bem mais que adquirir ingressos. O convite pode surgir, por exemplo, nas academias de ginástica e se confirmar nos aplicativos de celular, nos quais datas e endereços exatos são compartilhados poucas horas antes do evento ocorrer, garantindo, assim, exclusividade. As músicas ensurdecidoras repetem-se como mantra e agitam as caixas de som. Um estilo musical é dominante: o tribal (subgênero eletrônico com batidas aceleradas e graves, em torno de 128 a 133 bpm).

A *pool party* revela, ainda, uma série de elementos ritualísticos próprios que levam ao êxtase dos envolvidos — por meio da confluência musical intensa com as drogas recreativas e com o corpo —, que ultrapassa o limite da própria exaustão. Quem é levado pela primeira vez a um desses *shows*, pode remeter o palco a um enorme altar no qual o DJ (com seus fones de ouvido e sua mesa controladora de som) ocupa o papel de sacerdote musical sob um pedestal (nas festas menores, uma mesa simples ou prancha de apoio improvisada; já nos grandes festivais, o palco é diretamente proporcional ao poderio financeiro dos organizadores). A performance corporal do artista é mimetizada pelos homens que dançam livremente. Palco e plateia reagem sincronamente, sorrindo, batendo palmas e transpirando — em um verdadeiro transe musical. No entanto, o ritmo tribal é tocado na maioria das boates das grandes capitais no Brasil e na Europa. Qual seriam, então, os atrativos estéticos centrais da *pool party* e da *after party*?

A Pool Party

Para Michel Foucault (2021), nenhuma sociedade consegue manter-se coesa e equilibrada sem a existência de espaços onde as utopias possam, de algum modo, serem vividas. São, segundo ele, espaços de leniência nos quais, espacial e temporariamente, as regras rígidas de autovigilância são deixadas de lado por meio de um acordo social. Tais novas dimensões — restritas, concretas e claramente delimitadas — são, por ele, cunhadas de heterotopias.

A festa na piscina remete ao calor de um verão sem fim e se desdobra num claro convite para intensa exibição dos corpos masculinos. Na borda do enorme aquário azul, os rapazes dançam livremente, cobertos apenas por diminutas versões de roupas de banho. Cada sunga escolhida apresenta dupla função: emoldurar os músculos expostos e desenhar o falo coberto. Para os corpos homoeróticos, a *pool party* é, portanto, o ambiente heterotópico por excelência.

¹² Abordagens sobre o impacto da pandemia de Covid-19 na sociabilidade homossexual no Brasil ainda são preliminares. Para uma visão de como os homossexuais lidaram (e negociaram) sua liberdade sexual durante o cotidiano pandêmico, ver: Gato *et al.* (2021) – no Brasil e em outros 5 países –; Probst e Schenpf (2022) – em Berlim –; e Hakim, Young e Cummings (2021) – no Reino Unido.

¹³ O circuito de festas homossexuais já era uma realidade na pré-pandemia. Permaneceu, clandestinamente, durante os meses de *lockdown*, quando parte desta etnografia foi realizada. Os eventos de grande porte são retomados, em 2022, paulatinamente, após recente flexibilização das regras de convívio.

Longe dos olhares alheios, das pressões machistas e protegido pelos muros das mansões (em áreas nobres ou distantes nas diversas capitais), o jardim da festa na piscina é a tradução do paraíso imagético¹⁴, onde o corpo se permite, temporariamente, fugir e viver livremente sua (homo)sexualidade.

Onde é o after?

A *after party* é a versão estendida da *pool party*. Como uma resposta hedonista dos frequentadores, ao fim de cada festa na piscina, é possível ver os convidados, em um claro inglês aportuguesado, perguntarem: “onde será o *after*?” (em livre tradução, “onde será a festa após a festa?”).

Novamente, a *after party* revela-se como um código apenas para iniciados. Aqueles que nem sequer imaginam sua existência veem no amanhecer um sinônimo do fim e início da fase de descanso. Como uma chave, é preciso receber o convite ou fazer parte dos grupos de amigos que entrarão, a partir de agora, nesse ciclo que os levará para ainda dois ou três outros encontros secretos subsequentes. As oito horas iniciais de uma festa comum se transformam em uma maratona percorrida de carro, entre chácaras particulares ou apartamentos, que perdura, em média, 16 ou até 24 horas. Diante das muitas horas das *after parties*, é esperado que cada veterano leve uma mala com inúmeras opções de roupas. A vaidade não é deixada de lado e os banhos nas duchas, tomados individualmente, em duplas ou em trios, desdobram-se em novos contatos homoeróticos.

Para compreender o vocabulário de peças de moda usado nas festas, é preciso frisar, mesmo que brevemente, que esses corpos usam o artifício dos incentivos sintéticos para suportarem as extenuantes celebrações. Se a festa principal já exige forte preparação física para dançar por longas horas ao som do tribal, o *after* é a tradução maior da busca por um corpo que ultrapassa os limites do humano — um corpo heroico e apolíneo que se vê posto à prova, com apoio de estimulantes ilegais —, mas de livre acesso entre os consumidores. Os incentivos sintéticos¹⁵ têm papel estimulante e encontram espaço na cultura da música

¹⁴ O ideal imagético homossexual é vendido na publicidade através dos “[...] corpos masculinos, esculpido pelo aumento da massa muscular e pouca roupa” (SENA, 2017, p. 137); é retratado, também, na fotografia de moda, mediante os estereótipos dos “[...] garotos [...] numa perpetuação da juventude em qualquer momento da vida” (QUEIROZ, 2009, p. 101); além de inspiração para ilustradores como Harry Bush (2007).

¹⁵ Observa-se amplo consumo de drogas recreativas: cocaína, *ecstasy*, *crystal* (metanfetamina) e, recentemente, GHB (gama-hidroxibutirato) — diante da baixa prevalência do álcool. Alarcon (2012) explica que, entre outras, a razão pela preferência é estética, “[...] em virtude da disseminação de uma cultura que associa simbolicamente a lipofobia e a androgenia, ocorreu a estimulação e o culto de tipos físicos exageradamente magros, que se tornaram o padrão de beleza imposto” (ALARCON, 2012, p. 114). Segundo Alarcon, a cocaína e as anfetaminas, além da euforizantes, são anoréxicas e inibidoras de apetite. Reforçamos que uma investigação entre uso de drogas e imposições corporais extrapolaria o *corpus* central deste artigo (a relação corpo e moda entre os frequentadores de *pool parties*). Para uma compreensão didática sobre entorpecentes, ver Alarcon (2012, p. 112-129).

eletrônica ao permitir que esses usuários mascarem as dores físicas do cansaço natural, continuem dispostos sexualmente e comunguem de uma felicidade artificial, fruto da sensação obtida por meio das inúmeras substâncias provadas.

Corpos (des)cobertos

Ao longo das inúmeras imersões em campo, as mínimas peças e os acessórios de moda desnudam e enaltecem o corpo lapidado, que ocupa o posto de principal objeto de desejo de moda: essa segunda pele, construída a partir de um arsenal simbólico de objetos de moda, aparentemente desconectados, mas, juntos, produzem um léxico estético. Dentro desse universo de consumo, o corpo projetado é uma aquisição, ele próprio uma marca, um artefato que acompanha as oscilações das tendências gerais de moda, das tatuagens, dos *piercings*, do baixo percentual de gordura, do volume de pelo, das marcas de sol que variam sutilmente a cada estação, mas que se projetam como um código entre os frequentadores: cada um desses elementos contabilizam um somatório de pontos que gera o sentimento de pertencimento (ou ostracismo) entre os membros.

Quanto mais elementos distintivos cada convidado for hábil em exibir, maior será sua capacidade de atração geral. Compreender o uso de cada vestimenta, relógio ou tatuagem como um vocábulo apropriado de significado é chave essencial para ser aceito como parte do grupo. Pois, como observa Pierre Bourdieu (1989, p. 144), “[...] só há diferença socialmente conhecida e reconhecida para um sujeito capaz não só de perceber as diferenças, mas também de as reconhecer como significantes, interessantes”. De fato, trata-se de uma economia corporal simbólica objetiva. O vestuário adquire, assim, uma posição de moldura e distinção desse corpo-projetado e as peças escolhidas têm a função de enaltecer e (re) velar o corpo-Adônis que, paradoxalmente, elas cobrem.

Ao silenciosamente observar os homens em campo e, posteriormente, desvendar as fotografias, é revelador compreender a indumentária não como roupas vestidas casualmente, mas um exercício de escolha de moda detentor de um vocabulário consistente — “[...] um sistema simbólico, que, à maneira de um sistema de fonemas, se organiza segundo a lógica da diferença, do desvio diferencial, constituído assim em distinção significativa” (BOURDIEU, 1989, p. 144), que se repete e que se espelha entre os participantes. A moda, não apenas nesse grupo tomado como exemplo, mas segundo amplo objeto de construção identitária geral — que inclusive antecede o mercado — é uma língua repleta de nuances, compreendida exclusivamente por aqueles que a dominam (mas também são por ela dominados) e que fazem uso devotado dela — recriando-a constantemente.

Assim, diante do olhar estrangeiro, uma série de revelações sexuais sutis pode passar despercebida — seja a proporção das sungas que demarcam a virilidade dos homens, sejam as cores dos acessórios que traduzem uma personalidade discreta ou expansiva, além do (aparente) estranho uso dos óculos de sol em plena madrugada. A cada novo laço criado no campo com os homens observados, novas chaves, metaforicamente, destravam portas antes fechadas para a compreensão do léxico de moda vestido por eles.

O guarda-roupa à beira da piscina

Devido à longa duração das *pool parties*, e das *after parties* seguintes, a montagem da mala é cuidadosamente elaborada antes de cada data e os *looks* escolhidos são compostos em camadas de roupas, que serão despidas paulatinamente no decorrer das festas.

No início de cada encontro, ainda à noite, é possível registrar, sobretudo nas madrugadas de São Paulo e de Brasília, corpos completamente cobertos. Os ícones do vestuário esportivo (trazidos das academias de ginástica frequentadas durante a semana) se entrecruzam na criação de uma estética híbrida com as peças de moda praia e do *streetwear*. Assim, calças jeans, moletons, jaquetas, malhas finas de manga longa e tênis fechados definem a primeira camada visual externa e urbanizada — nesse curto momento, marcas importadas ou nacionais são explicitadas em logos estampadas nas cuecas, das marcas Calvin Klein e Aussiebum, bonés da norte-americana New Era e camisetas da carioca Osklen.

Diante da excitação gerada pelas primeiras drogas recreativas, cerca de duas horas após o início da festa, naturalmente, os homens despem, primeiramente, suas camisas e um ritual se inicia. Nesse momento, abre-se espaço para a exposição do peitoral largo e as *t-shirts* são cuidadosamente fincadas nos pontos focais de cada corpo: enroladas nos bíceps, sinalizam um ícone de força; presas sobre a testa, evidenciam os rostos repletos de procedimentos estéticos (como uso de preenchedores à base de ácido hialurônico, além de paralisadores musculares, como a toxina botulínica); mas, as camisetas são, principalmente, colocadas na frente da calça jeans, expondo parte da virilha e dos pelos pubianos; ou ainda, exibidas no cócs traseiro, evidenciando a nádega — e sugerindo, silenciosamente, preferências sexuais.

Observa-se, assim, que os atores sociais (LE BRETON, 2012) estão diante de um enorme jogo de troca de atenções, onde seus corpos fazem parte de uma performance conjunta na pista de dança. Ganha aquele que atrair o maior número de olhares para seu corpo — produto tão caro quanto as roupas de marcas renomadas que antes o cobriam. O jogo de despír seguirá ao longo da noite. Ao amanhecer, a maioria já estará com suas roupas guardadas em mochilas e nos porta-malas dos carros.

Diante do olhar atento, mesmo vestindo apenas sungas, nenhum desses corpos apolíneos está verdadeiramente nu. Afinal, seus músculos, suas tatuagens e seus acessórios compõem um universo rico de significados. Traz-se aqui uma breve compreensão desse conjunto de elementos de moda.

Chapéus: bonés e buckets

O boné — usado inicialmente no beisebol — tornou-se um dos itens que saíram dos estádios para as ruas. Antes de se tornar um dos maiores fetiches do final do século XX, ele era usado apenas para proteger os olhos dos atletas da luz do sol. Os itens do esporte conferem *status* e sexualidade ao usuário. Nos anos 1980, o número de artigos esportivos que passaram a fazer parte do guarda-roupa do jovem demonstrava o quanto o *glamour* dessas peças correspondia também ao poder de consumo (QUEIROZ, 2009, p. 102).

Síntese do desejo de emular um comportamento hipermasculinizado por meio da preferência por objetos do universo do *streetwear* esportivo, os bonés (ou *caps*) predominam nas ensolaradas *after parties* — tanto em abas retas, lembrando o universo do *rap* paulistano (generosamente cobertos por adesivos holográficos de autenticidade e por emblemas de times da New Era), como com as tradicionais abas curvas, lisos, com logos discretas, em algodão e uma cartela cromática militar.

O acessório é visto também à noite, com aba para trás, ganhando dupla função: realimentar o ideal do skatista (QUEIROZ, 2009) viril transgressor de regras, como também encobrir a calvície, presente em diversas faixas etárias — sobretudo, entre os usuários constantes de esteroides anabolizantes sintéticos¹⁶.

Outro chapéu utilitarista é o *bucket hat* (Figura 7) — modelo de tecido plano com aba média inspirado no tradicional chapéu de pescador, com ou sem cordões de amarrar no pescoço. O lançamento, visto nas bordas das piscinas, surge como tendência masculina do verão 2022, no desfile da marca italiana Prada, relatado pelo jornalista Gabriel Feriani (2021). Juntamente às viseiras de tecido plano ou com aba em acrílico, os *buckets* têm significado visual oposto aos bonés: são restritos aos mais jovens, que buscam referências de moda na década de 1990 e apresentam uma menor preocupação na emulação da virilidade constante.

Óculos de sol

Dentro das festas eletrônicas, o uso desta peça-chave pode ocorrer durante o dia — para evitar o sol — ou à noite — para esconder as pupilas dilatadas pelo uso constante de estimulantes, como também para proteger das luzes da pista de dança.

Não há armações predominantes, seguindo a estética de moda vigente, mas há um forte elemento de *status* na exposição dos óculos — colocados no rosto durante as fotografias, apoiados na nuca (Figura 2) ou presos na lateral das sungas (Figura 9). Podem-se destacar os formatos mais leves em acrílico translúcido e cópias do Ray Ban “*Wayfarer*” (Figura 2). Como ainda o modelo “aviador” — inspirado no longa “*Top Gun*” (1980), ícone cinematográfico homossexual (SIMS, 2014). Em menor proporção, as versões quadradas, em cores sólidas, de hastes largas e pesadas, reproduções da marca espanhola Balenciaga, além de outras releituras vistas nas semanas de moda.

As lupas esportivas são especialmente cobiçadas pela alusão à virilidade dos atletas — em especial, o modelo “*Juliet*” da norte-americana Oakley (Figura 3), com lentes espelhadas coloridas e polarizadas, inspiradas no universo do *surfwear* e trazidas das festas *rave* e do *funk*. Esse fetiche no *sportswear* permeia diversos outros espaços de sociabilidade homossexual, onde o imaginário do sujeito saudável e atlético encontra eco. Segundo Wagner Xavier de Camargo (2017, p. 163), é da “proximidade” entre corpo e roupas esportivas que se nutre a atração simbólica entre os homens por esses objetos de desejo.

¹⁶ O uso de anabolizantes é uma realidade velada para o mundo exterior, mas um ritual cotidiano e aberto entre os participantes. Sabino (2004, p. 149), em sua tese de doutorado, aborda detalhadamente o uso: “os esteroides são o elixir secreto dessa tribo de musculosos de aparência saudável. Aparência, essa é a palavra, já que, paradoxalmente por causa dela, causam danos irreversíveis à saúde”. Entre os adeptos da *pool party*, há um segundo fator de risco à saúde: o uso concomitante de drogas recreativas sintéticas.

FIGURA 2 - AS ARMAÇÕES POSICIONADAS ALÉM DO ROSTO, COMO NO PESCOÇO E NUCA, TRANSFEREM O PONTO FOCAL DA FACE PARA OS MÚSCULOS (NATAL: JANEIRO DE 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

Por fim, a variedade dos óculos de sol reafirma um comportamento geral: a faixa etária não é um fator determinante de consumo, mas, na verdade, o poder aquisitivo e a distinção simbólica (BOURDIEU, 1989) que cada produto oferta. Dessa maneira, reafirma-se, ao longo da pesquisa, uma busca pela vinculação à juventude constante, exaltada nos códigos esportivos ou na preocupação de exibir informação de moda — como também no cuidado em expor (nos símbolos, nas cores, nos fetiches do surfista, do aviador ou do modelo da passarela) um vigor físico constante.

Mochilas, malas e pochetes

Um dos maiores estranhamentos ao visitar uma *pool party*, pela primeira vez, está na presença das malas de viagem. O senso comum não preveria que homens transportariam bolsas para festas, sobretudo, grandes malas esportivas equipadas com diversos itens pessoais para se acomodarem nos eventos, demonstrando o planejamento dos convidados (preocupados em armazenar lanches, protetor solar e inúmeras trocas de figurino).

O empenho em manter dietas hiperproteicas, mesmo em festas realizadas em destinos ermos, é compreendido no relato (em Brasília) de um casal (formado por um policial militar aposentado, de 50 anos, e o gerente de uma rede de academias de ginástica, de 26 anos) que transportam um micro-ondas no porta-malas do carro para aquecer suas refeições. Já

secadores de cabelo, todo o tipo de creme de banho e anabolizantes fazem parte do arsenal comum na manutenção diária da beleza em *after parties* que se estendem, geralmente, das sextas-feiras aos domingos. Ressalta-se, ainda, que estruturas proporcionais ao tamanho do evento e sua duração são oferecidas em parceria com pousadas e hotéis para os clientes. Já as festas curtas (com até 16 horas) podem dispor de espaço para duchas, casas abertas com lanchonetes adaptadas e quartos em rodízio. Contudo, além de se dormir pouquíssimo (cerca de 4 a 6 horas), muitos optam pelos leitos econômicos dos próprios automóveis.

Ao longo do festejo, cada integrante porta uma pequena bolsa transversal (*cross bag*) (Figura 3) ao tronco ou uma pochete na cintura (Figura 3) com itens básicos: dinheiro em espécie, cartões de crédito, alguns documentos e pirulitos.

FIGURA 3 - À ESQUERDA, IMAGINE O CORPO COMO UM MAPA ONDE CADA OBJETO DEMARCA UM PONTO FOCAL. CAMISA AMARRADA AO BÍCEPS, CROSSBAG CRUZA O PEITORAL PROTEGIDO PELO ESCAPULÁRIO E ÓCULOS *JULIET* PROTEGEM DA LUZ (NATAL: JANEIRO DE 2021); AO CENTRO, APITO, COLAR, RELÓGIO, PULSEIRAS E POCHETE RECAEM SOBRE CORPO TATUADO (JABOATÃO: FEVEREIRO DE 2021); À DIREITA, *DUFFLE BAG* (MORENO: JANEIRO DE 2022)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

Os formatos das malas são diversos e em geral seguem o estilo individual, com forte influência do *sportwear* (visto no náilon, na logomania e nas serigrafias). Provavelmente, as mochilas de costas e *duffle bags* (bolsas ginásio) desfiladas nas festas também sejam as mesmas que acompanham esses indivíduos em suas idas às academias de ginástica durante a semana (Figura 3).

Colares, celulares, relógios e arreios

Diante das diminutas peças de vestuário, os acessórios ganham destaque na construção imagética das *pool parties* e *after parties*. As correntes metálicas e os colares trazem atenção ao peitoral, ponto focal da musculatura desenhada (Figura 4). Cabe se debruçar

diante do uso de elementos afroreligiosos e indígenas, como guias, patuás e penas (Figura 4); imagens de santas (Figura 2) e escapulários em ouro e prata (Figura 3) — mesmo que seus portadores não se reconheçam como católicos praticantes, tais elementos são constantes —; os símbolos bíblicos replicam-se também nas tatuagens — demonstrando forte sincretismo religioso. Quando indagados em campo, esses homens afirmam não frequentar espaços religiosos, mas confessam crer na proteção espiritual dos acessórios.

FIGURA 4 - À ESQUERDA, COLAR DE BÚZIOS DOURADO (SÃO PAULO: DEZEMBRO DE 2021); AO CENTRO E À DIREITA, COLAR DE PLUMA PRATEADO E CONJUNTO DE BONÉ, COLAR E *PIERCING* (RECIFE: FEVEREIRO DE 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

São sugestivos, ainda, os pingentes cilíndricos ou em formato de pequenas pás (outro código silencioso, compreendido apenas pelos frequentadores): as bijuterias metálicas, em formato de colher ou chave, presas a uma corrente no pescoço, são conchas para medir e cheirar o pó de cocaína ou de ketamina. Segundo a jornalista Erica Gonzales (2017), o utensílio se popularizou em 2016, por meio da versão de luxo da marca parisiense *Vêtements* — diante do sucesso, o produto foi relançado no ano posterior. Já no Brasil, os frequentadores adquirem os apetrechos em aplicativos de compra *on-line*.

Para manter as mãos livres, os celulares e as carteiras são estrategicamente posicionados na lateral das sungas, revelando parte da virilha bronzeada. Outros marcadores corporais, a exemplo de anéis, *piercings* e pulseiras (quando em couro, surgem em conjunto;

quando em metal prateado ou dourado, são linhas finas no pulso) são vistos, mas em menor escala. Já os relógios marcam o horário da última dose de GHB¹⁷.

Do universo sadomasoquista, sobressaem sinalizações eróticas pontuais. Afinal, as festas atendem a um público adulto, em sua maioria, homossexual. Destacam-se os arreios — tiras de couro negro com argolas de prata presas firmemente no tronco. Conhecidos pelo termo inglês *harness*, segundo relatos de campo, o arreio sinaliza que seu usuário se identifica como subalterno (*slave*) nas relações sexuais.

Apitos

Num ambiente completamente musical, o corpo torna-se um precioso instrumento rítmico e os apitos, usados como pingentes em colares sobre o dorso nu (Figura 3, ao centro), são vigorosamente soprados pelos participantes para marcar as coreografias e as batidas agitadas da música tribal. É muito comum, quando os DJs iniciam suas apresentações, que o público reaja emitindo um coro positivo com o som agudo dos seus apitos.

Leques

Símbolo das *drag queens*, nas passeatas políticas e nas aglomerações LGBTQIA+¹⁸ — como descreve Tiago Rodrigues Moreira (2021, p. 66): “Um dos momentos de maior estranhamento e fascinação foi quando uma *drag queen* subiu ao palco, abriu seu leque de arco-íris e começou com seus bordões”. Tanto as *drags queens* como as mulheres transgêneras são frequentadoras assíduas das *pool parties* — com destaque para a cidade de Brasília, onde a produtora transgênera Raica Souza organiza uma das *after parties* mais importantes do país, a “Replay da Raica”.

Além da simbologia *queer*, o leque retrátil guarda a função de ventilar os ambientes lotados e quentes. Funciona, ainda, como elemento sonoro icônico: ao ser aberto e fechado rapidamente, o adereço emite um som bastante conhecido por público e DJs, inclusive, marcando as batidas para que todos participem conjuntamente, “batendo” seus artefatos em direção ao céu, intensamente. Os leques carregam ainda serigrafias com frases irônicas e palavras de efeito, como “VRAH” e “Amor” (Figura 5). Curioso notar que os mesmos homens que, ao longo do dia, adotam um comportamento masculinizado (com seus bigodes desenhados e suas tatuagens tribais), permitem-se expressar sua “feminilidade” à noite, por meio das coreografias afetadas, manuseando o objeto como uma metafórica válvula de escape.

¹⁷ O GHB (gama-hidroxibutirato), ou apenas “G”, é a principal substância recreativa observada nas *pool parties* pesquisadas no Brasil. No entanto, uma análise aprofundada fugiria do tema central deste artigo: a relação corpo versus moda entre participantes. Para bulário e consumo de GHB, ver Alarcon (2012).

¹⁸ Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transgêneros, *Queer*, Intersexos, Assexuais e outros (+).

FIGURA 5 - LEQUES APONTADOS AO CÉU APRESENTAM PALAVRAS AFIRMATIVAS
E PRODUZEM ESTRONDO SONORO (NATAL: JANEIRO DE 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

Shorts curtos (boardshorts)

Última camada anterior à sunga, os calções curtos dividem-se em três grandes grupos: os florais, os listrados e os lisos com recortes ergonômicos (na lateral, cós e bolsos traseiros). De um modo geral, as bermudas¹⁹ são cortadas em poliéster e o visual remete aos praticantes de surfe, das décadas de 1970 a 1990, por meio do modelo com listras laterais contrastantes, cintura rebaixada (ajustável com cordão ou elástico de borracha) e comprimento que varia entre 20 e 35 cm.

Mas um detalhe torna bastante particular a versão vista nas *pool parties*, é muito comum que as bainhas dos *shorts* sejam encurtadas (dobrando ou recosturando os modelos mais longos e tradicionais, comprados nas lojas de departamento) pelos próprios usuários — ávidos em expor alguns centímetros a mais de pele, eles também enrolam o cós (Figura 6), exibindo a faixa superior da virilha. O fetiche do surfista bronzeado permanece, porém é atualizado aos corpos contemporâneos. As marcas mais sensíveis ao mercado, como a carioca Osklen, já oferecem modelos de calção de praia curtos (cunhados pela empresa como *boardshort*), que são facilmente vistos entre os que dançam à beira da piscina.

¹⁹ Para uma introdução histórica das bermudas, ver Sims (2014, p. 73).

FIGURA 6 - *SHORTS* ENCURTADOS E USADOS, PROPOSITAMENTE, ABERTOS (JOÃO PESSOA: DEZEMBRO DE 2020)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

Os calções curtos dividem espaço com as calças compridas (em sarja lisa ou jeans), mas já revelam parte do sungão que está por baixo (Figura 6) e que logo será completamente exposto. Desse modo, a sutil presença da sunga ocupa, na *pool party*, o papel erótico e de *status* equivalente ao cós das cuecas no *streetwear* a partir da década de 1990, como aponta Tais Vieira Sena (2017).

A sunga como objeto de desejo

Cada peça de roupa, além de materializar um vocábulo cultural, é, também, uma moeda que carrega os bens imateriais e a herança comunicacional daqueles que a vestem, com um valor simbólico (BOURDIEU, 2015) distinto em cada vestimenta escolhida (perceptível na qualidade da matéria-prima, restrita às elites, quando nobre, ou de brilho vulgar, quando popular; reconhecível na modelagem ergonomicamente cortada ou na exibição da etiqueta e explícita exposição do poder de compra).

No universo da *pool party*, esse enorme campo econômico simbólico (BOURDIEU, 2015), o intercâmbio entre roupas e corporalidade ocorre de modo veemente, e as mensagens veiculadas pelas sungas dos participantes transitam socialmente como numa intrínca negociação. O corpo evidenciado passa a ser visto, ele próprio, como moeda de troca (desejado, avaliado ou até mesmo refutado). Daí, a importância icônica da sunga que emerge

como símbolo erótico maior nas festas à beira da piscina. A diminuta peça de malha ganha papel de destaque ao delinear e enfatizar o falo coberto nos eventos de música eletrônica — em que os seguidores exibem seu torso desenhado. A roupa de banho é o palco para a exposição do corpo-projetado e uma espécie de convite à interação entre as peles dos homens.

Mas qual a modelagem ideal? As escolhas em campo reafirmam o pensamento de Camargo (2017, p. 170), pois, segundo o autor, “[...] as roupas esportivas, usadas nas festas, reforçam os estereótipos dominantes relativos à masculinidade hegemônica”. Assim, uma regra é enfatizada: modelos e cores escuras performam virilidade, discrição e comedimento. Já cinturas baixas, cavas profundas, modelagens menores, cores saturadas e estamparia contrastante (Figura 7) reverberam — reafirmando aqui Judith Butler (2019) — masculinidades não hegemônicas de corpos desviantes.

De toda forma, é importante observar que esses homens se veem, estruturalmente, como parte do gênero masculino. E, mesmo as representações masculinas não heteronormativas, ainda estão no espectro plural das masculinidades. Para compreender a escolha das sungas mais finas, por exemplo, como parte da sexualidade masculina, é preciso ir além do binarismo de gênero — que não abarca a homossexualidade em sua plenitude e suas inúmeras representações — e entender que esses homens se permitem, entre si, experimentar novas formas de representação de sua identidade através de seus corpos.

FIGURA 7 - A MODELAGEM CAVADA E A ESTAMPA FLORAL EVIDENCIAM O CORPO BRONZEADO (JOÃO PESSOA: DEZEMBRO DE 2020)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

É curioso notar que, dentro dos espaços de sociabilidade homossexual, há uma fusão entre os códigos de moda tradicionalmente vinculados ao universo masculino — entre eles, segundo Josh Sims (2014) e Cally Blackman (2014): o militarismo, a alfaiataria, o couro nas botas, o uso de metais nos acessórios, além da cartela monocromática prevalente — com os símbolos comumente relacionados ao imaginário popular feminino — como observado

em campo: peças executadas manualmente, como a crescente presença de camisetas regata e calções de crochê. Mesmo que, no discurso oral dos participantes, os traços vinculados à masculinidade sejam amplamente cultuados e silenciosamente lidos como um poder superior de seus detentores, observa-se um embaralhamento entre os elementos e as linhas sutis do uso desses códigos. A indumentária pode ser uma ferramenta de distinção entre os que se afirmam másculos — conservadores — e aqueles que seguramente abrem mão da muleta da virilidade dominante e se aventuram livremente entre as peças mais ousadas e que permitem expor traços de “feminilização” (BUTLER, 2019, p. 25).

Em outras palavras, o comportamento majoritário padronizado observado nos participantes (forte preocupação em emular uma posição sexual de dominação mediante os trejeitos firmes, o uso de vocabulário imperativo, o cuidado — enquanto dançam — de se portarem com rigidez) revela traços de insegurança com a própria sexualidade e constante necessidade de reafirmação pública da (frágil) masculinidade.

No outro extremo, os estampados coloridos encontram adeptos em suas versões florais. Há ainda um grupo crescente, porém minoritário, que escolhe ilustrações das mais diversas, partindo dos mangás japoneses, desenhos animados norte-americanos e *patterns* caleidoscópicos.

A sunga carrega forte conotação erótica na *pool party*, e as variações de malha com baixa gramatura, que evidenciam o desenho fálico, são constantemente vistas. Além do uso do branco (e suas variantes *off-white*, areia, branco gelo) e preto, em tonalidades que favoreçam o contorno fálico (Figura 8, à esquerda).

FIGURA 8 - A SUNGA SIMBOLIZA O HOMOEROTISMO, POIS É O ÚLTIMO LIMITE DOS AFETOS E INTERAÇÕES PÚBLICAS ENTRE OS CORPOS (RECIFE: FEVEREIRO DE 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

Um clássico observado é o modelo com listras laterais (Figura 8, ao centro). Já a presença da malharia com texturas pode demonstrar uma maior informação de moda: toques atoalhados, acetinados, aveludados e reproduções de *jacquard*. Há ainda sungões com frases sugestivas (Figura 8, à direita).

Nessa atmosfera de verão interminável, as variações de largura identificam cada usuário: as sungas *speedo* (cavadas e com largura entre 6 e 10 cm), geralmente em cartela de cor neon — verde-limão, laranja (Figura 9), amarelo-flúor, *pink* — e em texturas diversas (toque aveludado, telado ou casa de abelha), ganham destaque porque evidenciam o corpo esguio através da cava mais alta.

A roupa de banho masculina deve ser analisada nos detalhes, muitas vezes sutis: a cava mais acentuada nas laterais expõe os músculos laterais da nádega e parte da entrada da virilha, evidenciando sua conotação sexual. Vestir o modelo cavado de laterais finas é reafirmar o corpo magro e musculoso alcançado após longos meses de preparação. Já o estilo de lateral média (10 a 12 cm) e tons neutros (preto e suas variantes lisas) são as escolhas mais observadas.

Há, ainda, duas minorias opostas: os sungões largos (acima de 15 cm de lateral) e as sungas fio-dental (com pence frontal para acomodar o pênis). Ambas as escolhas reproduzem o ápice plural das masculinidades, todavia, não representam volume significativo de adeptos.

FIGURA 9 - O MODELO CLÁSSICO DE LATERAL MÉDIA, REVISITADO EM TOM SATURADO, DA OSKLEN, E OS ÓCULOS RAY BAN “WAYFARER” SÃO MOEDAS DE STATUS SOBRE O CORPO (PRAIA DE PIPA: OUTUBRO DE 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

Para além das questões de gênero, duas modelagens predominam: as versões lisas e as versões bicolors ou tricolors, formando listras horizontais. Modelos lançados pontualmente, por grandes nomes da moda praia, como Amir Slama ou Osklen (Figura 9) — com recortes aerodinâmicos, ilhoses, passadores contrastantes, estampas exclusivas e aviamentos metálicos (trazendo a logo da marca na altura da coxa) —, encontram recepção entre os clientes de maior poder aquisitivo e informação de moda.

Para além da roupa: o corpo como patrimônio de moda

É importante gerir seu próprio corpo como se gerem outros patrimônios dos quais o corpo se diferencia cada vez menos. O corpo tornou-se um empreendimento a ser administrado da melhor maneira possível no interesse do sujeito e de seu sentimento de estética. (LE BRETON, 2013, p. 31-32)

David Le Breton (2013) remete o corpo a uma posse sobre a qual o indivíduo investirá uma série ampla de cuidados — e aqui se vai além, expandindo esse pensamento — para, assim, valorizá-lo economicamente, como uma espécie de capital negociável (BOURDIEU, 1989). Tal qual uma mercadoria (BAUMAN, 2008), o indivíduo passa a enxergar sua musculatura — emoldurada nas diminutas peças de banho e expostas no circuito de festas eletrônicas — como um campo passível para, após constantes melhorias, obter um retorno social dos gastos financeiros injetados.

Assim, observa-se, em campo, enormes esforços em aprimorar e adiar os traços de velhice (ou traços de uso) do objeto humano. Mas quais artifícios são escolhidos? É um desdobramento do corpo “*cyborg*” (LE BRETON, 2013, p. 24) — onde máquinas são acopladas externamente. A partir de agora, microtecnologias inseridas modificam, ampla e estruturalmente, a tez, a musculatura e a silhueta (LE BRETON, 2013).

A imagem pessoal (re)desenhada é equiparada ao mesmo patamar dos diversos outros bens de consumo de moda. Contudo, há uma distinção central: a materialidade corporal pressupõe um caráter perecível²⁰, desprendendo constantes reformas (modulações hormonais), manutenções (dermato-cosméticas), além de adornos (tatuagens e *piercings*). O corpo, antes utópico, agora pode ser adquirido, mas a que preço?

Intervenções estéticas: modulações hormonais

Enorme é o estranhamento (ou encantamento) ao visitar uma festa à beira da piscina e se ver rodeado por homens completamente (re)desenhados: seus corpos apolíneos dançam intensamente, seus braços eroticamente vascularizados, um bronzeado — meticulosamente — dourado, os rostos simétricos e padronizados, os maxilares marcados, os dentes claros e, sobretudo, uma disposição física que ultrapassa os limites humanos. De fato, são carnes rígidas, duras, firmes. Projetadas, tal qual uma linha de produtos, para resistir às longas provações das horas (ou dias) de dança.

É curioso: os corpos se alimentam esporadicamente — em comportamento oposto ao que poderia pressupor o leitor, ao vê-los diante de intensos esforços aeróbicos. Seus poros transpiram com generosidade, a temperatura corporal (quando tocados) é alta, mas eles aparentam vivenciar completo estado de êxtase. Longe das pistas de dança, em sua maioria, durante os dias prévios de lapidação e preparação para exibição dos corpos, ou, pontualmente, nos próprios banheiros das mansões nas festas (quando particulares, longas e seletas), é possível decifrar os rituais que mantêm esses homens hipertrofiados em ação.

²⁰ Para uma reflexão aprofundada sobre o estigma do envelhecimento, ver Le Breton (2016, p. 173-184).

Há um tabu entre os frequentadores quanto a confessar abertamente o uso de moduladores hormonais àqueles que não comungam do mesmo perfil apolíneo. Quando inicialmente indagados sobre os métodos de aquisição desse corpo (aparentemente) utópico, a resposta padronizada se repete: dieta rígida e alimentação regrada (o que, de fato, esses homens-músculo, em sua maioria, também executam). O olhar de julgamento exterior incombida, segundo relatos, centralmente porque desmerece os esforços contínuos dos treinos físicos necessários para alcançar tais objetivos.

No entanto, a partir do momento em que o pesquisador se torna um *habitué* (após inúmeras imersões e convites para os ciclos mais íntimos), a porta da intimidade se abre e é possível acompanhar as aplicações (geralmente, a cada dois dias, antes da prática de exercícios) das injeções que modelam e expandem os músculos — materializando os corpos utópicos da publicidade de moda (SENA, 2017). Inclusive, a partir do acompanhamento diário e do acesso aos *nécessaires* (nos quais são transportados as ampolas, as seringas, o algodão e o álcool) é possível notar que é um protocolo, em sua maioria, de comunhão: os frequentadores podem se aplicar, quando sozinhos, mas frequentemente injetam uns nos outros os óleos anabolizantes.

Segundo os relatos de campo, a modulação hormonal constante requer altos investimentos financeiros e, quando realizada inadvertidamente, deteriora, em diversos graus, a saúde. Cientes disso, os frequentadores injetam a testosterona e seus derivados em ciclos, que duram de dois a quatro meses. Ao longo desse tempo, exibem seu sucesso. Embora, como todo ciclo, em algum momento haverá baixas na qualidade muscular, forçando-os a diminuir a exposição pública. Como uma armadura social, a musculatura recobre os corpos. E não a exibir, para eles, é estar verdadeiramente nu.

Tatuagens

Os relatos em campo retratam, em uma primeira leitura, a tatuagem como uma escolha individual e desprovida de sentido coletivo, mas cabe ao pesquisador, mediante uma escuta ativa e do distanciamento do objeto, decantar a narrativa inicial — além de observar as imagens fotografadas — e se deparar com uma homogeneidade visual. Para Claude Lévi-Strauss (1996, p. 190), “[...] as sociedades humanas, assim como os indivíduos — em seus jogos, seus sonhos ou seus delírios —, jamais criam de modo absoluto, mas se limitam a escolher certas combinações num repertório ideal que seria possível reconstituir”. Sabino; Luz (2006, p. 258), ao analisarem *bodybuilders* cariocas, reiteram a constância tanto pictórica quanto a padronização das áreas tatuadas — igualmente observadas aqui: “[...] os desenhos ressaltam a musculosidade e a masculinidade de regiões do corpo que representam a virilidade e a força — e, portanto, a honra de ser homem”.

Do universo de 390 fotografias de campo pré-selecionadas, 85 delas retratam a prevalência de tatuagens nos pontos focais da musculatura superior (em especial, mas não somente, em um dos braços, no peitoral e na região dorsal). Destacam-se cinco macrogrupos pictóricos/temáticos ilustrados abaixo. Entre parênteses, segue o número de vezes que cada tema foi registrado, num total de 134 representações colecionadas.

FIGURA 10 - À ESQUERDA, TUBARÕES E ORAÇÃO DE S. JORGE (JABOATÃO: JUNHO DE 2021); À DIREITA, MESCLA DE TRIBAL E CORUJA (NATAL: JANEIRO DE 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

- a. Força (49 tatuagens): desenhos maori e representações indígenas, animais míticos — dragões (Figura 11), tritões, centauros, fênices —, predadores — escorpiões, lobos, leões, tubarões (Figura 10, à esquerda) —, além de flechas e listras negras que sinalizam, como braceletes, a parte mais grossa do antebraço, do bíceps ou da panturrilha (Figura 11, foto à direita).

FIGURA 11 - TATUAGENS DE FORÇA E FÉ. À ESQUERDA, DRAGÃO DO ABDÔMEN AO PEITORAL (NATAL: JANEIRO DE 2022). À DIREITA, DRAGÃO NA VIRILHA, ROSÁRIO NO OMBRO E LISTRAS NO BÍCEPS ENFATIZAM MUSCULATURA (MACEIÓ: FEVEREIRO DE 2022)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

- b. Fé e Misticismo (37 tatuagens): rosários (Figura 11, à direita), cruzeiros, textos religiosos (Figura 10, à esquerda), imagens sacras, asas (Figura 12, à direita). Além de signos do zodíaco, olhos, corujas (Figura 10, à direita), mandalas e trevos.

FIGURA 12 - À ESQUERDA, TATUAGEM CALIGRÁFICA “FÉ” (MACEIÓ, FEVEREIRO DE 2022). À DIREITA, ANJO CRUCIFICADO (NATAL: JANEIRO DE 2022)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

- c. Família (3 tatuagens): nomes, rostos de parentes e datas afetivas — frequentemente, em números romanos (Figura 13, à esquerda).

FIGURA 13 - TATUAGENS DE DATAS E MÚSICAS. À ESQUERDA, DATA DE NASCIMENTO E TRECHO DE CANÇÃO²¹ (MORENO: JANEIRO DE 2022). À DIREITA, VERSO DE LEGIÃO URBANA (BRASÍLIA: JUNHO DE 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

²¹ “[...] é o ciclo sem fim que nos guiará à dor e à emoção pela fé e o amor até encontrar o nosso caminho neste ciclo, neste ciclo sem fim.”

- d. Sonoridade (5 tatuagens): desenhos de fone de ouvido, reproduções de batimentos cardíacos, letras de músicas (Figura 13).

FIGURA 14 - TATUAGENS MOTIVACIONAIS E FLORAIS. À ESQUERDA, *CARPE DIEM* (MACEIÓ: FEVEREIRO DE 2022); À DIREITA, FLORES E VIRGEM MARIA GEOMETRIZADAS (PRAIA DE PIPA: OUTUBRO DE 2021)



FONTE: Fotografias de campo do autor.

- e. Miscelânea (32 tatuagens): palavras e frases motivacionais diversas, além de elementos florais e do universo de consumo *pop* (Figura 14).

Tal qual os músculos artificialmente construídos por meio dos anabolizantes, as tatuagens apresentam dupla função: são um manto de códigos que recobrem o corpo e reafirmam senso de comunhão. Há um sentimento de pertencimento genuíno entre os frequentadores. Todavia, julgamentos externos sociais podem desenvolver uma leitura equivocada da padronização da estética adotada.

Considerações finais: a moda para além da roupa

As *pool parties* (e suas conseqüentes *after parties*) apresentam-se como ambiente de socialização homossexual. E se constrói, mediante as intensas visitas de campo, a compreensão de que a moda (numa comutação roupa/corpo) é, para os participantes desses eventos, uma maneira de dialogar por meio da própria imagem, estabelecendo os laços da comunicação entre pares.

Paulatinamente, aqui despídos, os elementos que compõem o guarda-roupa desses homens foram descritos (ou imagetivamente mapeados?) e contextualizados — fruto da seleção de 390 imagens de campo do autor, aqui elencadas 33 delas —, permitindo o desvendar de um vocabulário de moda capaz de transpor o leitor ao cotidiano vivenciado ao longo das festas. E, sobretudo, a fotoetnografia desmistifica e traduz a densa construção de moda que se materializa na construção aparentemente, superficial: roupas de banho *versus* corpo.

É nos detalhes das sungas, óculos, bonés — na compreensão simbólica dos usos — que se mergulha nessa realidade urbana outra. Antes da imersão nas festas à beira da piscina, era possível supor que o corpo estava (quase) despido. Todavia, os códigos da moda estão ali impressos no (re)desenho corporal dos músculos, das tatuagens. Sobre esse corpo seminu, encontram-se impressas mensagens codificadas, tais quais: a redefinição dos limites (LE BRETON, 2013) corporais são diretamente proporcionais à capacidade de consumo (BAUMAN, 2008), que torna o corpo uma moeda de amplo capital simbólico (BOURDIEU, 1989) — além de conceitos captados empiricamente, mas delineados, aqui, para desdobramentos futuros, como nova compreensão da jovialidade *versus* ageísmo e pertencimento.

Assim, das percepções empíricas, contribui-se com dados de realidade ao *corpus* teórico, inicialmente apresentado por Bauman (2008): os dados imagéticos corroboram que a moda — para além de mero produto — é construída coletivamente. Muito embora, o mercado de consumo rapidamente absorva e mercantilize a estética observada.

Por fim, se extrapolados cenários, essa abordagem fotoetnográfica pode ser reconduzida em outros contextos de convergência entre moda e masculinidades — sim, múltiplas e, diversas vezes, paradoxais, mas muito além de binarismos rasos — sugerindo novos mapeamentos da produção estética e identitária masculina.

Referências

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. **Fotoetnografia da Biblioteca Jardim**. Porto Alegre: Editora da UFRGS: Tomo Editorial, 2004.

ALARCON, Sergio. Drogas Psicoativas: classificação e bulário das principais drogas de abuso. *In*: ALARCON, Sergio; JORGE, Marco Aurélio Soares (org.). Álcool e outras drogas: diálogos sobre um mal-estar contemporâneo [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2012, p. 103-129. Disponível em: <https://doi.org/10.7476/9788575415399>. Acesso em: 14 abr. 2021.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Tradução: José Fonseca. São Paulo; Artmed, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BLACKMAN, Cally. **100 anos de moda masculina**. Tradução de Cristina Band. São Paulo: Publifolha, 2014.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. Tradução: Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Zouk, 2015.

BUSH, Harry. **Hard Boys**. San Francisco: Green Candy Press, 2007.

BUTLER, Judith. **Corpos que importam**: os limites discursivos do sexo. Tradução: Veronica Daminelli, Daniel Yago Françoli. São Paulo: n-1 edições, 2019.

CAMARGO, Wagner Xavier de. Vestido para transar: notas etnográficas sobre roupas esportivas masculinas e festas de sexo. In: SIMILI, Ivana Guilherme; BONADIO, Maria Claudia (org.). **Histórias do vestir masculino**: narrativas de moda, beleza, elegância. Maringá: Eduem, 2017, p. 135-150.

FERIANI, Gabriel. O bucket hat utilitário é a nova aposta da Prada. **GQ**, 2021. Disponível em: <https://gq.globo.com/Estilo/Moda-masculina/noticia/2021/06/o-bucket-hat-utilitario-e-nova-aposta-da-prada.html>. Acesso em: 6 fev. 2022.

FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico**: as heterotopias. Tradução: Salma Tannus Muchail. São Paulo: n-1 Edições, 2021.

GATO, Jorge *et al.* Psychosocial Effects of the COVID-19 Pandemic and Mental Health among LGBTQ+ Young Adults: a cross-cultural comparison across six nations. **Journal Of Homosexuality**, [S.L.], v. 68, n. 4, p. 612-630, 22 jan. 2021. Informa UK Limited. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/00918369.2020.1868186>. Acesso em: 24 mar. 2022.

GONZALES, Erica. Vêtements Is Selling a \$350 “Snuff” Spoon Necklace. **Harper’s BAZAAR**, 2017. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/a12438277/vetements-snuff-spoon-necklace/>. Acesso em: 8 fev. 2022.

HAKIM, Jamie; YOUNG, Ingrid; CUMMINGS, James. Sex in the time of coronavirus: queer men negotiating biosexual citizenship during the COVID-19 pandemic. **Journal of Media & Cultural Studies**, vol. 36, n. 2, p. 289-301, out. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10304312.2021.1992350>. Acesso em: 14 abr. 2021.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Tradução: Sonia Furmann. Petrópolis: Editora Vozes; 2012.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**: antropologia e sociedade. Tradução: Marina Appenzeller. São Paulo: Papirus; 2013.

LE BRETON, David. **Antropologia do corpo**. Tradução: Fabio Creder. Petrópolis: Editora Vozes; 2016.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Tristes trópicos**. Tradução: Rosa Freire D’Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Sul**. Tradução: Anton P. Carr; Ligia Cardieri. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

MOREIRA, Tiago Rodrigues. **Lavrando a existência gay**: ontofenomenologia da sexualidade-em-situação. Orientador: Prof. Dr. Eduardo José Marandola Junior. 101f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas e Sociais Aplicadas) □ Faculdade de Ciências Aplicadas, Universidade Estadual de Campinas, Limeira, 2021. Disponível em: <https://url.gratis/M1Dyeb>. Acesso em: 6 mar. 2022.

PROBST, Ursula; SCHNEPF, Max. Moral Exposures, Public Appearances: Contested Presences of Non-Normative Sex in Pandemic Berlin. **European Journal of Women's Studies**, fev. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/13505068221076386>. Acesso em: 14 abr. 2021.

QUEIROZ, Mario. **O herói desmascarado**: a imagem do homem na moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.

SABINO, César. **O peso da forma**: cotidiano e uso de drogas entre fisiculturistas. Rio de Janeiro: UFRJ/PPGSA, 2004. Orientadora: Mirian Goldenberg. 366f. Tese (Doutorado) — PPGSA, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

SABINO, César. LUZ, Madel T. Tatuagem, gênero e lógica da diferença. **Physis**: Revista de Saúde Coletiva, vol.16, n. 2, jan. 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-73312006000200007>. Acesso em: 19 abr. 2021.

SENA, Tais Vieira. Roupas íntimas, cueca, underwear: o que veste o homem na intimidade? In: SIMILI, Ivana Guilherme; BONADIO, Maria Claudia (org.). **Histórias do vestir masculino**: narrativas de moda, beleza, elegância. Maringá: Eduem, 2017, p. 135-150.

SIMS, Josh. Ícones da moda masculina. Tradução: Débora Isidoro. São Paulo: Publifolha, 2014.

STEVENSON, N. J. **Cronologia da moda**: de Maria Antonieta a Alexander McQueen. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

Agradecimentos:

Ao Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, à Fundação de Amparo à Ciência de Pernambuco (FACEPE), a Márcia Moura (revisora do texto e bacharel em Letras), a Profa. Dra. Hulda Helena Coraciara Stadler (UFRPE) e, em especial, a todos aqueles retratados nesta pesquisa.

As performances de influenciadoras digitais de moda plus size na plataforma digital Instagram

The performances of plus size fashion digital influencers on the digital platform Instagram

José Carlos Ribeiro¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2208-3364>

Mariana Matos²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0772-5341>

[**resumo**] Este trabalho visa discutir os elementos que permeiam as performances de influenciadoras de moda *plus size* na plataforma digital Instagram. Para tal, aplica conceitos da Teoria Dramatúrgica proposta por Erving Goffman, levando em consideração tanto a complexidade da relação entre a moda e os corpos gordos quanto as particularidades que envolvem as interações sociais ocorridas em ambientes digitais. Foi realizada a observação não participante com três dos principais perfis de influenciadoras digitais de moda *plus size* brasileiras no Instagram: Thais Carla, Letticia Munniz e Ju Romano. A partir do exame dos dados, duas categorias de análise foram propostas: (1) A imagem pública que compõe as performances de influenciadoras digitais de moda *plus size* no Instagram e (2) As dinâmicas interacionais associadas às performances de influenciadoras digitais de moda *plus size* com suas seguidoras no Instagram. Concluímos que, por meio das performances exercidas, as influenciadoras transmitem para as suas seguidoras uma imagem de autoaceitação corporal, adotam estratégias que gerenciam suas interações com o intuito de preservar suas imagens públicas pessoais, mantêm a credibilidade e o sentido de representatividade perante as seguidoras e usam a moda como instrumento de ruptura de paradigmas opressores em relação ao corpo gordo.

[**palavras-chave**] **Performance. Moda. Influenciadores digitais. Moda plus size. Teoria dramatúrgica.**

¹ Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), com Estágio Sênior no Exterior/Pós-doutorado pela Universidade Nova de Lisboa. Professor do Instituto de Psicologia da Universidade Federal da Bahia e pesquisador permanente dos Programas de Pós-Graduação em Psicologia e em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA. E-mail: jcsr01@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3642051581801976>.

² Doutoranda e Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mail: marimatos_n@hotmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0374748852090122>.

[abstract] This study aims to discuss the elements that permeate the performances of plus size fashion influencers on the digital platform Instagram. To this end, it applies concepts from the Dramaturgical Theory proposed by Erving Goffman, considering both the complexity of the relation between fashion and fat bodies, as well as the particularities that involve social interactions that occur in digital environments. Non-participant observation was carried out with three of the main profiles of Brazilian plus size fashion digital influencers on Instagram: Thais Carla, Letticia Munniz and Ju Romano. From the analysis of the data, two categories of analysis were proposed: (1) the public image that composes the performances of plus size fashion digital influencers on Instagram and (2) the interactional dynamics associated with the performances of plus size fashion digital influencers with her followers on Instagram. It is concluded that, through the performed performances, influencers transmit to their followers an image of body self-acceptance, adopt strategies that manage their interactions in order to preserve their personal public images, maintain credibility and a sense of representation towards the followers and use fashion as an instrument to break oppressive paradigms in relation to the fat body.

[keywords] **Performance. Fashion. Digital influencers. Plus size fashion. Dramaturgical theory.**

Recebido em: 23-03-2022

Aprovado em: 22-06-2022

Instagram, Influenciadores Digitais e Moda *Plus Size*

As plataformas digitais são, atualmente, importantes espaços de performances e interações sociais. Dentre tantas, destacamos aqui o Instagram, cujo foco principal está no compartilhamento de imagens, vídeos e conteúdos diversos. Criado em 2010 com o intuito de resgatar a característica de instantaneidade das clássicas câmeras fotográficas Polaroides, cujas fotos se revelavam no ato do disparo, a plataforma digital Instagram ampliou consideravelmente, ao longo do tempo, as possibilidades de usos e apropriações que seus usuários realizam ao oferecer uma ampla gama de recursos que incrementam não apenas a circulação dos conteúdos gerados, mas também a própria dinâmica das performances e interações envolvidas.

Segundo dados do Statista Research Department (2022), o Instagram conta, no momento atual, com cerca de 1,2 bilhão de usuários, sendo 99 milhões alocados no Brasil. Ao longo dos anos, passou por diversas atualizações, adicionando e aprimorando recursos (usos de filtros, escolhas de configurações de privacidade etc.) que auxiliam as pessoas na personalização de seus perfis e dos conteúdos produzidos e compartilhados.

A base de interações do Instagram se mantém em torno de seguidores, ou seja, de perfis que estão vinculados à conta de um usuário com o intuito de acompanhar continuamente as atualizações de compartilhamentos de conteúdos relacionados ao outro na plataforma. Tais atividades costumam ser exibidas no *feed*, que consiste no painel principal onde as ações das pessoas aparecem. Destacam-se também os *stories*, espaços para publicações curtas com duração de 24 horas.

Além de promoverem buscas por conteúdos específicos por meio do uso de *hashtags*³, os usuários podem se comunicar através de ligações e de mensagens pelo recurso *Direct*, e reagir aos conteúdos uns dos outros com curtidas, comentários e compartilhamentos. Atualmente, além do papel significativo para as interações sociais (LEE *et al.*, 2015; PITTMAN; REICH, 2016), o Instagram é também uma importante plataforma para a atuação e a performance de influenciadores digitais (CASALÓ; FLAVIÁN; IBÁÑEZ-SÁNCHEZ, 2020; VEIRMAN; CAUBERGHE; HUDDERS, 2017).

Influenciadores digitais são usuários que se destacam nas plataformas por sua capacidade de mobilizar um grande número de seguidores, pautando opiniões, comportamentos e criando conteúdos com certa frequência e credibilidade. Dessa forma, o influenciador digital se torna um indivíduo capaz de influenciar um determinado nicho em que seja possível fazer um monitoramento por meio de ferramentas e métricas disponíveis nas plataformas. Nesse processo, o indivíduo deixa de ser um detentor de perfil comum e passa a ser encarado como uma marca (DREYER, 2017; KARHAWI, 2016; SILVA; TESSAROLO, 2016).

³ *Hashtags*, representadas pelo símbolo da cerquilha (#), são recursos que possuem a função de agrupar conteúdos relacionados entre si para um determinado assunto.

Para ser considerado um influenciador digital em determinada plataforma, como no Instagram, é preciso ser acompanhado por milhares de seguidores e possuir um estilo admirado por eles. Tal combinação costuma aumentar a procura por produtos sugeridos por essas pessoas, bem como pelos serviços divulgados por elas (DREYER, 2017; SILVA, TESSAROLO, 2016). Neste sentido, diversas pesquisas (JÁCOME *et al.*, 2020; LUZ, 2019; BANDEIRA, 2017) demonstram ser o Instagram a plataforma que mais aproxima os influenciadores digitais do público, haja vista a disponibilização de uma interface de fácil uso, a presença de uma configuração esteticamente mais atrativa e o oferecimento de recursos que ampliam e facilitam o controle do compartilhamento de conteúdos e dos meios para interagir socialmente.

Um dos fatores que contribuem para que um influenciador digital seja percebido como confiável, atraente e persuasivo é apresentar uma aparência física que remeta aos padrões de beleza normativos de determinada cultura (SILVA; COSTA, 2021; SOUZA; COUTO, 2020). Nesse sentido, vale salientar que acaba se tornando significativo para esse usuário ser associado a uma figura próxima dos padrões estéticos hegemônicos, os quais tendem, em nossa sociedade, a preconizar o corpo magro como sinônimo de beleza (PINTO, 2019; PINTO; ALVES, 2020; SIQUEIRA, 2019).

Além de compor em algum grau os processos de influência, os padrões estéticos associados ao corpo também estão incorporados nos usos e apropriações que os usuários fazem de ambientes digitais, existindo certa preocupação com o olhar e com o julgamento do(s) outro(s) em relação às características corporais presentes nas trocas sociais efetivadas. No caso destes espaços, considerando suas particularidades, o conhecimento acerca da opinião do(s) outro(s) sobre o corpo do usuário acaba sendo mais facilmente observado, como através de curtidas ou de comentários maldosos, por exemplo.

A complexidade das possibilidades de exposição das opiniões relacionadas à forma física dos usuários pode ser ilustrada por meio dos achados da pesquisa realizada por Matos (2019), com adolescentes obesas no Instagram. Nesse trabalho, foi observado que a plataforma pode ser considerada um ambiente um tanto hostil (uma vez que é possível encontrar na plataforma conteúdos discriminatórios e preconceituosos) quanto favorável para que suas usuárias realizem suas atividades (já que também encontram acolhimento e representatividade). Ainda que a pesquisa conduzida por Matos (2019) não tenha sido realizada exclusivamente com influenciadoras digitais, compreendemos que tal polarização também possa ser encontrada em representantes deste grupo que se enquadram na condição de estigmatizadas por características corporais, como as que priorizam a apresentação e a discussão da temática da moda para corpos gordos, nicho conhecido como *plus size*⁴.

A moda *plus size* sempre esteve envolta em desafios. Durante muito tempo, as roupas confeccionadas em tamanhos grandes foram consideradas símbolo de desajuste

⁴ O termo *plus size* (tamanho maior, em inglês) surgiu no interior das indústrias de moda para classificar manequins acima da numeração 44, em meados da década de 1970; mas, somente na década de 1990, com a divulgação em revistas internacionais, que se tornou amplamente utilizado (SOUZA, 2019).

e feiura (AIRES, 2019). Mais recentemente, quando todo um aparato mercadológico e midiático começou a ampliar a divulgação de peças maiores, é que as estruturas comerciais e publicitárias voltaram seus olhares para este segmento. Dentro desse cenário, acentuadamente marcado pelos interesses comerciais envolvidos, as influenciadoras digitais⁵ do ramo surgem como um importante componente de divulgação, uma vez que passam a oferecer uma interessante visibilidade não só para as características dos produtos em si, mas também para a própria sedimentação do segmento da moda *plus size* como nicho de mercado a ser cada vez mais explorado.

A este respeito, Luz (2019) explica que as influenciadoras digitais de moda publicam, promovem, fazem resenhas e até criticam produtos e serviços de marcas diversas em seus perfis no Instagram, podendo receber, inclusive, alguma compensação (monetária ou não) por suas ações. O impacto dessa forma de comunicação mostra-se tão representativo que indústrias conceituadas do ramo da moda passaram a considerar um novo modo de propaganda, contratando estes indivíduos para promoverem seus produtos e lojas (BARBOSA, 2018), principalmente os do ramo de moda *plus size* (LIMONGI *et al.*, 2021).

As influenciadoras digitais de moda *plus size* encontram no Instagram uma ferramenta bastante eficaz para empoderar e ouvir mulheres que se interessam por moda, mas que não se enquadram nos padrões sociais normativos de corpo ideal (em nossa cultura, predominantemente associado ao corpo magro). Por não se enxergarem em capas de revistas ou em passarelas, essas mulheres tendem a encontrar representatividade nas influenciadoras digitais com silhuetas parecidas com as suas (BARBOSA, 2018).

Assim, as influenciadoras digitais que adotam o nicho da moda *plus size* reforçam o sentido de representatividade em diversos aspectos: ao falar de moda para o corpo gordo, ao exibir suas silhuetas e ao exercer influência de forma bem-sucedida sobre milhares de seguidoras.

A partir dos pontos levantados, intencionamos com este trabalho ampliar a compreensão acerca de elementos que compõem o exercício das performances de influenciadoras digitais de moda *plus size* no Instagram, levando em consideração a imagem pública estabelecida e as interações decorrentes de suas ações. Para tanto, utilizamos conceitos da Teoria Dramatúrgica, propostos por Erving Goffman, que fundamentam nossa proposta de análise baseada na observação não participante dos perfis públicos de três grandes personalidades deste ramo: a Thais Carla (com 2,8 milhões de seguidoras)⁶, a Letticia Munniz (726 mil seguidoras)⁷ e a Ju Romano (521 mil seguidoras)⁸.

⁵ Devido à maioria significativa de usuárias que produzem e consomem conteúdos relacionados à moda *plus size* ser do sexo feminino, conforme demonstrado na observação não participante realizada, adotaremos os termos “influenciadoras digitais” e “seguidoras” para referenciá-las.

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/thaiscarla/>. Acesso em: 17 mar. 22.

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/letticia.munniz/>. Acesso em: 17 mar. 22.

⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/ju_romano/. Acesso em: 17 mar. 22.

As Performances Sociais no Instagram

Seja no Instagram, seja em qualquer outro espaço que viabilize a ocorrência de interações sociais entre os presentes, diversos rituais e jogos simbólicos são utilizados, de forma consciente ou não. Nesse sentido, o teórico canadense Erving Goffman (1922-1982) dedicou-se aos estudos sobre as particularidades das trocas sociais ocorridas nos processos interacionais. Ainda que suas proposições teóricas tenham sido feitas em uma época anterior ao aparecimento e predominância da mediação das tecnologias digitais, diversos estudos (BULLINGHAM; VASCONCELOS, 2013; HOGAN, 2010; ROBINSON, 2007; PAPACHARRISSI, 2002; RIBEIRO, 2003; dentre outros) demonstram que a transposição dos conceitos da teoria para a realidade atual pode se constituir em uma importante estratégia para a exploração das especificidades que se apresentam nas trocas e práticas sociais mediadas pelas tecnologias digitais.

Utilizando metáforas relacionadas aos elementos teatrais, Goffman (2014) compreende que as pessoas, como atores sociais, desempenham papéis no palco da vida social, e, ao fazê-los, utilizam mecanismos que as auxiliam a definir uma situação e alcançar seus objetivos com determinadas performances. Nesta perspectiva, qualquer objeto ou ação – incluindo gestos, expressões faciais, roupas e linguagem, bem como propriedades do ambiente físico, e uma multiplicidade de outros fatores – possui o potencial de influenciar a avaliação do(s) outro(s) interagente(s) (isto é, da plateia) sobre uma representação, bem como os seus comportamentos e performances sociais correspondentes (GROVE; FISK, 1989; MENDONÇA; FACHIN, 2006).

Desse modo, as performances realizadas pelos atores sociais se dão a partir da sua expressividade. Este elemento ajuda a fornecer as bases referenciais para a escolha do padrão de comportamentos e atitudes compatíveis com uma versão idealizada do papel e da performance desejados, trazendo fluidez para as dinâmicas sociais estabelecidas. Sendo assim, ao longo do curso interacional, o indivíduo transmite expressões (através de símbolos usados intencionalmente para veicular uma informação) e emite expressões (por meio de ações presumivelmente não intencionais, comumente de natureza não verbais e que transparecem informações) (GOFFMAN, 2014).

Para que possa compor o personagem, o ator social incorpora não apenas a definição da situação, como também seu repertório cultural, ou seja, os valores reconhecidos da sociedade na qual está inserido. Com isso, é construído seu equipamento expressivo, ou seja, sua imagem pública⁹. Goffman (2014) divide a imagem pública em dois componentes: o *cenário* e a imagem pública pessoal. O primeiro corresponde aos suportes que compõem a cena do espaço em que o ato ocorre, as estruturas físicas, indumentárias e/ou de qualquer coisa material que possibilite o estabelecimento do papel social, sendo então um pano de fundo para subsidiar e legitimar as ações do ator durante a realização da cena (a mobília, os objetos, a iluminação e os adereços são exemplos de *cenários*) (SILVEIRA; TAVARES, 2018). Já a imagem pública pessoal é, conforme Goffman (2014), composta pela *aparência* e pela *maneira*.

⁹ Neste trabalho, empregamos o termo “imagem pública” como sinônimo de “fachada”, proposto originalmente por Goffman (2014).

A primeira engloba os estímulos referentes ao status social do ator, revelando para a plateia aspectos figurativos, tais como vestuário e acessórios, que ajudam a definir o contexto de representação desejado. A *maneira*, por sua vez, diz respeito aos estímulos que transmitem informações sobre as características do papel que o ator pretende desempenhar, demonstrando ao público os posicionamentos adotados pelo indivíduo no curso da interação.

No decorrer das interações, presume-se que haja compatibilidade entre os equipamentos expressivos, o que garante certa coerência nas performances empregadas pelos atores sociais. Este fato pode ser facilmente percebido quando a imagem pública não corresponde ao que se espera dela, o que aumenta a probabilidade de se causar um certo estranhamento na plateia, já que as eventuais falhas e rupturas ressaltadas podem prejudicar toda a performance em curso. Se pensarmos em uma influenciadora digital de moda *plus size* que passa por um processo significativo de emagrecimento, por exemplo, e por conta disso é criticada ou tem sua quantidade de seguidoras e campanhas publicitárias diminuídas, teremos estabelecida uma situação na qual a possível imagem pública que sustentava um orgulho pela sua condição física específica (associada ao corpo gordo) deixa de ser coerente para quem acompanhava as performances realizadas.

Quando um evento assim ocorre, tanto o ator social quanto a plateia respectiva devem se preparar para atuar socialmente em situações que não foram preestabelecidas, utilizando estratégias que possam salvar a imagem pública que se encontra ameaçada (GOFFMAN, 2014). No nosso exemplo, a influenciadora em questão poderia se retratar explicando que emagreceu por determinações médicas ou até mesmo mudar de nicho, se aquele já não acolhesse mais suas performances.

Ainda que descrito em contextos não mediados por tecnologias digitais, é possível observar as dinâmicas que envolvem as performances dos atores sociais descritas por Goffman (2014) também em ambientes digitais, como no Instagram. Entretanto, faz-se necessário que as particularidades próprias desses espaços sejam consideradas, já que temos diferentes configurações não apenas da imagem pública, mas também de diversos elementos que compõem as trocas entre os usuários, como a complexidade de controle sobre a plateia (BOYD, 2010), por exemplo.

Desse modo, ao resgatarmos os conceitos propostos por Goffman (2014) acerca das interações sociais, compreendemos que os atores sociais (as influenciadoras digitais, em nosso caso) encontram um contexto complexo e vasto de possibilidades para a construção e o exercício de suas performances nos ambientes digitais, e particularmente no Instagram.

Tem-se nos ambientes digitais, por exemplo, um maior controle sobre a construção da imagem pública, haja vista que o processo de composição do *cenário* é permeado por uma vasta gama de possibilidades e escolhas (melhor ângulo nas imagens e vídeos, modificações na iluminação, alterações nas cores e tamanho das fontes textuais, edições nos conteúdos escritos, uso de filtros, seleção criteriosa de músicas etc.), e o gerenciamento de informações que serão disponibilizadas (ou não) sobre a *aparência* e a *maneira* mostra-se maior do que em espaços não mediados por tecnologias digitais (havendo inclusive a possibilidade de falseamento das informações).

Assim, para atender aos objetivos deste trabalho, consideramos as particularidades que envolvem as interações sociais em ambientes digitais e a complexidade do fato de se tratar de pessoas que, mesmo não atendendo aos padrões socioculturais atuais de corpos tidos

como belos e adequados em uma plataforma cujo foco é a imagem, conseguem visibilidade e promoção de representatividade perante suas plateias.

Método

O presente estudo caracteriza-se como exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa, que se deu através da observação não participante em três perfis públicos de influenciadoras digitais de moda *plus size* na plataforma digital Instagram: Thais Carla (2,8 milhões de seguidoras), Letticia Munniz (726 mil seguidoras) e Ju Romano (521 mil seguidoras).

A observação não participante é compreendida na literatura (STACEY, 1977; TRENTINI; PAIM, 2004) como uma modalidade de participação passiva, na qual o pesquisador está presente na situação, mas não participa nas atividades e não interage com as pessoas observadas. Desta forma, ressalta-se que foram considerados para este estudo apenas os elementos passíveis de observação e disponíveis de forma pública nos perfis das usuárias, sem necessidade de qualquer tipo de interação.

Os critérios utilizados para escolha das influenciadoras foram: serem mulheres, explorarem o nicho da moda *plus size*, possuírem uma quantidade significativa de seguidoras e demonstrarem certa regularidade de uso, com postagens realizadas no máximo a cada dois dias.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 3 e 17 de março de 2022, período que foi permitido aos pesquisadores obter as informações necessárias para atender aos objetivos da pesquisa, conforme o critério de saturação dos dados, que consiste na constatação de redundância e recorrência de informações coletadas em pesquisas qualitativas (FONTANELLA; MAGDALENO JR, 2012).

Foram observados os seguintes pontos referentes às atividades realizadas pelas influenciadoras: as informações descritivas dos perfis (*bio*), os *stories* disponíveis nos momentos de coleta de dados e as publicações mais recentes (consideradas até uma semana anterior ao início da observação) postadas no *feed* com o foco na moda *plus size*. Os elementos observados foram as imagens, os vídeos, as legendas, as *hashtags* e os comentários. Os dados obtidos foram registrados em um diário de campo e, posteriormente, categorizados a partir do referencial teórico fornecido pela Teoria Dramatúrgica de Erving Goffman (2014) e analisados à luz da análise de conteúdo (BARDIN, 2011).

As diretrizes de conduta adotadas nos processos de observação não participante e de coleta das informações derivadas foram baseadas na política de dados preconizada pelo Instagram acerca da criação de contas e do gerenciamento da privacidade das mesmas, na qual o usuário de um perfil público permite compartilhamentos de terceiros (Instagram, 2022). Não foram considerados em nossa análise quaisquer conteúdos ofensivos, difamatórios, preconceituosos ou que pudessem expor as influenciadoras escolhidas ou suas respectivas seguidoras.

Resultados e Discussão

Após a realização da observação não participante e do estudo das atividades realizadas pelas influenciadoras digitais de moda *plus size* escolhidas, na plataforma digital Instagram, chegamos a duas categorias de análise embasadas na Teoria Dramatúrgica de Erving Goffman (2014): (1) a imagem pública que compõe as performances das influenciadoras digitais de moda *plus size* no Instagram e (2) as dinâmicas interacionais associadas às performances de influenciadoras digitais de moda *plus size* com suas seguidoras no Instagram.

A imagem pública que compõe as performances das influenciadoras digitais de moda plus size no Instagram

Para compreendermos a construção da imagem pública que compõe as performances das influenciadoras de moda *plus size* no Instagram, foram observados os elementos interacionais em seus perfis que remetiam aos componentes de um equipamento expressivo, conforme estabelecidos por Goffman (2014): o *cenário*, a *aparência* e a *maneira*. Foram levadas em consideração as particularidades dos ambientes digitais ao longo da observação não participante, assim como a complexidade de tratar uma temática que ainda é alvo de preconceito e discriminação, como a moda *plus size* (SCUSSEL; DELLAGNELO, 2018; SILVA, 2015).

Desse modo, apesar das três usuárias possuírem o mesmo segmento de influência digital, observamos subdivisões significativas e que parecem influenciar em todo o processo de construção da imagem pública que compõe as performances exercidas. Mesmo que as três abordem questões ligadas à moda *plus size*, algumas especificidades se apresentam: Thais Carla divide seus conteúdos com o que ela denomina de militância gorda, enquanto Letticia Munniz também compartilha sua rotina profissional como modelo e Ju Romano abrange outros aspectos relacionados aos cuidados com o corpo que não se mostram apenas atrelados ao vestuário. Dessa forma, encontramos diversas diferenças na vivência e composição dos *cenários*, *aparências* e *maneiras* na análise dos perfis das três influenciadoras.

Em relação aos *cenários* que constituem as suas performances, a maioria das imagens disponibilizadas por Thais Carla remetem ao ambiente das praias. Assim, compreendemos que a influenciadora, ao optar por esse tipo de ambiente para se apresentar, complementa sua imagem pública com uma *aparência* que estimula uma moda que comumente exhibe o corpo, o que de fato acontece com as performances nas quais a influenciadora digital se engaja, já que ela está comumente trajando ou mesmo promovendo marcas de biquínis. Ao mesmo tempo, a influenciadora sustenta uma *maneira* que transmite às seguidoras uma impressão de firmeza sobre o seu posicionamento de liberdade de exposição corporal tanto no ambiente físico (praia) quanto em relação ao traje (biquínis).

No caso de Letticia Munniz, observamos uma tendência à evitação no uso de elementos cênicos para compor os *cenários* de suas performances sociais. A maioria das imagens compartilhadas por ela são dentro de um estilo profissional e com fundos de cores neutras, onde é possível ver apenas sua imagem corporal. Ao longo da observação não participante, notamos que esse tipo de conteúdo não gera tanto retorno por parte de sua plateia, quanto aqueles em que ela foge ao padrão adotado (uma imagem dela na praia, por exemplo, tem

cerca de 34,5 mil curtidas, enquanto uma de estúdio tem em torno de 4 mil). Entretanto, tal estratégia parece ajudá-la a manter a coerência expressiva de uma imagem pública associada ao foco profissional, pois suas performances parecem estar comumente ancoradas nos estereótipos do que se é socialmente esperado por pessoas que trabalham como modelos profissionais (mesmo que não sejam *plus size*).

Ju Romano, por sua vez, parece diversificar mais a construção da imagem pública que apresenta. Observamos que os *cenários* utilizados se modificam para que o foco da performance esteja na *aparência*, e não na *maneira*, como no caso das outras duas influenciadoras. Há uma valorização do vestuário e desta temática em seu perfil, o que reforça nossa compreensão de que o *cenário* parece ser elaborado para corroborar o conteúdo desejado. Constatamos também que suas seguidoras (ou seja, sua plateia) costumam aderir à sua proposta diferenciada (em relação às demais influenciadoras) de exercer performances que também exploram outros segmentos para além daquele diretamente associado à moda *plus size*. Tal aprovação mostra-se evidenciada através do acompanhamento da validação propiciada pelos recursos oferecidos pelo Instagram, como as curtidas e os comentários com conteúdos positivos que estimulam a influenciadora a prosseguir com esse tipo de performance.

Nos três casos observados, não encontramos grandes quantidades ou destacadas produções de objetos cênicos no *cenário* (o que aponta para a possibilidade desse aspecto não ser tão relevante na imagem do perfil). Letticia Munniz, por exemplo, exhibe apenas a própria figura na maioria das imagens, enquanto Thais Carla apoia o *cenário* de modo que possam ser evidenciados não apenas a promoção da moda *plus size*, mas também seu engajamento em uma militância contra a gordofobia¹⁰, o que pode ser um indício de que há um cuidado maior com a *aparência* e a *maneira*, conforme compreendidas por Goffman (2014), em relação a esse aspecto, já que esses componentes transmitem informações importantes sobre o que podemos esperar do ator social e das performances associadas.

Se no *feed* das influenciadoras foram encontradas diferenças marcantes entre os objetivos das performances através da análise dos *cenários*, *aparência* e *maneira* (componentes da imagem pública, como explicado por Goffman (2014)), nos *stories* conseguimos identificar mais pontos em comum entre elas. A observação não participante mostrou certo padrão de circulação de conteúdos nesses espaços: a presença de publicidade de produtos (a maioria deles voltados para a moda *plus size*), o compartilhamento de cenas de bastidores e a promoção de ações e projetos futuros. De modo contrário ao que as pesquisas recentes vêm apontando (LI *et al.*, 2021; TRIEU; BAYM, 2020), de que os *stories* parecem ser os espaços onde os influenciadores se aproximam da plateia ou exploram seus lados mais descontraídos, observamos que essas ambiências, nos perfis observados, funcionam como uma espécie de vitrine comercial relacionada à moda *plus size*.

Nenhuma das influenciadoras observadas explora, seja no âmbito da moda *plus size*, seja em outros aspectos, os vieses negativos comumente associados ao corpo gordo. Tal como explicado por Goffman (1988), pessoas estigmatizadas (indivíduos que portam algum símbolo que dificulta a aceitação social, como o corpo gordo, por exemplo) tendem a se

¹⁰ Termo que designa o preconceito, a estigmatização e a aversão englobados por meio de uma opressão estrutural na sociedade que atinge as pessoas gordas (RANGEL, 2018).

enquadrar aos comportamentos normativos e encontrar estratégias para adequar suas características consideradas socialmente indesejadas ao que se espera delas: para Thais Carla, seu corpo é uma bênção e um sinal de resistência a uma cultura opressora; para Letícia Munniz, um instrumento de trabalho; e para Ju Romano, um campo de experimentações para uma moda que não a limita ao uso de cores sóbrias ou peças que a escondam.

Nesse sentido, constatamos que as influenciadoras digitais de moda *plus size* observadas prezam, cada uma a seu modo, por construir uma imagem pública positiva no Instagram, por meio de performances que transmitam à sua plateia modelos de mulheres que usam a moda *plus size* como instrumento de aceitação corporal e de quebra de normas e tradições socioculturais que colocam as mulheres gordas à margem das características estéticas costumeiramente apreciadas.

Em relação à construção de suas imagens públicas, observamos que as influenciadoras digitais de moda *plus size* também usam a influência que exercem no Instagram para ampliar o conhecimento e o sentido de representatividade oferecido, de forma consciente ou não, para suas seguidoras. Sendo assim, como explicado por Goffman (2014), a relação com a plateia possui um papel fundamental para a manutenção dessas performances exercidas, como exploraremos na próxima subseção.

As dinâmicas interacionais associadas às performances de influenciadoras digitais de moda plus size com suas seguidoras no Instagram

De acordo com Goffman (2014), adotamos de forma habitual uma imagem pública para performar, interagir socialmente, alcançar nossos objetivos e gerar impressões perante uma plateia. No Instagram, este processo não parece se mostrar diferente. Os esforços realizados pelas influenciadoras digitais de moda *plus size* na construção de uma imagem pública que transmita impressões positivas são empregados para que suas performances, perante a plateia, sejam bem-sucedidas e mantenham o fluxo do processo de influência.

A noção de plateia foi forjada por Goffman (2014) para abranger os participantes das interações ocorridas em contextos de interação face a face. Entretanto, quando pensamos nesse conceito em ambientes digitais como o Instagram, não podemos deixar de considerar a complexidade de compreensão de quem compõe esse público. Nossa observação evidenciou uma performance, por parte das influenciadoras, que parecia voltada intencionalmente para seguidoras que as acompanhavam há algum tempo e já estavam familiarizadas com seus conteúdos. Tal percepção pode ser compreendida com base na definição de audiência imaginada de Marwick e Boyd (2011), que consiste na conceitualização mental das pessoas com quem estamos nos comunicando (LITT, 2012).

Percebemos que a audiência imaginada das influenciadoras digitais de moda *plus size* parece ser composta por usuárias (seguidoras) que aceitam suas condições corporais, são consumidoras regulares da moda *plus size* e se engajam com facilidade em atividades que combatam qualquer tipo de discriminação ou preconceito. Entretanto, os diversos conteúdos encontrados nos comentários observados apontam existir certa controvérsia entre o que é imaginado pelas influenciadoras e a realidade das seguidoras, que relatam, por exemplo, não encontrar as peças com facilidade, reclamam dos preços abusivos e compartilham

desabafos sobre a dificuldade para alcançar a aceitação desejada. Ainda assim, as diferenças percebidas entre as impressões que embasam os discursos realizados para a audiência imaginada e as dificuldades relatadas pelas seguidoras não parecem trazer malefícios para o processo de influência envolvido.

Nas mesmas observações relacionadas aos comentários deixados nos perfis das influenciadoras de moda *plus size*, percebemos poucas interações com as seguidoras e, no caso de Thais Carla, alguns dizeres que tecem críticas ao corpo (sendo a maioria suprimidos pelo próprio Instagram), o que ressalta que os estereótipos e preconceitos referentes aos indivíduos obesos, e particularmente às mulheres obesas, não deixam de ser reproduzidos nesses espaços. Entretanto, acreditamos que as políticas e diretrizes de uso da plataforma, associadas ao maior poder de gerenciamento do perfil ofertado às usuárias (seguidoras), fazem com que a plateia seja criteriosamente selecionada para que as performances associadas (e o próprio processo de influência derivado) sejam as mais bem-sucedidas possíveis.

Observamos assim, acerca das trocas sociais, que as interações diretas com a plateia parecem ser uma prática incomum. Apenas Ju Romano agradece alguns poucos elogios, e Letticia Munniz curte os primeiros dizeres. Contudo, foi possível verificar que a plateia interage de forma intensa entre si, principalmente para rebater críticas negativas ou ofensivas. Nota-se que essa união da plateia para defender a imagem pública do ator social (ou seja, da influenciadora) pode ser considerada o que Goffman (2011) compreende por estratégia protetiva, nesse caso ocorrida no Instagram, que consiste na adoção de meios para lidar com situações nas quais uma imagem pública encontra-se ameaçada.

Também notamos que a plateia parece reagir mais, tanto na quantidade de curtidas quanto na de comentários, aos conteúdos nos quais as influenciadoras apresentam uma maior exposição corporal. Os dados referentes a essa percepção são significativos, como exemplificado em uma publicação na qual Thais Carla aparece trajando roupas íntimas¹¹ e recebe cerca de 88,4 mil curtidas, enquanto a anterior, com a influenciadora vestida com trajes casuais, recebe em torno de 12,9 mil curtidas. Com base no conteúdo dos comentários, observamos que performances que reforçam a aceitação corporal através da exibição da silhueta das influenciadoras digitais de moda *plus size* parecem ser altamente relevantes para sua plateia, provocando uma espécie de aval para que possam também reproduzir esse comportamento.

Quando tratam diretamente sobre moda, apesar da quantidade menor de interações quando comparada a outras temáticas trazidas, observamos que a maioria dos comentários são pedidos de dicas, conselhos e sugestões sobre combinações possíveis, locais onde possam encontrar roupas *plus size* específicas ou dúvidas sobre tamanhos e especificidades das peças. Não foram notados quaisquer comentários com vieses negativos, reforçando o nosso entendimento de que há uma relativa segurança em performances que foquem em seus nichos de origem (moda *plus size*), além do reforço da imagem de credibilidade transmitida.

No período da observação não participante, não foram constatadas quaisquer interações diretas entre influenciadoras e plateia nos *stories*. Como este fato também se mostrou escasso no *feed*, pontuamos que tal estratégia não parece ser comumente adotada por estas usuárias. Esta cautela ou ausência de respostas à plateia pode ser compreendida

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Ca7cyCNFDvx/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

se considerarmos o risco potencial para o exercício da imagem pública de empoderamento relacionada ao corpo que as usuárias correm quando se expõem no ambiente, uma vez que ficariam passíveis de receberem eventuais manifestações pejorativas direcionadas a elas.

Sendo assim, acreditamos que, por não haver segurança sobre os possíveis desdobramentos de interações mais diretas, responder ou rebater ofensas, por exemplo, poderia prejudicar as performances das influenciadoras. Logo, tal controle cuidadoso em relação aos contatos parece evidenciar mais um recurso estratégico utilizado para a preservação da imagem pública.

Desse modo, podemos perceber que, tal como em situações de interações sociais não mediadas por tecnologias digitais, as influenciadoras digitais de moda *plus size* mantêm estratégias que sustentam uma coerência expressiva na imagem pública empregada e que as resguardam de possíveis ataques ou rupturas. Para tal, no Instagram, é possível utilizar recursos oferecidos pela própria plataforma para auxiliar nessa proteção da imagem pública, como o controle das métricas obtidas com determinada performance (que permitem saber se agradam ou não às suas plateias) e o gerenciamento sobre seus perfis (através da possibilidade de bloquear ou excluir algum usuário), por exemplo.

Ainda que com um maior manejo, verificamos que a credibilidade e a influência sobre a plateia se sustentam, sendo um termômetro que nos permite constatar que as performances realizadas por estes indivíduos não apenas são extremamente bem-sucedidas, como também possuem um potencial significativo de representatividade e visibilidade para a causa, bem como se mostram como partes integrantes de um movimento de rupturas de paradigmas socioculturais acerca do corpo gordo e da moda *plus size*.

Conclusão

Ao longo da história, a moda se constituiu em um importante elemento sociocultural e fomentador de tradições, crenças e costumes de determinada época. Por muito tempo, a visão social dos corpos gordos oscilou entre sinônimo de fartura e saúde, e a perspectiva que os colocam como símbolos de feiura e abominação, sendo esta última a mais destacada e prevalente nos últimos tempos, refletindo um padrão que costuma dificultar o acompanhamento e a apropriação de tendências e expressões associadas à moda.

Embora estes comportamentos ainda sejam comumente reproduzidos também nos ambientes digitais, já é possível observar expressões que, de forma contrária, parecem revelar tendências que apontam para práticas acolhedoras associadas aos portadores de estigmas corporais, como as pessoas obesas. Sob essa perspectiva, as influenciadoras digitais se mostram, atualmente, como modelos de representatividade para essas usuárias, haja vista o alcance obtido com suas performances. No que tange ao segmento da moda *plus size*, são consideradas ainda como símbolos referenciais de pertencimento e de apropriação das temáticas que envolvem a moda.

Através das nossas observações, constatamos que as performances nas quais as influenciadoras digitais se engajam para construir suas imagens públicas não se limitam à circulação de conteúdos relacionados à moda *plus size*, ainda que este tema esteja presente com frequência. Desse modo, os *cenários, as aparências e as maneiras* mostram-se meticulosamente gerenciados para que as imagens públicas tanto sustentem as performances que

reforcem a presença de outros eventuais papéis e funções desejados (militante, profissional e modelo de outros segmentos, por exemplo) quanto sejam coerentes com os objetivos pretendidos com as performances associadas à exploração de tópicos específicos da moda *plus size*, inclusive em diferentes ambiências (*feed*, *stories*, comentários).

Em relação aos possíveis objetivos das performances observadas, notamos o comportamento das influenciadoras digitais de moda *plus size* de transmitir para suas seguidoras uma imagem pública de mulheres que aceitam suas condições corporais e sabem como associar a moda às suas características físicas. Esta percepção fica evidente principalmente quando notamos que o *cenário*, a *aparência* e a *maneira*, que embasam a impressão de autoridade nos conteúdos que circulam através dos diversos anúncios publicitários nos quais as usuárias participam, por exemplo, reforçam a ideia da necessidade de construção de uma imagem pública que, além de coerente, possa sustentar o emprego de táticas que visam protegê-la (como a pouca e cuidadosa aproximação direta com a plateia e a evitação de assuntos polêmicos relacionados ao corpo), haja vista que a influência dos perfis é também atrelada a aspectos contratuais/profissionais.

Sendo assim, constatamos que influenciadoras de moda *plus size* se engajam em performances específicas que priorizam suas condições corporais para construir e manter suas imagens públicas associadas ao empoderamento, à representatividade e à credibilidade no Instagram. Este processo ocorre através do gerenciamento cuidadoso das interações sociais com as seguidoras e da disposição dos elementos do *cenário* e dos signos que constituem as *aparências* e as *maneiras*, parecendo se configurar assim em uma interessante e particular dinâmica social protagonizada pelas influenciadoras digitais com nichos em corpos estigmatizados e suas seguidoras.

Ainda que não tenha sido nosso foco de estudo neste trabalho, percebemos que a grande maioria dos perfis que seguem as influenciadoras digitais são do sexo feminino. Através dos comentários observados, foi possível identificar uma relação de identificação com as situações compartilhadas. Desta forma, para atender ao desejo explicitado em discursos de inclusão observados nos três perfis, acreditamos que exista, por parte das influenciadoras, um cuidado especial no processo de gerenciamento dos conteúdos disponibilizados, de modo que venha a atender às demandas dessas seguidoras que se identificam e se espelham nelas, ao mesmo tempo em que possa também cativar outras pessoas que porventura não se vejam diretamente representadas no tipo de corpo gordo, priorizado nos conteúdos e imagens circulados.

Por fim, e de modo complementar, sugerimos trabalhos futuros que possam melhor compreender estas novas dinâmicas em outros espaços digitais e aplicá-las aos diferentes tipos de corpos, ou até mesmo pensá-las a partir de diferentes elementos interacionais, considerando as particularidades dos ambientes digitais e a complexidade de portar um estigma corporal. Nesse sentido, acreditamos que as reflexões em torno dos aspectos que integram a cultura e o cotidiano das pessoas (como a moda) se tornam fundamentais não apenas para promover a ampliação do conhecimento acerca das performances e das dinâmicas de interação social envolvidas, como também para o processo de construção contínua de uma sociedade mais acolhedora e menos opressora com expressões corporais estigmatizadas.

Referências

- AIRES, A. **De gorda a plus size: a moda do tamanho grande**. Estação das Letras e Cores Editora, 2019.
- BANDEIRA, M. **O uso estratégico do Instagram por influenciadores digitais: um estudo de caso de Duda Fernandes**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Faculdade de Biblioteconomia e comunicação. Porto Alegre, 2017.
- BARBOSA, C. de O. **O corpo gordo na moda: um estudo de caso sobre a influenciadora digital Ju Romano**. 2018. Monografia (Graduação em Design e Moda) - Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed. 70, 2011.
- BOYD, D. Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. *In: PAPACHARISSI, Z. (Ed.). A networked self: identity, community, and culture on social network sites*, 2010.
- BULLINGHAM, L.; VASCONCELOS, A. C. The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities. **Journal of information science**, v. 39, n. 1, p. 101-112, 2013.
- CASALÓ, L. V.; FLAVIÁN, C.; IBÁÑEZ-SÁNCHEZ, S. Influencers on Instagram: antecedents and consequences of opinion leadership. **Journal of business research**, v. 117, p. 510-519, 2020.
- DREYER, B. M. Relações públicas e influenciadores digitais: abordagens para a gestão do relacionamento na contemporaneidade. **Revista Comunicarei**, v. 17, p. 56-75, 2017.
- FONTANELLA, B. J. B.; MAGDALENO JR, R. Saturação teórica em pesquisas qualitativas: contribuições psicanalíticas. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v.17, n. 1, p.1763-1771, 2012.
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. (1959). Petrópolis: Vozes, 2014.
- GOFFMAN, E. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. (1967). Tradução: Fábio Rodrigues da Silva. Petrópolis: Vozes, 2011.
- GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade**. Tradução: Mathias Lambert, v. 4, 1988.
- GROVE, S. J.; FISK, R. P. Impression management in services marketing: A dramaturgical perspective. *In: R. A. GIACALONE; P. ROSENFELD (Eds.). Impression management in the organization* (pp. 427-438). Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1989.

HOGAN, B. The presentation of self in the age of social media: distinguishing performances and exhibitions online. **Bulletin of Science, Technology & Society**, v. 30, n. 6, p. 377-386, 2010.

JÁCOME, A. C. M. L. *et al.* Influenciadores digitais e os impactos no posicionamento de marcas e decisão de compra: um estudo da percepção das usuárias de Instagram. **Temática**, v. 16, n. 3, p. 75-88, 2020.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria. *In*: CORRÊA, E. S.; SILVEIRA, S.C. (Orgs.). **Tendências em Comunicação Digital**. São Paulo: ECA-USP, 2016.

LEE, E. *et al.* Pictures speak louder than words: motivations for using Instagram. **Cyberpsychology, behavior, and social networking**, v. 18, n. 9, p. 552-556, 2015.

LI, B. *et al.* Tell me a story: Exploring elite female athletes' self-presentation via an analysis of Instagram Stories. **Journal of Interactive Advertising**, v. 21, n. 2, p. 108-120, 2021.

LIMONGI, R., *et al.* Do "Off" ao "On" no mercado atacado de moda: o potencial de influenciadores digitais. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 22, n. 1, p. 131-158, 2021.

LITT, E. *Knock Knock*. Who's there? The imagined audience. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v.56, n.3, 2012.

LUZ, T. **O Processo de influência social entre influenciadoras digitais de moda e suas seguidoras na plataforma de rede social Instagram**. 2019. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Psicologia. Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil.

MATOS, M. **Apresentação de si de adolescentes obesas na plataforma digital Instagram**. 2019. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Psicologia. Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil.

MARWICK, A. E.; BOYD, D. I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. **New media & society**, v. 13, n. 1, p. 114-133, 2011. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444810365313>. Acesso em: 7 jul. 2022.

MENDONÇA, J. R. C.; FACHIN, R. C. O teatro das interações sociais nas organizações: fases do gerenciamento de impressões na perspectiva dramática. **G.O – Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 4, n. 4, p. 298-316, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/article/view/21600>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PAPACHARISSI, Z. The presentation of self in virtual life: characteristics of personal home pages. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 79, n. 3, p. 643-660, 2002. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769900207900307>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PINTO, N. M. **O Corpo Feminino na Mídia: Um Olhar sobre a Revista Boa Forma e as Influenciadoras Digitais do Instagram.** 2019. 128f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Recôncavo Baiano, Cachoeira, Bahia.

PINTO, A. C.; ALVES, G. S. Quem fala sobre as mulheres: a representação do corpo gordo feminino no Instagram. **Anais do Seminário Comunicação e Territorialidades...** v. 1, n. 6, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/poscom/article/view/32558>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PITTMAN, M.; REICH, B. Social media and loneliness: why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. **Computers in Human Behavior**, v. 62, p. 155-167, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563216302552>. Acesso em: 10 jul. 2022.

RANGEL, N. F. A. **O ativismo gordo em campo: política, identidade e construção de significados.** 2018. 162f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

RIBEIRO, J.C. **Um olhar sobre a sociabilidade no ciberespaço: aspectos sociocomunicativos dos contatos interpessoais efetivados em uma plataforma interacional on-line.** 2003. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

ROBINSON, L. The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. **New Media & Society**, v. 9, n. 1, p. 93-110, 2007. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444807072216>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SCUSSEL, F. B. C.; DELLAGNELO, E. H. L. O peso do discurso: a representação da mulher plus size em campanhas publicitárias de lingerie no Brasil. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 17, n. 6, p. 931-945, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SILVA, L. A. **Representações do corpo feminino na moda plus size no Brasil: um olhar multimodal em capas de revistas na versão online.** 2015. 152f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade Federal de Viçosa, MG.

SILVA, A. S.; COSTA, M. da. As aparências (não) enganam: compra de serviços hoteleiros endossados por influenciadores digitais do Instagram. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 20, n. 1, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SILVA, C. R. M. da; TESSAROLO, F. M. Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataformas de mídia. Intercom, **Anais... XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.** São Paulo-SP, 2016.

SILVEIRA, J. E. L.; TAVARES, M. L. Memes, compartilhamento e violência de gênero: elementos para uma análise da construção e manutenção de fachadas no Facebook. *In: O império do digital: teoria, análise e ensino*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2018.

SIQUEIRA, R. C. de. **Os estereótipos de papéis de gênero feminino nos retratos das influenciadoras digitais no Instagram e a arte de Cindy Sherman**. 2019. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual Paulista, São Paulo-SP.

SOUZA, B. P. O movimento plus size e o corpo. **ModaPalavra**, v. 12, n. 26, p. 68-91, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5140/514060947003/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SOUZA, J. D. F. de; COUTO, E. S. Musas fitness na cibercultura: pedagogias de corpos perfeitos no Instagram. **Acta Scientiarum Education [online]**, e52788, v. 42, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3033/303362282035/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

STACEY, M. **Methods of social research**. Oxford: Pergamon Press. 1977.

STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. **Instagram - Statistics & Facts**. Statista, 2022.


TRENTINI, M.; PAIM, L. **Pesquisa convergente assistencial: um desenho que une o fazer e o pensar na prática assistencial em saúde-enfermagem**. Florianópolis: Insular, 2004.

TRIEU, P.; BAYM, N. K. Private responses for public sharing: understanding self-presentation and relational maintenance via stories in social media. *In: Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. 2020.

VEIRMAN, M. De.; CAUBERGHE, V.; HUDDERS, L. Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. **International Journal of Advertising**, v. 36, n. 5, p. 798-828, 2017.

Agradecimentos

Revisora do texto: Marcia Rita de Moura. Email: marcia.moura2@gmail.com



**A moda e os modos na
Socila: *hexis* corporal e a
fachada da elegância**

*Fashion and manners in Socila: body
hexis and the façade of elegance*

Maria Carolina Medeiros¹

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3740-5936>

Tatiana Siciliano²

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6867-195X>

[**resumo**] A Socila foi uma escola de boas maneiras fundada no Rio de Janeiro, com grande sucesso entre as décadas de 1950 e 1970, que até hoje é mencionada na imprensa como sinônimo de elegância. Uma de suas fundadoras, Maria Augusta, ensinou a centenas de mulheres o chamado “aperfeiçoamento social”: era importante não apenas se embelezar, mas dominar técnicas de postura e educação do corpo a fim de compor o que Goffman ([1959] 2014) denomina “fachada”. A moda é um elemento da fachada? Quais são os outros? Por meio da análise de reportagens³ sobre a Socila na imprensa (1954-2022), propomos refletir em que medida a elegância é uma construção a partir dos modos; se e como pode ser aprendida por meio do ensino do *habitus* e de uma *hexis* corporal (BOURDIEU, 1983); e refletir sobre roupa e corpo como elementos que se amalgamam em uma produção de sentido.

[**palavras-chave**] **Socila. Moda. Corpo. Fachada. Etiqueta.**

[**abstract**] Socila was a school of good manners founded in Rio de Janeiro, with great success in the 1950s and 1970s, which is still mentioned in the press as a synonym for elegance. One of its founders, Maria Augusta, taught hundreds of women so called “social improvement”: it was important not only to beautify themselves, but to master techniques of posture and body education, in order to compose something that Goffman ([1959] 2014) called “façade”. Is fashion an element of the façade? What are the others? Through reports on Socila in the press (1954-2022), we propose to reflect what extent elegance is a construction based on manners; if and how it can be learned by teaching of habitus and a corporeal hexis (BOURDIEU, 1983); and to reflect on clothes and body as elements which are amalgamated in a production of meaning.

[**keywords**] **Socila. Fashion. Body. Façade. Etiquette.**

Recebido em: 05-04-2022

Aprovado em: 07-10-2022

¹ Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa “Narrativas da vida moderna na cultura midiática” (PUC-Rio), E-mail: mariacarolinamedeiros@gmail.com.

² Doutora pelo Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ. Diretora do Departamento de Comunicação e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. E-mail: tatianasiciliano@puc-rio.br

³ Mencionaremos a autoria das reportagens analisadas apenas quando forem nomes conhecidos e/ou a identificação tiver relevância para o trabalho.

Introdução

Em *A hora da estrela*, Clarice Lispector escreve que “as boas maneiras são a melhor herança” (LISPECTOR, [1977] 1998, p. 45). No Rio de Janeiro dos anos 1950, houve uma escola que, para além de ser precursora na formação de manequins e candidatas a miss, ensinava etiqueta a mulheres que não tivessem “herdado” tal *finesse*. A Socila, sigla para Sociedade Civil de Intercâmbio Literário e Artístico, ficou então conhecida pelo ensino de boas maneiras, tornando-se sinônimo de elegância no Brasil, notadamente entre os anos 1950 e 1970. “Fazer Socila” significava aprender sobre embelezamento, vestuário e educação do corpo, configurando o que a própria escola denominava como “aperfeiçoamento social”.

Maria Augusta Nielsen, uma das fundadoras da Socila (a outra era Ligia Bastos, mas foi Maria Augusta quem ficou associada à escola na imprensa), dizia que “nossa mercadoria é a beleza e a educação da mulher. Estamos seguros de que vendemos um gênero de primeira necessidade”⁴. Para ela, que ensinou etiqueta para a família Kubitschek – a então primeira-dama, d. Sarah, e as filhas Márcia e Maria Estela foram suas alunas, o que impulsionou a Socila como “escola para manequins, e depois de aperfeiçoamento social completo”⁵ –, beleza e elegância poderiam ser “aprendidas”.

É esse aprendizado do que aqui entendemos como um *habitus*⁶ (BOURDIEU, 1983), uma construção a partir da moda, mas também dos modos, da educação do corpo, de uma *hexis* corporal (BOURDIEU, 1983), que nos interessa investigar neste artigo. Com o objetivo de compreender e refletir sobre como moda e modos, roupa e corpo se amalgamam na construção do que Goffman ([1959] 2014) chamou de fachada, este artigo tomará como base as narrativas na imprensa sobre a Socila, sobretudo nas revistas *Manchete* e *O Cruzeiro* e no jornal *O Globo*.

A trajetória de Maria Augusta Nielsen também será abordada, pois sua história se confunde com a da própria instituição. “Maria Augusta da Socila” era termo frequente na imprensa como “referência de elegância na segunda metade do século passado”⁷. Foi professora “de toda mulher interessada em ter traquejo social”⁸, circulou na alta roda mundial e inspirou personagem em série de TV. A fachada que construiu para si contribui para pensar sobre a construção de um *habitus*, sobre uma elegância que não necessariamente é herdada, mas pode ser adquirida.

⁴ Ser miss não é mole. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, 1971, ed. 21, p. 112. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 17 de janeiro de 2020.

⁵ As chefonas. *O Globo*, Geral, Rio de Janeiro, 1 de maio de 1972, p. 4. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 17 de janeiro de 2020.

⁶ Entendendo por *habitus* o que Bourdieu chamou de interiorização da exterioridade, ou seja, códigos por meio dos quais reproduzimos condições sociais e resultantes do aprendizado empírico; e *hexis* como uma das noções que compõem o *habitus*, relacionada ao aprendizado e à internalização de maneiras relativas ao corpo, a compreensão do corpo como *signum* social.

⁷ Sempre elegante. *O Globo*, Segundo Caderno. Coluna Gente Boa, Rio de Janeiro, 18 de agosto de 2008, p. 3. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 20 de janeiro de 2020.

⁸ Sempre elegante. *O Globo*, Segundo Caderno. Coluna Gente Boa, Rio de Janeiro, 18 de agosto de 2008, p. 3. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 20 de janeiro de 2020.

A elegância está nos detalhes

A despeito da *Socila* ter tido seu auge entre os anos 1950 e 1970, com filiais por todo o Brasil, as boas maneiras, tão valorizadas e ensinadas por Maria Augusta, permanecem como elementos da construção de uma fachada (GOFFMAN, [1959] 2014) quando o que se pretende é ser ou parecer ser elegante. É possível fazer uma analogia com a série *Inventando Anna*, ficção baseada em fatos reais, criada por Shonda Rimes e lançada em 2022 na plataforma de *streaming* Netflix. Trata-se da história de Anna Sorokin (vivida pela atriz Julia Garner), jovem russa que se intitula Anna Delvey – a mudança de sobrenome já é um artifício para deixar para trás o sobrenome que remete à nacionalidade russa. Anna é uma jovem que convenceu a alta sociedade de Nova York de que era uma herdeira alemã. A jornalista Vivian (Anna Chlumsky) quer fazer uma reportagem sobre ela para entender: Anna era uma jovem empreendedora visionária que realmente queria construir uma fundação de arte ou era uma simples golpista?

O que mais intrigava a jornalista – e de fato, aconteceu – é que milionários, famosos e banqueiros conviveram com Anna e acreditaram que ela herdaria um fundo fiduciário, mesmo sem uma prova sequer. Na busca por respostas sobre como Anna conseguiu se passar por uma herdeira alemã, Vivian conversa com um estilista, um homem de nome Val, que foi amigo próximo da jovem golpista. E ele lhe diz que Anna era “legítima”, que “pertencia à sociedade”, algo que ele era capaz de reconhecer por meio dos detalhes. No segundo episódio da primeira temporada da série, Vivian e Val travam o seguinte diálogo:

– Olha, eu vivo de moda. Ando na moda. Conheci muitas riquinhas do Instagram com fome de fama, querendo ser socialites. Querendo ser bacanas. Como querem! Alpinistas sociais. Gente sedenta. Anna Delvey não era sedenta. Anna Delvey era legítima.

– Como sabe disso?

– Pelos detalhes. Você... está vestindo o que acho que você acha ser um vestido bonito. Mas posso dizer que é uma imitação, e não das boas. O tecido é barato, a estampa não bate nas costuras, a bolsa até que foi cara, mas ninguém confunde você com a vida da Park Avenue⁹, escola suíça e fundo fiduciário. E os sapatos... digo, fico com pena de você. Ou seja, detalhes.

– Então, quais são os detalhes da Anna?

– Gente assim já nasce com bom gosto. Não digo noção de moda. É bom gosto de verdade. Anna era discreta. Elegante [Val cita marcas que ela usava]. Ela sabia dizer e fazer as coisas certas. E o vinho... novo-rico sempre escolhe a garrafa mais cara. Anna escolhia como riqueza de gerações. Escolhia pela região, pelo ano. Anna pertencia àquilo. Anna era sociedade¹⁰.

Em *A moda como modo de vida*, Renata Cidreira observa a moda como vetor expressivo, revelador dos valores de uma cultura, que ora “fornece um sentimento tranquilizador

⁹ Região luxuosa de Nova York, nos Estados Unidos.

¹⁰ INVENTANDO Anna. Direção: Shonda Rimes. Shondaland, 2022.

por meio dos mecanismos de adesão e identificação”, ora “permite certos graus de originalidade, de singularidade, atendendo ao desejo de demarcação de um espaço próprio, de afirmação de uma subjetividade” (CIDREIRA, 2009, p. 59). Pensaremos, pois, a afirmação da subjetividade a partir da moda, do vestuário, mas não apenas: como o diálogo acima nos indica, ser elegante depende de vestir o tecido certo, das estampas que se encaixam nas costuras, mas também de um “saber dizer e fazer as coisas certas” e tirar partido de uma *hexis* corporal, de modo que roupa e corpo se amalgamam em uma produção de sentido. Para ser lida como empreendedora audaciosa em vez de golpista e convencer banqueiros e milionários de que era uma herdeira alemã, Anna Delvey criou uma fachada da qual a moda era parte importante; mas era preciso também ter um gestual, um comportamento, uma *hexis* corporal, um *habitus* que convencesse o grupo de que Anna não precisava parecer “sedenta” por fazer parte dele; ela era parte.

O conceito de elegância é construído socialmente baseado em um conjunto de códigos: elegância passa não só pela vestimenta, mas também pela postura, pela contenção dos gestos, pelo modo de falar, pelo modo de ser. E tais códigos possibilitam que determinada pessoa seja lida socialmente como civilizada, como elegante. Aqui cabe uma ressalva: embora um homem elegante seja passível de elogio, são as mulheres que são ensinadas a obter elegância mediante esforço, aprendizado, contenção do corpo. Outrora restritas ao lar, tão logo as mulheres passam a circular no espaço público, lhes são prescritas regras sobre como se portar em todas as circunstâncias possíveis. Neste artigo, observaremos quais são essas prescrições e como elas contribuem, ao longo dos séculos, para a construção de uma fachada (GOFFMAN, [1959] 2014) da elegância e do pertencimento a determinado grupo.

A inculcação de normas de comportamento no Brasil se deu com a chegada da Corte Portuguesa ao Rio de Janeiro, em 1808. Manuais de etiqueta eram importados, sobretudo da França, modelo de civilidade, e posteriormente escritos por autores e autoras brasileiras, com ampla circulação nos séculos XIX e XX. Em 1954, o ensino das boas maneiras na então Capital Federal ganha reforço com a fundação da Socila, considerada por Maria Claudia Bonadio (2004) como parte do rol das primeiras escolas de modelos e manequins do Brasil, quando se tratava de uma profissão não regulamentada.

Até então, a profissão de modelo era exercida por mulheres que, em sua maioria, “não eram profissionais, mas sim moças da sociedade, atrizes e até mesmo *show girls* que desfilavam eventualmente – o trabalho das profissionais se restringia às passarelas” (BONADIO, 2004, p. 52). A Socila faz parte da história da moda, portanto. Maria Augusta conta que muitos costureiros ganharam fama a partir de seus desfiles; no livro *O Brasil na moda*¹¹, que compila histórias, entrevistas e fotos, a Socila é apresentada como algo que “entrou para o vocabulário brasileiro como sinônimo de etiqueta, estilo e beleza” quando “ainda não se falava de manequins ou agência de modelos”; e “por trás dele estava sua criadora, a famosa Maria Augusta, verdadeira papisa da elegância nacional nas décadas de 1950 a 1970” (BORGES citado por CARRASCOSA, 2003, p. 891).

¹¹ *O Brasil na moda* (2003) compila entrevistas e fotos com personalidades famosas da moda no Brasil. A referência aqui citada é uma entrevista de Maria Augusta a Paulo Borges, com edição de João Carrascosa.

Além da relação com o mundo da moda e as manequins, a Socila dava cursos também para mulheres “comuns”, ou seja, que não aspiravam à vida nas passarelas, mas que desejavam um “aperfeiçoamento social”, que era, aliás, o nome de um dos cursos oferecidos. Instituição de grande sucesso, teve filiais Brasil afora; chancelada pelo então presidente Juscelino Kubitschek e pela primeira-dama, d. Sarah, teve seu auge do fim dos anos 1950 a 1970 e é até hoje frequentemente mencionada na imprensa (MEDEIROS, 2022), confirmando sua importância no imaginário até mesmo de quem não viveu nessa época.

Há uma produção de sentido em relação a “fazer Socila”; Maria Augusta frequentava o mundo da moda, conheceu a estilista Coco Chanel, ia a desfiles em Paris, circulava onde bem entendia. De uma família de classe média, ao que tudo indica, ela também construiu sua fachada, dizendo ter estudado em escolas em Nova York – cidade também escolhida por Anna Delvey. Aqui as duas trajetórias se aproximam: Maria Augusta e Anna souberam interpretar os códigos do bom gosto e usá-los a seu favor como instrumento para navegar em uma sociedade à qual originalmente não pertenciam.

Da sociedade de corte à Socila, o processo civilizador

A noção de civilidade e elegância não começou, claro, com a Socila. Como ensina o sociólogo Norbert Elias ([1939] 2011), há um longo processo no qual a civilização que nos acostumamos a considerar como algo que “nos chega pronta e acabada” é, na verdade, parte de um processo em que nós mesmos estamos envolvidos e que pode, indefinidamente, ser remontado ao passado. E “de onde quer que comecemos, observamos movimento, algo que aconteceu antes” (ELIAS, 2011, p. 70). Para compreender esse movimento, o sociólogo alemão utilizou a literatura de civilidade como objeto, *corpus* composto por tratados, guias, livros, manuais, escritos quaisquer que apresentassem, a seu tempo e ao seu modo, regras para tornar a sociedade mais civilizada, concluindo que nada é natural ao homem, e que o processo civilizador é resultado de um condicionamento, de um aprendizado.

Muito antes da fundação da Socila, em 1954, o Brasil se “europeizava” nas modas e nos modos com a chegada da Corte Portuguesa; a historiadora Maria do Carmo Rainho (1995) entende civilidade como um meio de clivagem social, cujos instrumentos passam pela maneira de falar, comer, andar, se vestir e portar. Ela aponta que os bailes imperiais e as alterações na paisagem urbana passaram a exigir uma nova sociabilidade no Rio de Janeiro do século XIX: era imperativo para a sociedade se aristocratizar, adotando valores e costumes que a nivelassem, pelo menos na aparência, aos seus pares europeus, ao mesmo tempo que a distinguísse do resto da população.

A distinção passa pela moda. Beatriz Pires e Renata Cidreira (2021) observam que “as modificações, ampliações e ornamentações corporais instituem novos processos perceptivos do corpo por nós mesmos e pelos outros”, e que tanto a aparência quanto o corpo vestido são um “vetor estratégico na conformação de visualidades no mundo contemporâneo, auxiliando nas dinâmicas de constituição identitária” (PIRES; CIDREIRA, 2021, p. 3). Assim, para as autoras, a “experiência de si” passa, em primeira instância, “pela conquista de novos modos de se vestir e adornar” (PIRES; CIDREIRA, 2021, p. 3). Mas não apenas: a

construção de um *habitus* da elegância requer toda uma *hexis* corporal na qual estão envolvidos gestos, discursos e comportamentos que, para Rainho (1995), conferem uma propriedade distintiva, uma insígnia da “boa sociedade” (RAINHO, 1998, p. 148). Nesse processo, “os cuidados com a higiene, a correção dos modos, as boas maneiras à mesa e a adequação e a distinção no vestir passam a contar quase tanto quanto o dinheiro e os títulos de nobreza” (RAINHO, 1995, p. 139).

Assim, para Marissa Gorberg (2013), as modas e os modos europeus serviam a dois propósitos simultâneos: ao mesmo tempo que integravam, pelo nivelamento da aparência, brasileiros e europeus, distinguiam os que tinham bons modos dos que não os tinham. Esse conjunto de boas maneiras, adequação do vestuário, cuidado com a aparência e higiene obedecia “a uma espécie de ideologia moral da decência, da respeitabilidade e do bom gosto” (GORBERG, 2019, p. 16). Embora as historiadoras se refiram à noção de civilidade no século XIX, vemos a continuidade desse processo no século XX: na retomada da vida pós-guerra, em uma sociedade que vivencia o processo desenvolvimentista do então presidente JK (que governou o Brasil de 1956 a 1961), e, portanto, de mobilidade social, com a ampliação das “possibilidades de acesso à informação, lazer e consumo”, como observa Carla Bassanezi (2002, p. 608).

De acordo com Jacques Revel ([1986] 2009), historicamente, sociedades em plena transformação precisam de “uma linguagem comum e de novos pontos de referência, já que as relações provisoriamente se tornam mais livres e densas” (REVEL, 2009, p. 177). Surgem demandas por novas formas de agir, se relacionar e viver que regulamentem a vida em sociedade, contribuindo para estabelecer novos papéis sociais e dar segurança a uma sociedade frente às mudanças do período. A civilidade, afinal, é “acima de tudo uma arte, sempre controlada, da representação de si mesmo para os outros, um modo estritamente regulamentado de mostrar a identidade que se deseja ver reconhecida” (CHARTIER, [1986] 2009, p. 165).

Nos anos 1950, 1960 e 1970, a Socila era procurada por moças e senhoras “que não pretendiam desfilarem em passarelas, mas gostariam de entrar numa sala e andar na rua com a elegância de um manequim”¹². Essas mulheres não tinham interesse em posar para capas de revistas, mas gostariam de saber como se portar e descobrir os melhores ângulos para serem fotografadas em reuniões sociais. Segundo reportagem de 1963¹³, nos cursos da Socila passavam cerca de 800 mulheres por mês, com “defeitos de atitude ou falha de maquiagem que não sabiam como corrigir”. Em comum, entre elas, havia um “desejo de aperfeiçoamento” que proporcionasse “segurança, bem-estar, alegria e sucesso, com aproveitamento máximo das possibilidades de cada uma”¹⁴. Essa demanda por “aperfeiçoamento” e “segurança” não é de ordem individual, uma vez que a noção de civilidade comanda os comportamentos do indivíduo em sociedade; ser civilizado requer, portanto, a habilidade de controlar gestos

¹² Beleza se aprende no colégio. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 571, 1963, p. 100-102. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2020.

¹³ Beleza se aprende no colégio. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 571, 1963, p. 100-102. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2020.

¹⁴ Beleza se aprende no colégio. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 571, 1963, p. 100-102. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2020.

e expressões corporais, causando uma “compulsão de policiar o próprio comportamento” (ELIAS, [1939] 2011, p. 89).

A literatura de civilidade ressalta, ao longo dos tempos, a importância dos comportamentos contidos para o êxito da vida em sociedade. A falta de comedimento tem graves implicações sociais: quem não é capaz de se conter diante dos outros, seja nos gestos, na expressão de suas emoções ou mesmo na fala, sofre a sanção de não ser convidado para reuniões sociais. “E nunca ser convidado significa não ter oportunidade de conhecer e se relacionar com pessoas, muitas vezes fora de seu círculo social, fechando-se uma das portas de acesso à integração social”, observa Maria Cecília Pilla (2004, p. 126).

A aluna da Socila sabe disso: ao longo dos módulos de preparação, ela “recebe conselhos e estuda normas com afinco. Muitas senhoras alcançaram maior sucesso social depois de terem frequentado os cursos da Socila”¹⁵, pois “a pessoa que não comete gafes ou exageros tem seu sucesso social quase garantido”¹⁶. O domínio dessas regras distingue quem é civilizado de quem não é; no caso da Socila, a preocupação das mães com o futuro das filhas fazia com que a escola fosse destino certo das moças que buscavam um “burilamento social”. Segundo Maria Augusta, as mães reclamavam que os colégios instruíam, mas não educavam, e, por isso, recorriam a ela:

Naquele momento o país passava por uma transformação. Aquelas moças eram de boas famílias, mas suas mães já não tinham mais tempo para educá-las, a vida estava mais agitada, as mulheres começando a trabalhar... sentimos que havia a necessidade de formar jovens da sociedade com aulas de etiqueta, postura, maquiagem etc.¹⁷. (NIELSEN citada por BORGES, 2003, p. 891)

Sinônimo de ensino de elegância, a Socila ficou marcada, principalmente, pelo que denominava como “aperfeiçoamento social” para mulheres aspirantes a uma carreira de manequim e miss ou mulheres “comuns”, que desejassem “serviços de aperfeiçoamento [que] tornavam realidade os sonhos de *my fair lady*”¹⁸ – uma referência ao filme estadunidense de mesmo nome, de 1964, que se baseia na peça teatral *Pigmaleão*, de George Bernard Shaw, para contar a história de uma vendedora de flores que se transforma numa dama da sociedade¹⁹. Era o que a Socila prometia: as moças aprenderiam “como ser amável sem vulgaridade”²⁰: as que desejassem trabalhar fora assimilariam “como ser profissional sem

¹⁵ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2020.

¹⁶ Beleza se aprende no colégio. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 571, 1963, p. 100-102. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2020.

¹⁷ Em depoimento a Paulo Borges no livro *O Brasil na moda*. Ver referências bibliográficas.

¹⁸ Se Maria Augusta falasse. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 967, 1970, p. 136-139. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 25 de janeiro de 2020.

¹⁹ O autor, por sua vez, baseia-se no mito grego de Pigmalião (ou Pigmaleão).

²⁰ Se Maria Augusta falasse. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 967, 1970, p. 136-139. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 25 de janeiro de 2020.

embrutecer”²¹, ao passo que “a esposa de um político recém-eleito ou de um industrial em ascensão aprenderia a frequentar e a receber segundo a melhor etiqueta”²².

Como já foi dito, Maria Augusta circulava nas altas rodas no Brasil e no mundo, colecionando histórias inusitadas: quando Fidel Castro tomou o poder em Cuba, em 1959²³, ela participou da delegação brasileira que levou escolas de samba para festejar a vitória. Na ocasião, conheceu Che Guevara, que classificou como “um homem charmoso, um cidadão do mundo”²⁴: “Quem nos recepcionou foi Che Guevara. Como chefe da delegação, me sentei ao lado dele e conversamos muito”²⁵, contou Maria Augusta. A informação surpreende e é relevante por ajudar a compreender quem foi Maria Augusta, a mulher que “ensinou o Brasil a ser elegante”²⁶ e, entre os anos 1950 e 1970, “ditava o que era de bom tom em sociedade”²⁷.

Foi, inclusive, personagem de TV: *JK*, minissérie escrita por Maria Adelaide Amaral e exibida na TV Globo em 2006, teve uma personagem inspirada em Maria Augusta e vivida pela atriz Mila Moreira. “Maria Adelaide e eu criamos uma personagem, Maria Alice, inspirada na Maria Augusta, uma figura importante no panorama sociocomportamental nos anos JK”²⁸, declarou ao jornal *O Globo* o autor Alcides Nogueira – embora, depois, Maria Augusta tenha reclamado que não se identificou com a personagem criada: “Tanto Maria Adelaide Amaral quanto Mila estiveram na minha casa tomando meu depoimento. Mas o que se vê no ar são aulas erradas de etiqueta e postura. E a personagem tem hábitos morais muito duvidosos. Não me representa”²⁹.

E o que se aprendia na Socila? Nos cursos de “aperfeiçoamento social”, estava em voga desde os melhores ângulos para ser fotografada e técnicas de maquiagem até o aprimoramento de voz e dicção (“o timbre de voz de uma mulher pode torná-la muito mais bonita”³⁰), passando pelo penteado que mais lhes conviesse (“somente duas entre vinte mulheres sabem qual o penteado que melhor lhes assenta. Preferem usar “o que está na moda”

²¹ Se Maria Augusta falasse. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 967, 1970, p. 136-139. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 25 de janeiro de 2020.

²² Se Maria Augusta falasse. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 967, 1970, p. 136-139. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 25 de janeiro de 2020.

²³ As diferentes facetas de Fidel Castro em seus 90 anos. *O Globo*, Rio de Janeiro, 13 de agosto de 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/as-diferentes-facetas-de-fidel-castro-em-seus-90-anos-19903305>. Acesso em: 23 jan. 2022.

²⁴ Depoimento de Maria Augusta a Paulo Borges para o livro *O Brasil na moda* (2003, p. 893). Ver referências bibliográficas.

²⁵ A batuta mágica. *Revista Carioquice*, seção Chão de Estrelas. Instituto Cultural Cravo Albin, Rio de Janeiro, ano II, número 5, abr./maio/jun. 2005, p. 56-61. Edição em PDF

²⁶ Gugu: porque elegância é fundamental. *O Globo*, Rio de Janeiro, Ela, 2 de julho de 2005, p. 2. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 29 de janeiro de 2020.

²⁷ Gugu: porque elegância é fundamental. *O Globo*, Rio de Janeiro, Ela, 2 de julho de 2005, p. 2. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 29 de janeiro de 2020.

²⁸ Gugu: porque elegância é fundamental. *O Globo*, Rio de Janeiro, Ela, 2 e julho de 2005, p. 2. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 29 de janeiro de 2020.

²⁹ KOGUT, Patricia. *O Globo*, Rio de Janeiro, Segundo Caderno. Controle Remoto, 14 de março de 2006, p. 6.

³⁰ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

e isso nem sempre convém”³¹), aulas de ginástica para atingir a “postura ideal”, exercícios de movimentação para aprender a andar com elegância e posar para fotografias, vestuário (“suas roupas devem combinar com seu tipo físico e sua personalidade e há cores que não se adaptam ao temperamento”³²) e um módulo denominado “extensão cultural”, com aulas de literatura, pintura, arte e política para que as moças fossem capazes de “sustentar uma conversa interessante”³³, sem o que todas as lições anteriores não teriam valor.

E, claro, aulas de etiqueta. “Ali a mulher aprende, em linhas gerais, a “se conduzir”³⁴. Cabia à mulher aprender “processos para manter e restaurar a beleza”³⁵ por meio dos “laboratórios”³⁶ nos quais trabalhavam “cientistas da beleza”³⁷, onde “mulheres aparentemente sem charme passam por uma transformação total”³⁸; os “cientistas” da beleza têm “operado milagres e é a atual esperança de centenas de moças que desejam ser manequins ou simplesmente “melhorar um pouco”³⁹, afinal, como vimos, “a pessoa que não comete gafes ou exageros tem seu sucesso social quase garantido”⁴⁰.

O “sucesso social” prometido pela Socila tem a ver com o que Goffman ([1959] 2014) chama de “representação do eu” ou de si. Em seus estudos sobre as interações entre os indivíduos, ele considerou a vida como um palco de representações, e cada indivíduo como um ator social que representa um papel para o qual necessita de máscaras sociais – que podem ser apreendidas por meio de manuais e cursos, por exemplo; bastaria seguir as regras prescritas que a inclusão social estaria garantida.

Dos tratados de civilidade à Socila, a promessa era traduzir normas que dessem segurança aos atores para atuarem nos palcos em que exerciam as relações sociais a fim de causarem uma determinada impressão a quem lhes observasse, obtendo as respostas desejadas. Goffman ([1959] 2014) diz que quando um indivíduo chega à presença de outros, é

³¹ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

³² Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

³³ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

³⁴ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

³⁵ Se Maria Augusta falasse. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 0967, 1970, p. 136-139. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 25 de janeiro de 2020.

³⁶ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

³⁷ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

³⁸ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

³⁹ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

⁴⁰ Operação Charme. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2020.

comum que esses outros procurem obter informações a seu respeito, e que tais informações ajudam a “definir a situação”, “tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar” (GOFFMAN, 2017, p. 13). E mais: se o indivíduo for desconhecido, é com base na sua conduta e na sua aparência, segundo Goffman, que quem lhe observa poderá presumir de quem se trata e, assim, utilizar experiências anteriores e “aplicar-lhe estereótipos não comprovados” (GOFFMAN, 2017, p. 13).

É exatamente o que o estilista da série sobre Anna Delvey nos diz a respeito da protagonista: ele reconhece em Anna a naturalidade de quem pertence a uma classe social abastada porque, entre outros códigos, ela escolhe o vinho pela região e não pelo preço, comportamento que seria mais típico de novos ricos, segundo ele. De algum modo, Anna, que não era rica, aprendeu quais seriam os comportamentos que lhe possibilitariam ser lida como uma legítima herdeira. Anna aprendeu o *habitus* (BOURDIEU, 1983).

Goffman ([1959] 2014) divide a expressividade do sujeito, conseqüentemente a sua capacidade de dar impressão, em duas frentes: a expressão que ele transmite, ou seja, os símbolos verbais, o que fala objetivamente, e a que ele emite, constituída com base em uma ampla gama de ações – mas ambas, a mais objetiva e a mais subjetiva, podem ser dissimuladas a fim de causar uma determinada impressão. Não importa o objetivo que se tenha em mente e a sua razão, para Goffman será do interesse do sujeito regular a conduta dos outros: “Assim, quando uma pessoa chega à presença de outras, existe, em geral, alguma razão que a leva a atuar de forma a transmitir a elas a impressão que lhe interessa transmitir” (GOFFMAN, 2014, p. 16).

A Goffman, e a nós neste artigo, interessa mais compreender as expressões emitidas, a lógica teatral dos indivíduos como atores em um palco a fim de causar determinada impressão. Anna Delvey apreende essa lógica, tal qual era ensinada por Maria Augusta na Socila: “Não se tem uma segunda chance de causar uma boa impressão”, ela dizia. Goffman ([1963] 1982) analisa também que a descoberta de algum defeito secreto desacreditável prejudica a situação social corrente e as relações sociais estabelecidas, interfere nas aparências e na reputação de modo que o estigma e o esforço para esconder ou consertar tal “defeito” se fixam como parte da identidade social. Saber portar-se significa também aprender a esconder seus defeitos desacreditáveis a fim de construir a fachada (GOFFMAN, [1959] 2014) que se deseja aparentar.

Beleza e educação do corpo: a construção do *habitus*

Outrora um dom divino, algo inato com o qual se nascia ou não, a beleza é, historicamente, um atributo feminino (VIGARELLO, 2006; PERROT, 2019). Até o século XVI havia muitas referências às origens divinas da beleza: sinal celeste, dom divino, angelical, associada, por muitos séculos, à parte mais alta do corpo – busto, rosto, olhos –, que manifestava a “verdadeira beleza, a mais perfeita também, porque mais elevada” (VIGARELLO, 2006, p. 13). A beleza não podia ser corrigida, tratada, retrabalhada.

Na sociedade da corte europeia do século XVII, os critérios de beleza ganham o acréscimo da etiqueta e da postura, concretizando novos modos de ver e ser visto no teatro do

cerimonial. A beleza passa a significar também, segundo Vigarello (2006), “ação e comportamento”, traduzindo em comportamento “um mundo vindo de dentro”: “A beleza física ganha em profundidade e interioridade. Ganha também, no fim das contas, nova legitimidade: a do artifício e do embelezamento” (VIGARELLO, 2006, p. 46).

No Brasil do começo do século XX ainda havia um constrangimento em enfeitar-se em nome da beleza. Sant’Anna (2014) aponta que ela era vista como uma obra da natureza, que podia ser realçada, mas sem mudanças definitivas: “Naquele tempo ainda era possível separar a beleza artificialmente criada, retirada do corpo na hora de dormir, daquela considerada natural, um dom de Deus” (SANT’ANNA, 2014, p. 14). É em meados do século XX que a beleza passa a ser entendida como algo passível de ser adquirido. De acordo com Renata Neiva (2018), em sua pesquisa sobre pedagogias da beleza no jornal *Correio da Manhã*, foi na década de 1950 que as mulheres brasileiras, ao folhearem as páginas do impresso repletas de cosméticos e maquiagem, compreenderam que, a partir dali, beleza seria resultado da vontade. A beleza é obtida baseada em uma “rotina de sacrifícios” (NEIVA, 2018, p. 73), de modo que, como observa Michelle Perrot, “as feias caem em desgraça, até que o século XX as resgate: todas as mulheres podem ser belas” (PERROT, 2019, p. 50).

O modelo de beleza que antes não era passível de modificação, pois um atributo divino, acaba por sugerir um “direito quase impensável até então: o do acesso à beleza para todos” (VIGARELLO, 2006, p. 102). A segunda metade do século XX, exatamente quando surge a Socila, marca mudanças nos cuidados com o corpo, que se torna objeto de embelezamento diário. O consumo de cosméticos aumenta no Brasil; Sant’Anna (2014, p. 56) observa que a modernização defendida por JK, cujo lema era “50 anos em 5”, remetia também a um “estilo de governo que parecia rejuvenescedor”.

O tema passa a estar na ordem do dia na imprensa, o que, somado ao apelo publicitário e à evolução dos próprios produtos e serviços, torna o embelezamento um tema “ambicioso e vasto, exigindo cuidados rigorosos para além das partes físicas mais expostas ao olhar alheio. Das sobrancelhas à genitália, tudo no corpo tornou-se objeto de embelezamento diário” (SANT’ANNA, 2014, p. 11). Essa mudança de percepção é crucial e, de acordo com Vigarello (2006), desloca a relação de autoridade, distinguindo quem tem força de vontade (para ser bela) de quem não a tem.

Mas não era tudo. Para Sant’Anna, ser bela significa mais do que ter um rosto belo: “Havia rigores a aceitar e vigiar: era preciso saber andar, se sentar, dançar, descer as escadas, sair de um automóvel e ainda conversar, usar os talheres e sorrir” (SANT’ANNA, 2014, p. 47). Era preciso educar o corpo para vida social em seus mínimos detalhes: “As brasileiras eram estimuladas a se examinarem diante do espelho, a treinarem gestos e posturas dentro de casa”, afinal, mulher bela devia saber se conter: “Gritos, risos longos, choros compulsivos, bocejos, tudo isso podia enfeiar o brotinho e deixá-la solteira para sempre” (SANT’ANNA, 2014, p. 47).

A construção da mulher bela que a Socila fazia nos anos 1950 tinha um destino certo: o casamento. Para alcançá-lo, era preciso uma participação ativa e engajada. Melhorar, aperfeiçoar, corrigir e tratar eram lemas dos “cientistas da beleza” da Socila, um time de profissionais que ensinava às alunas o *habitus*, a elegância, mostrando que beleza também se aprende. Mas para a mulher é também a educação do corpo para a vida social que garantiria,

segundo Maria Augusta da Socila, “segurança, bem-estar, alegria e sucesso, com aproveitamento máximo das possibilidades de cada uma”⁴¹. Tudo isso poderia ser adquirido na Soci-la: “Nossa mercadoria é a beleza e a educação da mulher. Estamos seguros de que vendemos um gênero de primeira necessidade”⁴², como vimos.

A educação do corpo é, para José Carlos Rodrigues, uma “gramática de vital importância para o convívio social” (RODRIGUES, 1986, p. 98). De acordo com o antropólogo, quem não domina os códigos da vida social é alguém “sem modos” que tende a ser discriminado, o que torna necessário o conhecimento dos limites do corpo e as condições de controle às quais ele deve ser submetido. “Não basta sabermos bem a língua pátria, é preciso que saibamos a dicção correta e a altura apropriada” (RODRIGUES, 1986, p. 99).

Rodrigues aponta que a comunicação passa por signos verbais e não verbais, táteis, visíveis e audíveis, “um complexo de informações que tendemos a considerar naturais, mas que estão altamente codificadas e que variam de sociedade para sociedade: uma linguagem, tão coletiva como qualquer outra” (RODRIGUES, 1986, p. 99). Essa noção de linguagem se coaduna com a visão de Stuart Hall (2016) quando ele afirma que os códigos estabelecem uma “tradutibilidade” (HALL, 2016, p. 42) a partir das convenções sociais. Ora, em nossa sociedade há um entendimento construído do que é ser educado, polido, civilizado. Do que significa dominar as regras de etiqueta e o próprio corpo. Como sociedade, em maior ou menor grau, partilhamos desses códigos, os lemos da mesma forma. Há a tradutibilidade uma vez que os mapas conceituais dos quais nos fala Hall (2016) são os mesmos.

Parece óbvio, mas é esse entendimento, se não único, ao menos similar, do que é educado, que possibilita a própria razão de ser da Socila, a ideia de que há um ideal a ser alcançado, há o que ser corrigido, há um “aperfeiçoamento social” a ser empreendido. Segundo Rodrigues, “o social se faz presente nas menores ações humanas” (RODRIGUES, 1986, p. 97), de modo que práticas aparentemente insignificantes traduzem mensagens sobre o que é certo e errado, sobre o que é educado ou mal-educado uma vez que há regras para tudo que diz respeito ao corpo.

Maria Augusta da Socila e Anna Delvey, mulheres diferentes no tempo (uma viveu no século XX, a outra no XXI) e no espaço (Brasil e Estados Unidos), guardam similaridade na compreensão do que é essa tradutibilidade: ambas têm a perspicácia e o talento para apreender os códigos, os signos não óbvios que possibilitam que uma mulher seja lida como alguém que tem bom gosto, e conseguiram traduzi-los, aplicando-os a si mesmas ou ensinando-os a outras mulheres. Diferem também nos objetivos: uma ensinava as mulheres a se portarem, tendo como objetivo o casamento; a outra queria montar uma fundação de arte. Maria Augusta empreendeu; Anna tentou dar um golpe para empreender. Em comum, as duas navegaram, ao seu modo, em um campo de possibilidades, como diria Gilberto Velho (2013). As duas entenderam que havia algo exterior a elas, importante para que circulassem por onde desejavam, e que poderia ser aprendido.

⁴¹ Beleza se aprende no colégio. *Manchete*, Rio de Janeiro, ed. 571, 1963, p. 100-102. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2020.

⁴² Ser miss não é mole. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, 1971, ed. 21, p. 112. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 17 de janeiro de 2020.

O aprendizado da *hexis* corporal era fundamental tanto para Anna Delvey quanto para a mulher que fazia Socila. Entre as apostilas que guiavam as alunas, havia 193 páginas dedicada à temática denominada *Linguagem do corpo – Método Maria Augusta*, divididas entre volumes 1 e 2, entendendo o corpo como um “sistema de expressão” (RODRIGUES, 1986, p. 97) cada vez mais carregado de conotações. O conteúdo do volume um é dedicado majoritariamente à postura, referida ora como questão de saúde⁴³ (“muito prejudicial principalmente à saúde é a postura abatida, desencaixada”), ora como ativo no convívio social (“tão importante que atua como cartão de visitas individual, influenciando a atitude e a reação das pessoas em relação a nós”); há 102 páginas dedicadas a identificar se a postura da mulher (representada em figuras ilustrativas e na linguagem) é adequada e como melhorá-la a todo custo. Afinal, “a postura correta, repetimos, é responsável pela boa impressão que você causa nos outros, pois determina o seu modo de andar, o seu porte, a sua aparência e até mesmo o seu próprio bem-estar”⁴⁴.

Faz sentido quando pensamos que classificamos as pessoas quanto à sua aparência, aplicando ao corpo “crenças e sentimentos que estão na base da nossa vida social” (RODRIGUES, 1986, p. 46). Tendo isso em mente, as orientações posturais⁴⁵ variam de colocar “um saco comum de tecido ou papel com dois orifícios no lugar dos olhos, e alguns metros de cadarço branco” a fim de fazer “um levantamento sincero das impressões gerais de sua silhueta” para “verificar que áreas de seu corpo vão precisar de maior concentração de exercícios corretivos”; passando por colocar “um saco de areia na cabeça, mantendo o queixo paralelo ao chão”⁴⁶ até sugestões de como corrigir questões físicas, como “defeitos mecânicos dos pés”⁴⁷ e pernas arqueadas.

São tantas as prescrições físicas que por vezes a sensação é de que se está lendo um manual ortopédico escrito por um médico ou fisioterapeuta. Educar a postura não seria uma “escolha”, mas um imperativo para a mulher que desejasse construir esse *habitus*, independentemente do objetivo a ser alcançado – fosse ele a carreira de manequim, o casamento ou a construção de uma fundação de arte. Alcançar a postura adequada se mostra tarefa árdua, exigindo esforço e dedicação: “A única forma de ensinar ao corpo o que é correto é lutando com ele o tempo inteiro”⁴⁸.

A ideia de condicionar o corpo a um comportamento por repetição, de tal modo que nos pareça que o que foi aprendido é intrínseco à natureza humana, é fruto do processo civilizador (ELIAS, [1939] 2011). Uma vez que novas regras são assimiladas, deixa de ser necessário prescrevê-las: “Finalmente, um dia, esta luta entre corpo e mente terá fim, pois o corpo se acostumará a manter-se na postura correta automaticamente”⁴⁹. Chama a atenção

⁴³ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 1.

⁴⁴ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 7.

⁴⁵ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 3.

⁴⁶ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 21.

⁴⁷ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 11.

⁴⁸ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 3.

⁴⁹ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 3.

também a quantidade de páginas minuciosamente dedicadas às descrições de “exercícios de trabalho corporal” para fortalecer, alongar, prevenir flacidez, afinar. São exercícios para a face, olhos, pescoço, braços, ombros, mãos, busto, tórax, diafragma, cintura, ventre (“Não pode haver elegância de porte se há uma barriguinha atrapalhando a silhueta”⁵⁰), quadris e nádegas, coxas (para afinar ou aumentar), joelhos, pernas, tornozelos, pés, até os dedos dos pés.

Uma hipótese para essa profusão de orientações é que foi na década de 1980 que “malhar o corpo em academias, parques, grandes avenidas, condomínios fechados e praias modificou o antigo imaginário dos clubes” (SANT’ANNA, 2014, p. 77), e possivelmente Maria Augusta entendeu que precisava também atuar nessa frente. A associação entre postura e confiança é reforçada com uma sugestão: de que a mulher se olhe no espelho para “certificar-se de como uma postura correta e imponente contribui para aumentar sua elegância e embelezar sua aparência. Essa certeza lhe trará confiança em si mesma, sempre renovada”⁵¹.

No volume 2 da apostila, o discurso de embelezamento e educação do corpo como ativo para a mulher é dedicado ao ensino de poses, ao aprendizado do que fazer com o próprio corpo e como se posicionar na vida social. “O número de variações que você pode injetar na própria postura surpreenderá você”⁵², ensina o guia. Aprender “apenas uma postura correta dificilmente constituirá a postura por excelência”⁵³, era preciso “saber o que fazer com os braços, mãos e pés”⁵⁴, pois “uma mesma pose, embora graciosa, não constituirá a posição adequada para todos e quaisquer momentos e ocasiões”⁵⁵. Ao lado da maioria das posições, há a indicação se é uma postura “profissional” (indicada para aspirantes a modelo) ou “social” (dedicada a mulheres “comuns”, que queriam “melhorar um pouco”⁵⁶).

E as possibilidades de “melhorar”, em tese, são muitas: aprende-se, por exemplo, que existem quatro posições básicas de pernas quando a mulher está sentada; que mudar a perna de um lado para o outro, cruzando-a, denota nervosismo (“logo saberão que você está nervosa ou pouco à vontade”⁵⁷) e que demonstrar esforço para se sentar e se levantar implica em “além de desgraciosa, dará a impressão de ter mais peso e idade do que tem”⁵⁸, o que seria um problema no contexto em que juventude e esbeltez eram enaltecidos.

De acordo com Sant’Anna (2014), é na década de 1960 que ocorrem os primeiros congressos europeus sobre envelhecimento da pele, que modificam os significados sobre o que é ruga. A pele impecavelmente lisa passa a ser valor importante. Conferir o próprio peso, algo que só era feito no consultório médico, também se torna um hábito, com balanças vendidas

⁵⁰ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 60.

⁵¹ *Linguagem do corpo*, volume 1. Maria Augusta Studius, p. 103.

⁵² *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta Studius, p. 104.

⁵³ *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta Studius, p. 104.

⁵⁴ *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta Studius, p. 104.

⁵⁵ *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta Studius, p. 104.

⁵⁶ Operação Charme. **Manchete**, Rio de Janeiro, ed. 528, 1962, p. 54-59. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2020.

⁵⁷ *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta Studius, p. 111.

⁵⁸ *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta Studius, p. 111.

em drogarias e propaganda de produtos para emagrecer na imprensa. Assim, “uma nova valorização da magreza dos braços e pernas alongou a mulher e ampliou as possibilidades do embelezamento. Todo o corpo precisava ser trabalhado” (SANT’ANNA, 2014, p. 64-65), é o que ensinam didaticamente as apostilas aqui estudadas.

Como afirma Rodrigues (1986), os signos não verbais configuram uma linguagem coletiva como qualquer outra, e conhecer os limites do corpo e das condições de controle às quais ele deve ser submetido significa participar da vida social. Segundo a apostila de Maria Augusta, o jeito de andar revela muito sobre a pessoa: “Se observar alguém andar, de imediato, você formará uma opinião a seu respeito, porque o caminhar reflete a personalidade, o estado de espírito, a saúde”⁵⁹. O andar se configura, assim, como “uma arte, uma coordenação completa dos movimentos”⁶⁰. E mais: o objetivo central era aprender a ter um “andar deslizante”⁶¹. Essa expressão reflete, segundo as lições, um andar gracioso, elegante, equilibrado, coordenado, com flexibilidade e ritmo, que simboliza “não um toque apenas profissional, mas um atributo essencialmente feminino”⁶². A postura correta ao caminhar ou sentar-se eram “fatores importantíssimos para que as alunas se incluíssem na categoria de finas e educadas”⁶³. A contenção do corpo, por certo, garantia o êxito na vida social.

A ideia de que a educação do corpo proporcionava confiança e bem-estar, ingredientes necessários para a almejada emancipação da mulher, estava permanentemente presente nos discursos da Socila e de Maria Augusta. A própria projeção da escola, que se deu a partir das aulas dadas às filhas do então presidente JK, teve como cerne o ensino postural. Conta Maria Augusta que, ao ver uma reportagem sobre a Socila, a então primeira-dama d. Sarah se interessou pelas aulas para a filha Márcia, que teria um problema de coluna e se sentia muito mal com isso. “Era uma menina muito estudiosa, muito inteligente e tal, mas um pouco tímida”, disse Maria Augusta.

O problema de coluna era maior e Márcia precisou ser operada; mas mesmo necessitando de cirurgia, as aulas deram resultado, pois Maria Augusta lhe ensinou “alguns truques”⁶⁴: “Ensinei de botar um pouco a mão na cintura pra levantar o ombro que era mais caído, e com isso ela se sentiu mais segura, começou a frequentar a sociedade com mais liberdade e tal”. D. Sarah teria se surpreendido ao ver que Márcia, em geral muito tímida em reuniões sociais, foi o centro das atenções de um grupo de jovens em uma viagem da família à Portugal. De acordo com Maria Augusta, Márcia “se soltou completamente”⁶⁵.

⁵⁹ *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta *Studios*, p. 168.

⁶⁰ *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta *Studios*, p. 171.

⁶¹ *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta *Studios*, p. 171.

⁶² *Linguagem do corpo*, volume 2. Maria Augusta *Studios*, p. 171.

⁶³ A batuta mágica. *Revista Carioquice*, seção Chão de Estrelas. Instituto Cultural Cravo Albin, Rio de Janeiro. Ano II, número 5, abr./maio/jun. 2005, p. 56-61. Edição em PDF.

⁶⁴ Entrevista com Maria Augusta. Programa Almanaque, *GloboNews*, exibido em 22 de agosto de 2005. Acervo pessoal. Acesso em: 15 de fevereiro de 2021.

⁶⁵ Entrevista com Maria Augusta. Programa Almanaque, *GloboNews*, exibido em 22 de agosto de 2005. Acervo pessoal. Acesso em: 15 de fevereiro de 2021.

Considerações finais

Maria Augusta e Anna Delvey construíram suas fachadas. Anna busca os signos que lhe possibilitem ser reconhecida como herdeira, milionária, mesmo sem possuir o capital econômico que fingia ter. Quando é desmascarada, mantém a fachada e chega a contratar uma estilista para vesti-la em seu julgamento – fazendo dele um palco de representação, como fala Goffman ([1959] 2014). Já Maria Augusta primava por valores morais, foi muito discreta, reclamou quando foi retratada na minissérie *JK* como personagem que, segundo ela, tinha “hábitos morais duvidosos”, e certamente se envergonharia de ser presa e fazer do seu julgamento um espetáculo. Maria Augusta educou; Anna ludibriou.

As fachadas para representação de si mesmas são construídas, como mostrou o sociólogo Norbert Elias ([1939] 2011) ao estudar tratados de civilidade, desde o século XIII e aponta a importância do cerimonial da sociedade de corte para a incorporação da etiqueta e das boas maneiras à ideia de civilidade e cortesia. No caso do Brasil, os manuais de civilidade funcionaram como guias para um novo mundo quando a Corte Portuguesa chegou ao Rio de Janeiro e provocou uma “europeização dos costumes”. Dos anos 1950 aos 1970, a Socila desempenhou esse papel; e ainda hoje mantém seu legado com uma unidade na Tijuca, no Rio de Janeiro⁶⁶, em cujas redes sociais se posiciona com o slogan “Excelência para sempre”, anunciando “etiqueta, modelagem, beleza e estética, *make* (maquiagem), mesa posta, imagem pessoal”; e Socila Escola⁶⁷, localizada em Belo Horizonte (MG), com funcionamento *on-line* e oferta de cursos de etiqueta social e profissional, como *Os segredos da elegância*, que promete eliminar a “insegurança social”⁶⁸.

A maior diferença talvez resida na temporalidade: enquanto no século XX, Maria Augusta ensinava educação e beleza como gênero de primeira necessidade, como códigos a serem aprendidos pela mulher que almejava o casamento, Anna Delvey cultivou sua fachada de empreendedora que desejava construir uma fundação, almejando ser vista como herdeira alemã “legítima”, nas palavras do amigo estilista. Os objetivos, claro, foram mudando com os tempos, mas a distinção pela construção da fachada pela moda, pelos modos, pela *hexis* corporal, pelo aprendizado do *habitus*, continua existindo. Afinal, como diz o célebre trecho de Oscar Wilde ([1890], 2011) em *O retrato de Dorian Gray*, “considero a beleza a maravilha das maravilhas. Só as pessoas superficiais não julgam pelas aparências” (WILDE, 2011, *ebook*, p. 43).

⁶⁶ Página na rede social Facebook: <https://www.facebook.com/Socilaforever>. Na rede social Instagram: https://www.instagram.com/socila_forever/. Acesso em: 2 fev. 2022.

⁶⁷ Página na rede social Instagram: <https://www.instagram.com/socilaetiqueta/>. Site oficial: <https://socilaescola.com.br/>. Acesso em: 2 fev. 2022.

⁶⁸ Ambas as instituições não têm ligação direta com Maria Augusta. A marca não foi protegida pelos meios legais (MEDEIROS, 2022).

Referências

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.); BASSANEZI, Carla (coord. de textos). **História das mulheres no Brasil**. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2002. p. 607-637.

BONADIO, Maria Claudia. Dignidade, celibato e bom comportamento: relatos sobre a profissão de modelo e manequim no Brasil dos anos 1960. **Cadernos Pagu**, n. 22, p. 47-81, 2004. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644631> Acesso em: 20 abr. 2021.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CARRASCOSA, João (ed). **O Brasil na moda** (Backstage – vol. 1 e 2). São Paulo: Editora Caras, 2003.

CHARTIER, Roger [1986] (org.). **História da vida privada, volume 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

CIDREIRA, Renata P. A moda como modo de vida. **dObras[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 3, n. 5, p. 56–61, 2009. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/309>. Acesso em: 18 mar. 2022.

ELIAS, Norbert [1939]. **O processo civilizador, volume 1: Uma história dos costumes**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

GOFFMAN, Erving [1959]. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

GOFFMAN, Erving [1963]. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

GORBERG, Marissa. Parc Royal: um magazine na modernidade carioca. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC. Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais. **Fundação Getúlio Vargas**. Rio de Janeiro, 2013.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

LISPECTOR, Clarice [1977]. **A hora da estrela**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998. p. 45.

MEDEIROS, Maria Carolina El-Huaik de. Regras de convivência: um estudo sobre etiqueta e manuais de civilidade no Brasil. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

MEDEIROS, Maria Carolina El-Huaik de. *Essa fez Socila: narrativas sobre etiqueta, socialização feminina e aperfeiçoamento social da mulher*. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

NEIVA, Renata M. de O. *Pedagogias da beleza: a história da educação do corpo feminino no Correio da Manhã (1925-1972)*. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018.

PERROT, Michelle [2006]. **Minha história das mulheres**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.

PILLA, Maria Cecília Barreto Amorim. *A arte de receber: distinção e poder à boa mesa – 1900-1970*. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2004.

PIRES, Beatriz Ferreira, CIDREIRA, Renata Pitombo. *Politeísmo corporal: por uma cultura da diversidade*. **XVII Enecult** – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Salvador, Bahia, 23 a 30 de julho de 2021.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A distinção e suas normas: leituras e leitores dos manuais de etiqueta e civilidade – Rio de Janeiro, século XIX*. **Acervo**, Rio de Janeiro, v. 8, número 1-2, p. 139-152, jan./dez. 1995.

REVEL, Jacques [1986]. *Os usos da civilidade*. In: **História da vida privada, volume 3: da Renascença ao Século das Luzes**. Org. Roger Chartier. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

RODRIGUES, José Carlos [1979]. **O tabu do corpo**. 4. edição. Rio de Janeiro: Dois Pontos, 1986.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SUFICIER, Darbi Masson *et al.* *A noção bourdieusiana de *hexis* corporal em teses e dissertações brasileiras*. **Estudos de Sociologia**, v. 26, n. 51, 2021.

VELHO, Gilberto. **Um antropólogo na cidade: ensaios de antropologia urbana**. Rio de Janeiro, Zahar, 2013. Edição em PDF.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WILDE, Oscar. **O retrato de Dorian Gray**. Porto Alegre: L&PM Pocket, 2011. Versão para *kindle*.

Sites consultados

Acervo digital do jornal *O Globo*. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>.

Acervo digital da Revista *Manchete*. **Hemeroteca da Biblioteca Nacional**. <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

Acervo digital da Revista *O Cruzeiro*. **Hemeroteca da Biblioteca Nacional**. <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

Agradecimentos

Revisora do texto: Ana Carolina Carvalho. E-mail: carvalho.carol@uol.com.br

Das técnicas do desfilarm aos vazamentos corporais

From parading techniques to body leaks



Renata Costa Leahy¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4940-1617>

[**resumo**] Este artigo pretende abordar os corpos dos desfiles de moda a partir da compreensão do corpo como uma força sensório-motora expressiva, que nos permite considerar, em meio à visível uniformidade de performances nas passarelas, nuances das especificidades compositoras de tais aparições. Assim, apresentaremos a noção de *vazamentos corporais*, defendida na tese *Metáfora do Cabide: corpo e aparição nos desfiles de moda* (LEAHY, 2018), sobretudo a partir das noções de técnicas do corpo, do sociólogo e antropólogo Marcel Mauss (2003), e de esquema corporal, do filósofo fenomenólogo Maurice Merleau-Ponty (1999). Após situarmos as formas pelas quais os corpos vestidos realizavam suas performances nos desfiles até os modos contemporâneos, tratamos da questão das técnicas corporais utilizadas especificamente na atividade dos corpos nas passarelas, que podem ser compreendidas como técnicas do desfilado. A partir de breves exemplos de desfiles da São Paulo Fashion Week 42 (SPFW42) do ano de 2016, analisados na tese², vamos perceber e discutir sobre os vazamentos operados e expressos por esses corpos, reconhecendo-os como elaborados em uma cultura, agenciados como potências sensíveis e motoras.

[**palavras-chave**] **Corpo. Desfiles de moda. Técnicas. Expressividade. Vazamentos corporais.**

[**abstract**] This article intends to approach the bodies of fashion shows, from the understanding of the body as an expressive sensorimotor force, which allows us to consider, in the midst of the visible uniformity of performances on the catwalks, the existence of nuances of the compositional specificities of such apparitions. Thus, we will present the notion of body leaks, defended in the thesis *Metaphor of the hanger: body and apparition in the fashion shows* (LEAHY, 2018), especially from the notions of body techniques, by the sociologist and anthropologist Marcel Mauss (2003), and of body schema, by the phenomenologist philosopher Maurice Merleau-Ponty (1999). After situating the ways in which the dressed bodies performed their performances in the parades until the contemporary ways, we deal with the issue of body techniques used specifically in the activity of bodies on the catwalks, which can be understood as parading techniques. From brief examples of fashion shows from São Paulo Fashion Week 42 (SPFW42) in 2016, analyzed in the thesis, we will perceive and discuss the leaks operated and expressed by these bodies, recognizing them as elaborated in a culture, brokered as sensitive and moving force.

[**keywords**] **Body. Fashion shows. Techniques. Expressiveness. Body leaks.**

Recebido em: 30-03-2022

Aprovado em: 07-05-2022

¹ Doutora em Cultura e Sociedade pelo Pós-Cultura, da Universidade Federal da Bahia, e em Civilisations Romanes pela École Doctorale Lettres, Langues, Spectacles, da Université Paris Nanterre. Professora do curso de Comunicação da União Metropolitana de Educação e Cultura (Unime Salvador – Anhanguera). Membro do Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura (CNPq-UFRB/UFBA). E-mail: renatagr@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8670255964132550>.

² Os desfiles analisados foram: Animale, Lab, Água de Coco e Ronaldo Fraga.

Introdução

Uma das maneiras utilizadas pelo mundo da moda para divulgar suas criações vestimentares é a apresentação em desfiles de moda, por meio de corpos vestidos de modelos. Esta figura, que ora é festejada por sua beleza, ora é questionada a respeito de uma padronização de corpos apresentados à sociedade, aparece, em verdade, concomitantemente à própria criação do formato de apresentação que performa, ambos surgidos na segunda metade do século XIX. É creditado ao costureiro inglês Charles Frederich Worth não somente a inauguração de uma indústria para a moda na França nessa época, mas também dos desfiles e da adoção de manequins vivas no lugar dos inertes em madeira. O argumento seria, como afirma Quick (1997), o de servirem como “espelhos das clientes”; mas tal adoção também revela que a necessidade de corpos em movimento – e não manequins estáticos – daria à roupa suas possibilidades em um corpo. Preenchendo-a e conferindo-lhe, pelo movimento e pelas atitudes corporais, os caimentos dos tecidos e um sentido de uso, o corpo ativa as plasticidades nos empréstimos próprios da relação corpo-roupa (OLIVEIRA, 2008) que compõe a aparição do corpo vestido.

Ao tempo em que a substituição dos manequins de madeira pelo corpo vivo conferiu dinamicidade e mesmo humanização às imagens de corpos vestidos retratados pela moda, podemos identificar, ainda, que a introdução da atividade do desfilar reflete, de certo modo, a razão e o sentido de uma época. O aparecimento da figura das manequins e dos desfiles de moda está relacionado ao momento próspero da industrialização, da produção em massa e do desenvolvimento dos ambientes urbanos do século XIX europeu. Associados às investidas de espetacularização e estetização da vida, como identificado por autores como Debord (2003) e Lipovetsky e Serroy (2013)³, os desfiles favoreciam a boa divulgação e mostra dos produtos a serem comercializados, como as roupas da nascente indústria da moda. As caminhadas em ambientes urbanos, próprias do período, foram transformadas em mecanismos de mostra de moda, onde clientes de costureiros “desfilavam” as recentes criações. Propiciaram, portanto, a elaboração de uma ferramenta voltada especificamente para tal propósito: os desfiles de moda. Juntos, os passeios da burguesia na cidade e os desfiles, esses espaços do caminhar, do corpo vestido em movimento, ajudavam a promover a lógica capitalista, onde o mercado ansiava pelas vendas, tomava o espetáculo como aliado e na qual a indústria da moda se desenvolvia em conformidade, orientada pelas investidas criativas e mercadológicas dos costureiros.

Nessa dinâmica, a figura do corpo feminino também fazia parte do espetáculo: da prosperidade de maridos burgueses, cujas mulheres em vestidos da moda serviam de estandartes de suas conquistas financeiras, em exibição pelas ruas e ambientes de convivência

³ Debord (2003) considera que a mercadoria passa a ser elemento central da sociedade e, por isso, denuncia o trabalho das aparências que incidem sobre os bens de consumo em favor da economia e do capitalismo. Já Lipovetsky e Serroy (2013) identificam tanto malefícios do que chamaram de “era do capitalismo estético”, pela existência de uma dimensão artística a serviço do mercado e uma consequente poluição visual, quanto um lado redentor que promoveria a dimensão estético-emocional da vida e certa “democratização de massa”.

das cidades; e do próprio mundo da moda, onde os costureiros utilizavam as mulheres não só como o elemento vivo da dinâmica corpo-roupa, mas, por isso mesmo, como uma das engrenagens do “mostruário moderno” de suas criações vestimentares. Conforme Caroline Evans, pesquisadora e professora de história e desfiles de moda:

[...] parte desse paradoxo caracterizou também a manequim de moda no mesmo período, ante a ambiguidade quanto ao que estava à venda exatamente: o vestido ou a mulher que o envergava (EVANS, 2002, p. 32-33).

A autora acredita que essa espécie de coisificação da mulher aparecia também quando a denominação “modelo” já era utilizada pela costureira Lucile, uma das primeiras realizadoras de desfiles de moda em Londres, para se referir tanto às roupas quanto às manequins humanas.

Mesmo depois, já no início do século XX, a imagem da manequim de moda ainda carregava a sombra dos manequins-objeto que passou a substituir. Com ela vieram as desconfianças oscilantes a respeito de sua atividade e imagem, entre o que seria finalmente animado e real, e o irreal, vitrinesco. Aos atributos mais negativos, somavam-se a lógica industrial e a serialização vigentes, levando o ato de desfilar a ser frequentemente associado a uma ação homogeneizante, de atitudes mecânicas, sem espaço à autenticidade de cada corpo que desfila. No artigo *Le défilé de mode au début du XXe siècle à Paris: esthétique industrielle et aliénation moderniste*, Evans (2006) vai vincular a atividade do ir e vir realizada nas passarelas exatamente à representação da dinâmica industrial da reprodução em série.

Entre a humanização do corpo vestido da moda e a coisificação e serialização do corpo feminino, há, portanto, essa dualidade, de importância fundamental para a compreensão dos caminhos pelos quais a atividade do desfilar das manequins e modelos tomaram até a prática na contemporaneidade, que vai além da evidente e problemática vertente da homogeneização. Quando a abordagem sobre os corpos vestidos das passarelas se volta especialmente à complexidade e às possibilidades corporais, cuja ação é inescapável à sua relação intersubjetiva com a cultura, a investigação pode se debruçar justamente no que cada corpo oferece de particular em sua imagem, por meio de sua expressividade, plasmada enquanto unidade sensório-motora. Deste modo, vamos considerar os processos de serialização dos corpos dos desfiles de moda às inevitáveis particularizações expressas por uma dimensão de vazamentos corporais.

O corpo feminino serializado

Ao longo da história, tanto na aparência quanto na atividade do desfilar os corpos das passarelas vão figurar em formas visuais e modos de ação variados, próprios às dinâmicas estéticas mutantes e da presença corporal na e pela cultura. Desse modo, no que se refere à aparência vinculada à beleza, vale pontuar que o tipo corporal magro e alto das mulheres, aquele compreendido hoje como característico do mundo da moda, nem sempre foi o escolhido como um ideal. Inicialmente circunstanciais, as manequins eram vendedoras, clientes e familiares. Não havia propriamente um padrão e, quando havia, não representava uma generalidade a todo o universo da moda, mas as preferências e adequações estilísticas e conceituais de cada costureiro, em cada coleção. As manequins de Charles Worth, por

exemplo, não eram necessariamente consideradas as mais belas e altas, mas deveriam andar bem; já Paul Poiret tinha algumas manequins preferidas e aparentemente diferentes entre si, como a “pequena” Yvette e a loira Paulette, com braços roliços e ombros arqueados (QUICK, 1997). Por outro lado, foi justamente no reconhecimento dessas variações corporais que, em nome do privilégio da roupa, por vezes era utilizada uma espécie de vestimenta-base escura sobre os corpos das manequins, apagando algumas de suas particularidades e evidenciando as novas peças criadas.

Compondo a imagem das manequins das passarelas junto às “belas” formas corporais, o movimento: agora essencial, convocado na passagem do inerte ao corpo vivo das mulheres que desfilavam. O ato do deslocar-se para a mostra de si como corpo vestido – ato que, como apresentado por Evans (2006), se referia à estética da modernidade – promovia um ir e vir nas passarelas que parecia afirmar os movimentos repetitivos das máquinas e seus produtos serializados, como um mostruário animado de roupas. A investida dessa lógica pela moda não passava despercebida a comentários, como a de um jornalista, em 1910, que apontava as cerca de trinta vezes em que manequins repetiam os mesmos passos e gestos nos desfiles, à época realizados várias vezes em um único dia: “ele estabeleceu uma analogia eloquente: a ‘ensaiente’ tem um ‘sorriso industrial’, ainda que cada um dos sorrisos ou dos gestos *pareça ser único*”⁴ (EVANS, 2006, p. 77, grifo nosso).

Vê-se, portanto, que o desfilas, em suas repetições, visava apresentações homogêneas através de certo acortinamento dos “gestos únicos” de cada corpo; ainda assim, algo de particular despontava em seus modos, movimentos e atitudes. Ao tempo em que as manequins passaram, cada vez mais, a serem trabalhadas em favor de uma imagem de bonecas padronizadas, animadas por direcionamentos específicos que visavam objetivos estilísticos e comunicacionais voltados aos clientes de seus respectivos mercados consumidores, a dualidade entre a homogeneidade e certas especificidades do desfilas se fazia presente. Um exemplo é a postura do costureiro Paul Poiret em duas situações na década de 1920 – primeiro, ao reter uma jornalista que tentava falar com suas manequins, informou sobre seu “vazio”: “não fale com estas garotas, elas não estão aqui”⁵ (CASTLE, 1977, p. 14, citado por EVANS, 2006, p. 84)⁶. Em outro momento, no entanto, Poiret reconheceu uma necessária personalidade e atitude na ação nas passarelas:

A manequim não é esse instrumento de madeira, desprovido de cabeça e coração, no qual penduramos vestidos como num cabide. A manequim viva que foi criada pelo grande Worth, primeiro do nome, iniciador da indústria da alta costura, prova que o manequim de madeira não atendia às suas necessidades. A manequim viva é uma mulher que deve ser mais mulher do que as mulheres. Deve reagir sob um modelo [vestimentar], levar à frente a ideia que nasce das suas próprias

⁴ Tradução nossa para: “il établit une analogie éloquente: l’ ‘essayeuse’ a un ‘sourire industriel’, bien que chacun des sourires ou des gestes semble être unique.”

⁵ Tradução nossa para: “ne parlez pas à ces filles, elles ne sont pas ici.”

⁶ CASTLE, Charles. *Model Girl*. Newton Abbot: David & Charles, 1977.

formas, e ajudar pelos seus gestos e atitudes, por toda a expressão do seu corpo, com a laboriosa gênese da descoberta⁷ (POIRET, 2017, p. 36).

Quando ainda se buscavam as melhores maneiras de se apresentar as novas coleções a partir de corpos vestidos em desfile, o reconhecimento da potência expressiva dos corpos e a necessidade de teatralidade reclamada pela lógica do espetáculo levavam alguns criadores e criadoras, como Lucile, a realizar eventos em que suas manequins desfilavam de maneira dramática ao som do tango (EVANS, 2002). No entanto, durante a primeira metade do século XX, grande parte dos desfiles ocorria de forma mais objetiva, caracterizados como uma espécie de mostruário ativo dos produtos vestimentares às clientes, um prenúncio de muitas das práticas corporais realizadas pelas manequins a partir de então. Através do ir e vir, “[...] percorriam o salão passando perante as clientes sentadas, enquanto o costureiro sublinhava os detalhes de tal ou tal vestido. [...] A manequim andava tranquilamente, sem dizer uma palavra e sem jamais encarar as clientes.”⁸ (QUICK, 1997, p. 27). Com isso, codificações do desfilarm foram desenvolvidas e estabelecidas ao longo dos anos no mundo da moda a partir das práticas corporais mais recorrentes das manequins e modelos, elaboradas em cada *maison* e temporada de moda.

Treinos e indicações de movimentos coreográficos contribuíram para essa construção. Eram promovidos para a adequação dos corpos femininos às passarelas da moda, como os ensaios realizados pela esposa de Worth, Marie Vernet, às demais manequins que, junto a ela, desfilariam as coleções do marido. Cada *maison* elaborava suas técnicas e códigos do desfilarm, conferindo eficácia, unidade e identidade visual às várias apresentações idênticas que deveriam ser realizadas durante dias. Foi o caso de Coco Chanel, a partir dos anos 1920, que preferia manequins à sua semelhança corporal e gestual, sendo uma das primeiras a convocar corpos efetivamente mais magros às passarelas. Treinava suas manequins para que realizassem com perfeição a “pose Coco”: “um pé à frente do outro, os quadris para frente, uma mão no bolso e a outra livre para gesticular”, compondo uma imagem de mulher independente e determinada (QUICK, 1997, p. 32). Nos anos 1950, Christian Dior orientou às suas manequins um andar rápido, balanço dos quadris e rodopios, para darem vida às amplas saias que se tornavam moda naquela década, principalmente através de suas criações.

Entre preferências estilísticas específicas e codificações mais gerais que foram sendo estabelecidas pela profissionalização da atividade das manequins, capacidades corporais e possibilidades de tipos femininos foram testadas com mais liberdade principalmente nos anos 1960, quando a ascensão de criadores jovens – que passaram a ser conhecidos como

⁷ Tradução nossa para: “Le mannequin n’est pas cet instrument en bois, dépourvu de tête et de coeur sur quoi on accroche les robes comme sur un portemanteau. Le mannequin vivant qui a été crée par le grand Worth, premier du nom, initiateur de l’industrie de la grande couture, prouve bien que le mannequin de bois ne répondait pas à ses besoins. Le mannequin vivant, c’est une femme qui doit être plus femme que les femmes. Elle doit réagir sous un modèle, aller au-devant de l’idée qui prend naissance à même ses formes, et aider par ses gestes et attitudes, par toute l’expression de son corps, à la genèse laborieuse de la trouvaille.”

⁸ Tradução nossa para: “[...] arpentaient le salon em passant devant les clientes assises, pendant que le couturier soulignait les détails de telle ou telle toilette. [...] Le mannequin marchait tranquillement, sans dire un mot et sans jamais dévisager les clientes.”

estilistas – levaram às passarelas inventividades vestimentares urbanas, a moda das ruas em roupas e, por vezes, também em performances⁹. Mary Quant e Courrèges foram alguns dos primeiros estilistas a reconvocarem manequins – que pouco a pouco vieram a ser denominadas globalmente “modelos” – para dançarem em desfiles de moda. De acordo com Quick (1997) e Evans (2002), modelos fotográficas vieram a ser convocadas para desfiles por sua grande desenvoltura, evidenciando, assim, a capacidade expressiva dos corpos para além da fotografia, mas também nas passarelas. O próprio formato de alguns desfiles de moda, a partir dessa época, passou a reunir entretenimento e criatividade experimental, tanto nas roupas em si – algumas consideradas “inusáveis” – quanto nas coreografias ou performances artísticas realizadas pelos corpos que desfilavam.

[...] na década de 1950, as modelos “deslizavam” pela passarela, descalçando uma luva, no máximo; mas nos anos 60 e 70, começaram a representar e dançar ao som de música pop gravada, em desfiles montados por coreógrafos e diretores de espetáculos (CASTLE, 1977, p. 45). Passou-se a selecionar modelos de acordo com seu senso de humor, capacidade de exprimir alegria e fazer palhaçadas; ou, alternativamente, de fazer drama. Era preciso “energia e verve, além de talento para representar” (HELVIN, 1985, p. 88). (EVANS, 2002, p. 59-60).

As experimentações proporcionaram adições e incrementos nos movimentos e gestos realizados pelas modelos nos desfiles. O desenvolvimento e a composição de um acervo e de uma gramática do desfilarm para a moda ocidental se ampliava a partir das investidas criativas de estilistas e coreógrafos e das potencialidades do corpo operadas pelas modelos, mas sem, no entanto, apagar os modos regulares que se firmavam paulatinamente. Tais modos, ou técnicas, operacionalizaram a moda e seu funcionamento enquanto indústria e construíram os caminhos da profissionalização, tanto da “profissão modelo” quanto de sua atividade na prática, em técnicas voltadas ao desfilarm e tipos corporais específicos, escolhidos de forma cada vez mais rigorosa.

Nos anos 1980 e 1990, ainda que desfiles da Alta Costura e estilistas como John Galiano e Alexander McQueen tenham apresentado propostas de desfiles Espetáculo¹⁰, onde supermodelos eram orientadas a movimentos e poses bastante expressivos, a moda atinge um grau de profissionalização elevado enquanto indústria, especialmente a partir da dinâmica

⁹ Para o presente estudo, adotamos uma noção ampliada de *performance* a partir da compreensão de André Helbo (2011), filósofo e pesquisador da semiologia das artes do espetáculo vivo: indica que pode partir de uma *performatividade pura* (do signo espetacular por si mesmo, que não envolve necessariamente uma intencionalidade) a uma *performatividade integrada* (percebida enquanto signo de outra coisa, ou seja, inserida nas investidas de representação).

¹⁰ Duggan (2002) propôs uma classificação de formatos de desfiles de moda em cinco categorias: *Estrutura*, que prezam pelas formas possíveis na relação corpo-roupa; *Ciência*, com foco nas possibilidades técnicas e tecnologias da roupa; *Substância*, que têm o processo e o conceito como foco; *Afirmação*, de contestação política e social; e *Espetáculo*, de característica bastante expressiva em uma apresentação espetacular. Pontuamos, no entanto, que os desfiles podem acontecer como uma mescla de modos de apresentação.

acelerada do prêt-à-porter, que demandou maior agilidade nos métodos de toda a engrenagem. O reflexo também se deu nas passarelas, em que grande parte dos desfiles, ainda que cada vez mais suntuosos, voltou a ocorrer de modo mais objetivo, inclusive nas formas do desfilhar. O fotógrafo e estudioso de desfiles de moda Vincent Lappartient (2006) observa o contraste entre modos corporais nos desfiles dos anos 1960, de um andar mais livre e desordenado, em contraste aos apresentados nos anos 1980 e 1990, de estilo sofisticado ou robótico das *top models*, e das primeiras décadas dos anos 2000, de atitudes menos forçadas e com poucos casos de poses finais nas passarelas.

O estilista Marc Jacobs já orientava suas modelos em um aviso pregado na porta do camarim de um de seus desfiles em 1996: “Caminhem em um ritmo normal – nem muito rápido, nem muito lentamente. Por favor – nada de mãos sobre os quadris. Nada de giros. Não posem!”¹¹ (QUICK, 1997, p. 174). Uma tendência a uma espécie de neutralidade corporal, pretensamente natural e realista, expôs, ainda mais, o desfilhar como engrenagem da moda: a existência de uma espécie de gramática demonstra a tentativa de conferir orientação, e mesmo homogeneidade, à inevitável complexidade dos corpos.

Técnicas do desfilhar

O movimento cíclico pelo qual a moda é compreendida, ao depor e retomar tendências de roupas, se faz presente nas demais instâncias que dela decorrem. Assim, também depôs e recolocou as formas e os modos do corpo vestido no espaço dos desfiles de moda. Durante uma única década é possível encontrar preferências corporais diversas: uma vez variadas no início do século XX, tornaram-se esguias em 1920, depois curvilíneas em 1950, esportivas em 1980 e emagreceram na virada para os anos 2000; de maneira similar, os tipos de movimentos adotados nas passarelas passaram por oscilações, da simples atividade de mostra a experimentações, da sofisticação dos modos à volta da calma de uma pretensa normalidade padronizada dos movimentos.

Podemos considerar o ato de desfilhar das modelos da moda, de maneira geral, como uma atividade composta de determinados modos e gestos elaborados nesse processo de pouco mais de um século, um conjunto de técnicas que se materializam e são expressas na visualidade dos corpos vestidos nas passarelas. Ao levarmos em conta a existência de *técnicas do desfilhar*, vamos nos remeter ao pensamento do sociólogo e antropólogo Marcel Mauss (2003), que compreendeu as “técnicas do corpo” como os modos pelos quais as pessoas sabem servir-se de seus corpos em cada época e situação. Para cada objetivo, os corpos se adaptam e desenvolvem tais técnicas em meio a determinada sociedade e cultura, nela passando a ser transmitidas como tradição.

Mauss identificou toda uma biografia de técnicas, reconhecendo-as nos modos do corpo em diversas fases da vida, como as técnicas da adolescência e da idade adulta: modos de dormir e de repouso e técnicas de atividade e de movimento, como dança, corrida, salto

¹¹ Tradução nossa para: “Marchez à une allure normale – ni trop vite, ni trop lentement. S’il vous plaît – pas de mains sur les hanches. Pas de virevoltes. Ne posez pas!”

e nado. Como afirma o autor, tais técnicas são adquiridas pela educação do corpo em determinado contexto, conformando os modos humanos para além do que lhe foi dado pela natureza. Assim, ao considerarmos o contexto do mundo da moda, podemos pensar nas técnicas do desfilas em analogia, como uma das técnicas de atividade e movimento desenvolvidas primordialmente para os objetivos da moda, hoje componentes de toda uma gramática que é relativamente reconhecível na cultura contemporânea ocidental.

Os modos do corpo circunscritos às técnicas do desfilas são fruto das práticas e ensinamentos às modelos, apreendidos por seus corpos através da educação e do treino. Desde os primeiros desfiles nas *maisons* de costureiros, determinados modos de desfilas foram demandados, ensinados e repetidos na atividade prática do dia a dia. Nos tempos atuais, algumas modelos recém-descobertas são logo levadas a desfilas, adquirindo experiência nos erros e acertos do fazer nas passarelas; outras passam por cursos, alguns deles oferecidos pelas próprias agências de modelos, onde são realizados treinamentos específicos para a atividade de modelar.

Para exemplificar, recorreremos brevemente a uma experiência pessoal realizada no ano de 2003, na oportunidade de participar de um curso completo de Manequim e Modelo com aulas de Passarela, conforme título que consta no certificado de conclusão. O curso foi promovido por uma agência de modelos atuante na cidade de Salvador à época, e que abrigou a modelo internacional Adriana Lima em seus trabalhos iniciais.

Para as aulas de Passarela, uma das primeiras atividades treinadas, o “andar em linha reta”, já é bastante conhecida na gramática do desfilas. A linha do revestimento cerâmico do piso do local das aulas servia de guia, por onde as treinantes deveriam aperfeiçoar o equilíbrio das passadas lineares e andarem como se chutando leves bolas de soprar. Na prática, esse exercício implica em maior firmeza dos pés cada vez que voltam ao solo, delineando passadas visualmente mais claras, fluidez do andar e movimento gracioso aos quadris, favorecendo, ainda, a boa captura das fotos dos corpos vestidos em deslocamento durante um desfile. Uma observação relevante é que todas as alunas do gênero feminino deveriam estar de salto alto, como uma premissa que compõe as técnicas do desfilas – ainda que nem todos os desfiles sejam realizados com sapatos altos. Os saltos promovem o movimento dos quadris, sendo um dos aspectos que classifica socialmente na contemporaneidade a feminilidade aos corpos através do deslocamento, e sobre os quais foram desenvolvidas grande parte das práticas corporais em desfiles de moda historicamente.

Os membros superiores também eram treinados, pois conferem o equilíbrio ao movimento de todo o corpo: braços que se movem demais ou de menos podem acometer o ritmo das pernas, interferir na postura corporal e, conseqüentemente, na imagem de corpo vestido apresentada. Nas aulas, lencinhos eram presos nas laterais das roupas, na altura dos quadris, usados para ajudar a educar o movimento das mãos e dos braços, que não deveriam se afastar muito e tampouco ficarem demasiado colados ao corpo, mas percebidos com fluidez ao tocarem brevemente os lenços. Também eram treinados os usos de bolsas, pois esse acessório deveria se mover o mínimo possível nas mãos das modelos, para que concretizasse o objetivo da mostra, permitindo boa visualização ao público.

As chamadas “paradas” (ou poses) eram das partes mais enfatizadas do curso, ensaiadas exaustivamente. À época, recém-saída dos anos 1990, ainda eram ensinados quatro

tipos de paradas, enumeradas como primeira, segunda, terceira e quarta posições. A primeira consistia em uma simples parada ao final do percurso de ida da passarela, onde os pés deveriam estar paralelos e relativamente juntos; na segunda, os pés paralelos se afastariam um pouco mais (geralmente, remete à pose realizada pelo gênero masculino); a terceira era um tipo bastante utilizado entre os anos 1980 e 1990, que descritivamente envolve uma parada com uma perna para frente, seguida de uma volta do corpo em seu próprio eixo, e retorno à posição inicial, com uma das pernas à frente; finalmente, na quarta posição, muito usada naquele início da década de 2000, as pernas deveriam estar mais abertas e o sustento do corpo deveria pender levemente para uma de suas laterais – no curso, essa posição era prestigiada, pois conhecida como a parada realizada pela modelo Gisele Bündchen. No entanto, um direcionamento chamava a atenção: o treinador de passarela insistia para que não se imitasse nenhuma modelo específica, pois, em meio às técnicas, cada pessoa deveria desfilas *a seu modo*.

Os treinos se estendiam aos ritmos possíveis a desfiles; na configuração atual dos eventos de mostra de moda, eles podem ir do já citado desfile Espetáculo ao Ciência (DUGGAN, 2002), ou do ir e vir mais simples e objetivo às experimentações performáticas, em locações diversas. Por isso, eram ensaiadas variadas combinações coreográficas, para que os modos treinados pelo corpo passassem efetivamente às técnicas do desfilas. O curso contava, ainda, com aulas de etiqueta, inclusive à mesa, maquiagem pessoal e poses para fotografias. Ao final, foram distribuídos folhetos com algumas “Dicas importantes” (conforme título do material), entre alimentação, cuidados com a aparência, roupas corretas para participação das seleções/testes de passarela para compor o elenco de desfiles (os *castings*), e alguns direcionamentos específicos referentes ao desfilas e aos movimentos corporais:

Cuide sempre da sua postura, ela é fundamental! Ande com a barriga contraída e o ombro no lugar certo. Isso faz até com que você cresça nas suas medidas. [...] As modelos deverão estar sempre de salto alto. [...] Durante o seu teste de passarela, procure não parecer tenso e fazer caretas, ande normalmente como se estivesse na rua. Não faça pose ou paradas demoradas. [...] (CAST MODELS, 2003, s.p.).

Os direcionamentos podem variar entre as agências e, evidentemente, a cada desfile, cidade e com o passar dos anos, mas o interessante é observar a existência das orientações e preparações. Tais recomendações e treinamentos, enfim, assinalam questões inerentes à educação corporal da modelo de moda e ao que se espera minimamente, e de forma geral, de sua imagem em performance. Por um lado, vemos que já nas indicações de comportamento para seleções as modelos são direcionadas a corresponderem a um padrão generalista, a um andar “normal”, “como se estivessem na rua”. Em contrapartida, a exigência de uma padronização corporal, na aparência e nos gestos, bem como a necessidade de treinos e mesmo a existência das seleções – de corpos com movimentos muitas vezes já padronizados pelas agências – são demandas do mundo da moda que revelam o que escapa: a inegável expressividade de cada corpo.

O corpo da moda particularizado

Embora possamos afirmar sobre a recorrente manutenção da lógica da padronização dos corpos que desfilam – ou a confirmação da estética industrial da modernidade, como apontado por Evans (2006), reafirmada e presente na contemporaneidade –, a dinâmica da serialização de corpos e o desenvolvimento de técnicas específicas para as passarelas não foram capazes de conter a performance da dançarina e coreógrafa Lisa Fonssagrives, considerada na moda como uma espécie de primeira supermodelo, atuante entre nos anos 1930 e 1950; a modelo Cláudia Schiffer, celebrada pelo estilista Carl Lagerfeld nas décadas de 1980 e 1990, inclusive por sua capacidade de compor uma variedade de expressões (QUICK, 1997); o movimento dos quadris e dos braços ondulantes do desfilamento de Naomi Campbell, uma das primeiras supermodelos negras; e o “andar de garça” pelo qual Gisele Bündchen ficou conhecida, pelos movimentos realizados com as longas pernas ao desfilamento. Modelos da moda que se destacam se tornam prestigiadas tanto por sua aparência, de belezas e silhuetas desejadas, quanto nos modos únicos de desfilamento, que as identificam para o público e dentro da própria indústria da moda. Nos desfiles da SPFW42, do ano de 2016, analisados para a tese desta autora (LEAHY, 2018), o foco recai justamente na busca dessas particularidades, movimentos e gestos, que ao tempo em que se sobressaem às técnicas, revelam um indivíduo, um corpo, em um modo de desfilamento.

O desfile da Animale é, nesse sentido, bastante pertinente como exemplo, pois seu *casting* foi totalmente composto pelos corpos geralmente compreendidos como o padrão do mundo da moda – magros, altos e mesmo predominantemente brancos –, todos sobre os usuais saltos altos das passarelas. Podemos mencionar, ainda que de maneira sintética neste artigo, algumas ocorrências de contraste com modos de desfilamento mais consonantes às técnicas do desfilamento. Logo no quesito postura, pudemos identificar a modelo que fez a primeira entrada pendendo para um dos lados em seu andar. Quanto aos movimentos da parte inferior do corpo, vimos uma das modelos apresentar um andar mais rápido, imprimindo, com isso, passadas mais curtas e uma imagem de um deslocamento corporal entrecortado. Em relação aos membros superiores, outra modelo apresentou braços com menos movimentos ou mesmo tensos, quase colados ao corpo, uma dureza que se estendeu a todo o seu modo corporal.

Outra observação curiosa é a maneira de portar as bolsas, por ter sido uma das técnicas ensinadas no curso anteriormente citado. Na ação de uma das modelos da Animale, a bolsa se movia mais do que o recomendado no exemplo do curso – para a boa visualização do público e dos fotógrafos –, provavelmente porque vinculada a uma forma de desfilamento em que o corpo oscilava em movimentos para cima e para baixo ao andar. Em outro momento, duas modelos tinham as mãos ocupadas, com bolsa ou nos bolsos da calça, fator que, como vimos nos treinamentos ensinados no curso, por vezes dificulta a fluência de todo o desfilamento. No entanto, isso não pareceu ser um entrave a uma das modelos, que, na impossibilidade do uso dos braços, realizou o ajuste do movimento de todo o corpo pelos quadris, resultando, inclusive, em um andar elegante. Ao contrário, a outra modelo pareceu ajustar seu corpo pelos movimentos dos ombros, que escaparam às técnicas do desfilamento, como se estivessem “remando” para realizar o deslocamento de todo o corpo para frente.

Vale pontuar também certas situações de tensão da relação corpo-roupa no desfile da Animale. A coleção apresentada nesse desfile era composta de faixas de amarração em calças e camisas, potencializadas pelo movimento das modelos na passarela, figurando visualmente como um importante ponto de estilo para a coleção. Em certo momento, uma das modelos parece crer que o nó das faixas de amarração da lateral da calça que usava poderia estar desamarrando. Observamos um pequeno momento de desconforto, expresso por seu rosto, mas também no corpo, no breve e discreto gesto que realizou com as mãos para verificar uma possível queda desse suplemento da roupa. No entanto, em outro momento desse desfile, uma camisa aberta cai pelos ombros de outra modelo e é retomada por ela em seguida, de forma aparentemente mais orgânica. Nesse caso, sua reação com os braços, no sustento da peça, nos pareceu demonstrar mais desenvoltura do que descompasso, e a ação não chegou, portanto, propriamente a incomodar a imagem corporal apresentada na passarela, mas sim instigar, como um modo único de lidar com a situação, um artifício de estilo.

Em meio às usuais realizações de desfiles da SPFW, a edição 42 representou um momento importante que veio a intensificar algumas investidas que já vinham se colocando no mundo da moda em 2016, em tentativas de romper com certos padrões, principalmente dos tipos corporais escolhidos para servirem de imagens dos corpos vestidos propostos nas passarelas à sociedade. Nessa edição do evento, tivemos a oportunidade de ampliar o escopo de nossa análise, observando também corpos outros que não os até então usuais do espaço dos desfiles de moda: a partir da presença de desfiles como o da Laboratório Fantasma - Lab, que apresentou no seu *casting* corpos gordos e de maioria negra, e do estilista Ronaldo Fraga, através de uma coleção desfilada inteiramente por mulheres transexuais, muitas delas modelos não-profissionais.

Tais desfiles são interessantes para pensarmos a respeito das formas e silhuetas dos corpos e dos modos e gestos que compõem as imagens corporais dos desfiles de moda, pois nos permitem esgarçar as possibilidades de nuances de personalidades expressas: trazem às passarelas, propositalmente, outras condições corporais, não somente na visualidade das diferenças entre corpos padrão e não-padrão, mas no que os conforma enquanto corpos-sujeito, advindos e elaborados em contextos variados.

No caso do desfile de Ronaldo Fraga, parte das modelos não era profissional e, portanto, a expressão corporal exalava a novidade de sua presença, e, por vezes, certo descostume nos desempenhos e na execução dos movimentos e gestos. Por outro lado, como afirmamos, as técnicas do desfilas compõem uma maneira prestigiosa relacionada à figura das modelos da moda, um modo compreendido socialmente como tradicional do corpo nas passarelas. Assim, algumas das modelos realizavam de forma pronunciada o desfilas, ampliando e afirmando sua presença no espaço privilegiado da moda, inclusive por meio da quarta posição de parada – aquela cujo um dos expoentes seria Gisele Bündchen. Ainda, identificamos a presença de um desfilas com desenvoltura e em conformidade às técnicas, realizado por Valentina Sampaio, uma modelo trans profissional.

Também em relação à realização das técnicas do desfilas, vamos pontuar o desfile misto (gêneros feminino e masculino) e de corpos variados da Lab, que pareceu investir mais na prática afirmativa da presença de corpos gordos e negros do que na efetiva realização de técnicas que enquadrariam tais corpos em uma ação padronizada do modelar. Como exemplo de ação direta, uma das modelos apontou com uma das mãos para os dizeres do

boné que usava, ainda que não saibamos se direcionada por uma coreografia ou se em uma atitude pessoal. Não fica claro, também, se a coreografia pedia o pé ante pé em linha reta, típico de desfiles de moda, pois não foi uma constante das modelos femininas desse desfile.

A breve observação desses desfiles em recorte nos permite perceber que no interior de cada coreografia e das técnicas do corpo, há elementos que os diferenciam entre si. Muitas vezes, essas especificidades não aparecem de maneira pronunciada, como no caso do desfile da Animale, que realizou uma apresentação de corpos uniformes, em silhuetas e em movimentos corporais, sobre o qual é necessário olhar de maneira analítica para perceber as nuances de modos específicos de cada corpo ao desfilarem. O que frequentemente ocorre nos desfiles de moda é a invisibilização das especificidades dos movimentos, pois operam com similaridades físicas e técnicas, que colocam todos os corpos em formas de aparição bastante parecidas para o alcance de um objetivo visual comum.

Junto às modelos identificáveis por suas performances, como Gisele e Naomi – cujos modos e movimentos únicos do desfilarem as particularizam e são parte do que as fizeram ser reconhecidas –, os corpos dos desfiles analisados reforçam a presença de diferenciações, por vezes mesmo em sua aparência corporal, em estruturas únicas, mas também em seus movimentos e gestos. Nesse sentido, podemos perceber uma espécie de margem de vazamento de personalidades e modos corporais na atividade do desfilarem, que se referem justamente à maneira específica com que cada corpo realiza as técnicas e direcionamentos, e que são visíveis no momento da ação, da performance, na expressão corporal. O reconhecimento dessa perspectiva, a qual entendemos como *vazamentos corporais*, só é possível se pensarmos nos corpos dos desfiles de moda para além de cabides – uma metáfora à aparência e à atividade padronizadas dos corpos da moda que desfilam (LEAHY, 2018) –, mas colocando em primeiro plano o corpo em sua humanidade, ou seja, em sua dimensão sensível e sua condição de corpo-sujeito no mundo.

Vazamentos Corporais

No capítulo *Corpo e sensibilidade*, o filósofo Monclar Valverde (2007) indica que a expressão “sentidos do corpo”, utilizada em tantos momentos na história da humanidade, frequentemente privilegia uma perspectiva anátomo-fisiológica, como um conjunto de órgãos dos sentidos responsável por proporcionar a relação do sujeito com o mundo. No entanto, o autor atenta para os sentidos do corpo em sua relação com a cultura: é dela que emergem “as matrizes de sentido que lhe dão identidade” (VALVERDE, 2007, p. 249):

Não possuímos um corpo abstrato; os seus poderes e limites só se revelam nas práticas de uma cultura determinada e mesmo o nosso modo de agir e reagir, à medida que é partilhável, jamais será totalmente particular ou completamente universal (VALVERDE, 2007, p. 249).

À relação indissociável entre corpo e cultura não cabe, portanto, uma associação simplista do corpo unicamente como matéria da natureza, junção de órgãos dos sentidos, em que a organicidade ditasse totalmente suas possibilidades de existência. Para o sociólogo

David Le Breton (2007), a existência do corpo no mundo implica as dimensões pessoal, social e cultural, que balizam as formas de percepção dos indivíduos, e também sua ação e representação. Como defende o autor, o corpo é local do simbólico e de inscrição e reprodução de imaginários, revelando traços de uma cultura. “O corpo também é, preso no espelho do social, objeto concreto de investimento coletivo, suporte de ações e de significações, motivo de reunião e de distinção pelas práticas e discursos que suscita” (LE BRETON, 2007, p. 77). É no bojo da cultura, tomando-a como um guia comum, que se realiza a capacidade humana em forjar de maneiras particulares os elementos que lhe são dados e o constituem, reelaborando e instituindo modos de vida. São esses modos, entre o comunal e o individual, que plasmam o indivíduo e seu corpo em seu modo de ser expressos na apresentação corporal.

Os modos do corpo, os gestos e movimentos que compõem sua aparição, imprimem e expressam imagens humanas específicas, operando, portanto, entre as condutas individualizadas e as comuns. Ao reconhecer as maneiras corporais como adquiridas e inatas, a noção de “técnicas do corpo” de Mauss (2003) nos oferece uma interpretação que revela justamente os modos do corpo como elaborados entre a cultura, que oferece substância para o desenvolvimento de técnicas gerais para cada ocasião, e as capacidades ativas de cada indivíduo: será a partir das técnicas do corpo de determinada cultura e em certo contexto, como o mundo da moda ou os desfiles em si, que as dimensões psicológica e subjetiva dos modelos que desfilam passam a realizar e a expressar “as maneiras pelas quais [...] sabem servir-se de seu corpo” (MAUSS, 2003, p. 401).

A partir de tal afirmativa, vamos sustentar a ocorrência dos vazamentos corporais nos desfiles de moda, evocando o pensamento do filósofo fenomenólogo Maurice Merleau-Ponty (1999), que considera o corpo como instância que permite a existência humana por meio de sua condição sensível e ativa, e que, a partir disso, se constitui através de sua experiência no mundo. Esse conjunto, que confere ao corpo-sujeito a sua personalidade e a sua expressividade, acontece, portanto, enquanto intersubjetividade, ou seja, a conformação dos aspectos subjetivos de cada pessoa na intercessão com a cultura.

A forma com que cada indivíduo se empenha e coloca o corpo às situações já leva em conta suas experiências anteriores. Esse já vivido é sintetizado em um modo de ser do corpo, ou naquilo que Merleau-Ponty chamou de *esquema corporal*, noção que ultrapassa a perspectiva teórico-empirista calcada na cognição ou na ideia de partes e membros do corpo como mosaicos, órgãos dos sentidos justapostos. Para o autor, ao contrário, cada pessoa tem o seu corpo como uma “posse indivisa [...] e conheço a posição de cada um dos meus membros por um esquema corporal em que eles estão todos envolvidos” (MERLEAU-PONTY, 1999, p. 143-144).

Nessa dinâmica das ações corporais, Merleau-Ponty defende a conformação de uma dimensão pré-reflexiva que vai direcionar a atividade motora de cada pessoa, uma condição de anterioridade que coloca o corpo como centro das formas de perceber o mundo: por meio do esquema corporal, toma-se o mundo pela sensibilidade, através do corpo próprio, em sua presença – o que envolve seus gestos e movimentos. Deste modo, junto ao autor compreendemos que a presença do corpo e suas capacidades cinéticas individuais possibilitam, antes, a percepção em si, que vai conformar o esquema corporal, então responsável por elaborar a conduta de um corpo na sociedade e sua consequente expressividade.

No caso dos desfiles de moda, as nuances dos modos de cada ação corporal aparecem de modo mais explícito nas citadas apresentações da Lab e de Ronaldo Fraga, por levarem corpos para além do padrão da moda às passarelas, e mesmo os de modelos não profissionais, pouco absortos em técnicas do desfilas. As diferenças expressas já se evidenciam em função da execução das próprias estruturas corporais diversas, mas a partir da compreensão da noção de esquema corporal, que nos coloca a questão da experiência como configuradora dos modos de um corpo, é preciso considerar também que os contextos sócio-históricos experienciados por cada sujeito que desfila estão impressos em sua expressividade corporal.

No exemplo do desfile promovido por Ronaldo Fraga, o que percebemos como certa tensão na ação de algumas modelos talvez seja fruto da pouca familiaridade das não-profissionais com as técnicas do desfilas e do ineditismo de sua presença em passarelas de moda, mas também pode ser reflexo de suas próprias experiências no mundo, referentes à sua condição de pessoas transexuais em uma sociedade preconceituosa. Ao mesmo tempo, tais experiências negativas são ativadas por algumas dessas modelos em modo de enfrentamento pela afirmação positiva de sua presença, como nos casos das modelos trans que realizaram seu desfilas de forma pronunciada; por sua vez, é uma situação que possui certas diferenças em relação à da modelo trans profissional, que operou as técnicas pelas quais o mundo da moda espera de sua realização. A experiência no mundo constitui saberes incorporados que se realizam em conformidade com cada subjetividade e opera como condutor referencial que vaza a direcionamentos de desfiles, impressos e expressos no corpo à visualidade nos modos do desfilas. A presença desses corpos no espaço privilegiado da beleza – a passarela de uma Fashion Week – convoca seus esquemas corporais de forma profunda e reconfiguradora, efetivando a proposta de “Re-existência” que intitulava o desfile de Fraga, reapresentando mulheres trans como belas e figuras da moda referenciais à sociedade.

A presença incontestada da cultura e da história na experiência de vida que conforma cada corpo pode ser percebida também no desfile da Lab, onde maneiras mais pronunciadas de expressões das modelos negras, imponentes e afirmativas em seus modos de desfilas, revelavam sua potência em enfrentamento frente às consequências dos preconceitos e das opressões sociais encarnadas. Tais expressividades permearam as nuances de diferenças corporais na execução do desfilas, como no caso do gesto da modelo que aponta para a frase em seu boné, ou em cada uma das paradas de outras modelos negras e gordas que mostravam dizeres/expressões afirmativos através de nuance de movimento de seus corpos. Ainda que estejamos nos debruçando em exemplificações femininas dos vazamentos corporais, vale destacar o desfilas do cantor Seu Jorge para a Lab, que, sem palavras, pareceu emanar uma força pujante da afirmação negra pela expressividade de seu corpo. Se é possível fazer uma leitura verbal desse ato, uma interpretação poderia ser a de que finalmente corpos negros estavam sendo representados de forma contundente em uma Semana de Moda. Temos, portanto, vazamentos que não somente revelam corpos como particularizados compositórios de estilos, mas que também atestam corpos como potências políticas.

A noção de esquema corporal de Merleau-Ponty nos permite afirmar que mesmo em desfiles padrão, como o exemplificado pela Animale, não podemos pensar em execuções que não sejam fruto de elaborações que partem de experiências específicas, ainda que os corpos e as técnicas realizem aparentemente as mais padronizadas apresentações: promovem

vazamentos corporais e, por vezes, resultam em maneiras do desfilas que instigarão atenção e reconhecimento. Vamos perceber nos desfiles analisados, que os esquemas corporais revelam os modos de ação específicos de cada corpo, em suas tentativas e investimentos em ajustar-se e desenvolver-se em um meio, partindo das experiências que o construíram e foram agregadas ao seu modo de ser e agir de maneira espontânea. Determinado modo do corpo, desenvolvido por ele em sua experiência, se coloca como resultado, mas também como forma de experienciar novas situações através de uma postura ativa – e mesmo reconfiguradora. Pela presença no mundo através do corpo em movimento, constitui e atualiza seu esquema corporal e, em desfiles de moda, operam vazamentos corporais.

Tais considerações evidenciam a centralidade da motricidade corpora: é ativadora e promotora da percepção, da presença e da imagem expressa por cada corpo vestido apresentado nas passarelas no traçado de movimentos estilizantes. É a percepção que se dá pelo corpo e o conforma a modos específicos, como nos desfiles analisados; a cinética e a plasticidade que ativam a presença, orientadas por sua condição sensível e por sua composição cultural, processadas através da experiência única e intersubjetiva com o mundo que lhe confere um sentido motor. O modo com que cada corpo nas passarelas se utiliza das técnicas corporais, e no caso aqui tratado, das técnicas do desfilas, acontece de forma particular, em que a coreografia e os movimentos pretensamente homogêneos de cada desfile são realizados a partir de bagagens pessoais encarnadas de cada modelo. Relacionam-se, cada qual a seu modo, com as mesmas orientações de determinado desfile, seu contexto, entorno, objetos e pessoas da cena. As formas expressas de cada corpo orientam o nosso olhar tanto à forma do desfile em seu conjunto quanto às maneiras com que cada modelo o realiza, entre uma forma coesa e seus vazamentos manifestos.

A partir da noção de esquema corporal de Merleau-Ponty, que nos permite identificar vazamentos corporais nas dinâmicas dos desfiles de moda, podemos nos referir também à noção de estilo elaborada pelo filósofo Luigi Pareyson (1993) em sua teoria da formatividade. Se na atividade de cada modelo podemos reconhecer estilos de desfilas – e, portanto, estilos de aparição do corpo vestido nas passarelas –, temos que o estilo pode ser concebido como resultado de uma atividade configuradora ou um modo de formar que acontece e se revela no próprio fazer, segundo as colocações do autor. Estamos diante de uma maneira individual de materialização da cultura e de determinadas técnicas do corpo e do desfilas, que são elaboradas e expressas no fazer, no uso específico empregado por cada corpo-sujeito, tendo desenvolvido e continuando a desenvolver e a atualizar seus modos de ser.

Todo ato da pessoa tende a definir-se em uma forma que seja dotada desse mesmo caráter de totalidade viva que qualifica a pessoa. E todo ato e todo estado da pessoa trazem a marca inconfundível da pessoa, contendo-a toda, retratando-a, exprimindo-a. Por um lado, a pessoa é uma forma que revela e exprime totalmente em cada um de seus estados e de seus atos e, pelo outro, todo ato da pessoa é necessariamente plasmador e figurador, e tende à realização de formas. Todo ato da pessoa é formativo e expressivo ao mesmo tempo (PAREYSON, 1993, p. 177-178).

Oriundo de cada esquema corporal e, ao mesmo tempo, conformando-o em seu modo de estar e se apresentar no mundo, estilos de presença são revelados nas imagens de corpos vestidos nas passarelas, especialmente percebidos nos vazamentos corporais que são agenciados nos contextos de certo modo padronizados dos desfiles de moda. Afinal, os corpos das modelos não são estruturas vazias de experiências, mas vazam enquanto expressão corporal e manifestam estilo em meio a uma ação homogeneizante, como mais um elemento da presença humana que os distinguem de manequins de madeira ou cabides.

Considerações Finais

Com base nas discussões apresentadas, defendemos a noção de vazamentos corporais, tendo como ponto de ancoragem a imagem e a ação dos corpos em desfiles de moda. Os breves casos aqui apresentados¹² serviram de exemplos para observarmos as nuances das personalidades na expressividade de cada corpo que desfila. No presente artigo, evidenciamos a importância da motricidade na relação corpo-movimento-mundo e mostramos que as técnicas do desfilarm são sujeitas a experiências únicas das modelos e seus corpos, que acabam por expressar, por meio de vazamentos corporais, modos pessoais da atividade corporal. É essa expressividade, constituída de maneira intersubjetiva e expressa de modo particular, que elabora as formas plásticas da aparição dos corpos vestidos, visíveis na atividade do mostrar executada pelos corpos que desfilam.

Ao considerarmos a existência de técnicas que se conformam na cultura e permitem a expressividade dos corpos, é possível partir da própria cotidianidade para se pensar na dimensão dos vazamentos corporais nos desfiles de moda, e, conseqüentemente, voltarmos com essa noção à vida corrente, compreendendo que cada corpo, em toda situação e contexto, é realizador de uma vida, compondo um corpo-estilo. Portanto, podemos dizer dos vazamentos corporais também no dia a dia, manifestos em cada ser e em cada fazer dos corpos nos diversos tipos de atividades.

Gostaríamos, ainda, de assinalar que a utilização de corpos para além do padrão nas passarelas vem se estabelecendo, orientada por amplas demandas sociais em favor da diversidade. Elas podem, finalmente, provocar reestruturações sobre os valores de beleza corporal na moda e na sociedade, ao menos em longo prazo. Tal investida representa, a nosso ver, um importante papel para o mundo da moda, uma vez que, como instituição influente, principalmente na divulgação de tipos corporais, seria capaz de contribuir de maneira significativa e potente para as mudanças de paradigmas socialmente demandadas. Assim apresentados, os desfiles de moda refletem e podem reivindicar o sentido de nossa própria época.

As passarelas da moda, em sua história, se apresentaram ora como instituidores de um modelo e um padrão de apresentação, sustentando ferozmente determinados tipos corporais, ora como espaços de experimentação do corpo, da própria moda e das artes, como nos anos 1960. Além de instrumento de uma indústria, a composição artística e a dimensão estética dos desfiles os tornam capazes de instigar sentimentos e mesmo de realizar o que a

¹² Analisados em profundidade na tese (LEAHY, 2018), a partir de vídeos.

palavra “moda” comporta: ser um formato que destitui a si mesmo, de mudança constante através da criatividade. Quando reconhecemos os desfiles de moda como espaços de experimentações, de mostras de formas de relações entre corpo e roupa, e também de maneiras da aparição humana em estruturas e modos corporais, acreditamos que podem figurar efetivamente como espaços de sugestão de possibilidades amplas de presença e aparição.

Referências

CAST MODELS. **Informativo da agência de modelos CAST MODELS**. Arquivo pessoal. Salvador, 2003.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. E-book: eBooksBrasil.com, 2003.

DUGGAN, Ginger Gregg. O maior espetáculo da terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte performática. In: **Fashion Theory: a revista da moda, corpo e cultura**, v.1, n. 2. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2002.

EVANS, Caroline. Le défilé de mode au début du XXe siècle à Paris: esthétique industrielle et aliénation moderniste. In: MUSÉE GALLIERA. **Showtime. Le défilé de mode**. Catalogue d'exposition: Musée Galliera, Paris, 3 mars/30 juillet, 2006. Paris: Paris Musées, 2006.

EVANS, Caroline. O espetáculo encantado. In: **Fashion Theory. A Revista da Moda, Corpo e Cultura**, v. 1, n. 2, São Paulo: Anhembi Morumbi, 2002.

HELBO, André. Introduction. Polysémies de la performance. In: HELBO, André. (Org.). **Performance et savoirs**. Paris: De Boeck Supérieur, 2011. p. 7-12.

LAPPARTIENT, Vincent. Le défilé spectacle. In: MUSÉE GALLIERA, **Showtime. Le défilé de mode**. Catalogue d'exposition. Musée Galliera, Paris, 3 mars/30 juillet, 2006. Paris: Paris Musées, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles; Serroy, Jean. *L'esthétisation du monde*. Paris: Éditions Gallimard, 2013.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. 2ª ed. Trad. Sonia M. S. Fuhrmann. Petrópolis: Vozes, 2007.

LEAHY, Renata Costa. **Metáfora do cabide: corpo e aparição nos desfiles de moda**. 419 f. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade; Doctorat en Langues, Littératures et Civilisations Romanes: Portugais) – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Universidade Federal da Bahia; École Doctorale Lettres, Langues, Spectacles, Université Paris Nanterre; Salvador / Nanterre, 2018.

MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 399-422.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. Trad. Carlos Alberto Ribeiro de Moura. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

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

PAREYSON, Luigi. **Estética: teoria da formatividade**. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1993.


POIRET, Paul. Le mannequin. In: CHARTON, Ariane. **Le goût de la mode**. Paris: Mercure de France, 2017, p. 36.

QUICK, Harriet. **Défilés de moda: une histoire du mannequin**. Courbevoie: Éditions Soline, 1997.

VALVERDE, Monclar. **Estética da comunicação – sentido, forma e valor nas cenas da cultura**. Salvador: Quarteto, 2007.

Agradecimentos

Revisora do texto: Larissa Molina Alves, Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). E-mail: larimolina@gmail.com



Corpo, performance e a fotografia publicitária de moda: a aura de luxo em marcas do mercado jovem e popular

Body, performance, and fashion advertising photography: the aura of luxury in youth and popular market brands

Roberta Del-Vechio¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2732-8519>

Rafael José Bona²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2116-2407>

[**resumo**] A fotografia publicitária de moda, por meio de seus arranjos estéticos, procura produzir o sentido da marca, sua identidade e personalidade. Nessas imagens, o corpo e a performance passam a ser elementos importantes na produção de moda, principalmente na construção de uma aura do luxo em mensagens publicitárias de marcas do mercado jovem e popular. O objetivo deste artigo é investigar como o corpo performático se articula nas fotografias publicitárias de moda contemporânea, ao produzir arranjos estéticos e efeitos de sentido de luxo em marcas de moda populares e jovens. A pesquisa se classifica como qualitativa e exploratória e utiliza o método de estudo de caso. Como principal resultado constata-se que pelas imagens abordadas tem-se indicadores que apontam para um certo padrão que caracteriza a aura e os efeitos do luxo e um deles é o corpo performático. Os corpos se articulam de forma a dar conta da identidade da marca e do comportamento do público a que se destina a campanha de publicidade.

[**palavras-chave**] **Moda. Fotografia publicitária. Corpo. Luxo. Moda popular.**

[**abstract**] Fashion advertising photography, through its aesthetic arrangements, seeks to produce the meaning of the brand, its identity and personality. In these images, the body and performance become important elements in the production of fashion, especially in the construction of an aura of luxury in advertising messages from brands in the young and popular market. The aim of this article is to investigate how the performing body is articulated in advertising photographs of contemporary fashion, producing aesthetic arrangements and effects of a sense of luxury in popular and young fashion brands. As a main result, it appears that the images addressed have indicators that point to a certain pattern that characterizes the aura and the effects of luxury in photographs of advertising campaigns in the youth market and popular market: one of them is the performing body. The bodies are articulated to account for the brand identity and the behavior of the audience for which the campaign is intended.

[**keywords**] **Fashion. Advertising Photography. Body. Lux. Popular fashion.**

Recebido em: 22-04-2022

Aprovado em: 20-06-2022

¹ Doutora em Comunicação e Linguagens (UTP). Docente do Centro Universitário de Brusque (Unifebe). E-mail: rovechio@gmail.com. Link para o Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8046438283815543>.

² Doutor em Comunicação e Linguagens (UTP). Docente da Universidade Regional de Blumenau (Furb) e da Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Atua como pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE/Furb). E-mail: bona.professor@gmail.com. Link para o Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4474574048534791>.

Introdução

A comunicação de moda, seja em catálogos, publicidade e editoriais tem como prioridade elaborar imagens com o objetivo de transmitir o conceito da marca e o comportamento do público a quem se destina. O corpo performático, então, ganha força. A fotografia publicitária de moda, como potencialidade comunicativa, propaga pela performance do corpo, um universo de valores, de crenças e de visibilidade da marca. Lojas de departamento destinadas ao público jovem e popular acabam retirando das marcas designadas ao mercado de luxo, a aura, os efeitos do luxo impressos nas campanhas desse segmento. A forma de se fazer ver das marcas populares e jovens, por vezes, confundem os consumidores sobre o que viria a ser uma marca de luxo, ou quais produtos são de fato de luxo ou alocam o conceito para objetos do cotidiano valorizados pelo consumidor. Ou seja, existem percepções diversas a respeito de um objeto de “luxo” para o consumidor.

Alguns indicadores podem ser pensados quando se tenta verificar o porquê de haver tanta confusão na mente do consumidor sobre a ideia de luxo no âmbito da moda. O primeiro trata-se das ações de marketing, principalmente das lojas populares. Um exemplo foi quando a Riachuelo (loja de departamento), em 2013, abriu loja conceito na Oscar Freire em São Paulo, no coração da sofisticação e do luxo do varejo. Ou ainda, quando a Riachuelo fez parcerias com estilistas ou empresas como a Swarovski, em 2014, na criação de produtos diferenciados, cravejados de cristal, com a aura das grandes marcas de luxo, ao mesmo tempo em que utiliza como garota propaganda em uma de suas campanhas de verão, a cantora popular de *funk*, Anitta. O segundo indicador é a questão da internacionalização e da produção de imagens nas campanhas das lojas jovens e populares. Lojas de departamento como Zara, H&M, C&A, Forever 21 e lojas como Gap, Calvin Klein, Colcci, Diesel se espalharam imprimindo nas suas campanhas publicitárias arranjos estéticos com destaque para a performance do corpo e a aura das campanhas do mercado de luxo.

Desse modo, buscando investigar como o corpo performático se articula nas fotografias publicitárias da moda contemporânea com arranjos estéticos que produzem a aura e efeitos do luxo em marcas de moda populares e jovens, o presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa e exploratória. O método utilizado para esta investigação é o estudo de caso. São selecionadas fotografias de campanhas publicitárias do segmento de moda jovem e do segmento de moda popular. A seleção dessa amostra não-probabilística se dá por critério de intencionalidade por serem marcas que investem em grandes campanhas de visibilidade (alcance e frequência de mídia), alocadas no processo transnacional – ou que fazem parcerias com designers renomados e reconhecidos internacionalmente - além de utilizarem arranjos estéticos que traduzem os efeitos do luxo e o corpo performático como elemento principal de enunciação nas peças publicitárias.

Mercado da moda e o luxo

Nas últimas décadas, a moda tem tomado cada vez mais espaço na vida cotidiana, mostrando-se acessível e disseminada, permitindo, assim, que os consumidores estejam constantemente informados sobre as tendências mundiais, independentemente de fatores sociais ou econômicos. O mercado de moda, por consequência, também tem crescido. Assim,

surgem constantemente novas marcas e tecnologias, sempre atentas às profundas mudanças que o setor vem sofrendo, entre as quais cita Guidi (2005, p. 1): “o comportamento do consumidor; a competitividade cada vez mais acirrada, o surgimento de propostas do mercado varejista, as inovadoras formas de comunicação”. Dessa forma, a moda tornou-se, por si só, “um fenômeno social, cultural e econômico tão fascinante e digno de estudo quanto a literatura, o teatro e as belas-artes” (JONES, 2005, p. 6).

A moda envolve não apenas um mercado de produtos, mas também de comportamentos. Afinal, “a mudança é o único fator constante na moda. A indústria é a iniciadora da mudança, mas é no varejo que os fatores racionais e emocionais se unem para induzir o consumidor a comprar artigos de moda” (COBRA, 2007, p. 18). Para tentar criar marcas fortes, levar o consumidor até o varejo e mostrar a clara segmentação de mercado ao qual a empresa pertence, o setor de marketing das empresas de moda promovem grandes investimentos financeiros em campanhas publicitárias.

O mercado da moda é constituído por pessoas cuja mente está voltada para o simbolismo social da posse de bens e de aceitação geral. Porém, esses indivíduos diferem muito em seus interesses, gostos, desejos e preferências pessoais. Por isso, faz-se necessária a segmentação desse mercado. Segundo Cobra (2007), a divisão do mercado em grupos de indivíduos pode ser feita levando-se em conta aspectos demográficos, geográficos ou psicográficos. Assim, normalmente, o mercado da moda envolve três principais segmentos: mercado jovem (abrange desde adolescentes a partir dos nove anos até universitários); mercado de baixa renda (abrange as classes C, D e E) e mercado de luxo (abrange as classes A e B). A palavra luxo origina-se do latim, *luxus*, que significa ostentação, abundância, refinamento. Significa também o objeto restrito, pouco acessível. Observa-se o luxo como característica para a diferenciação social, devido à exclusividade que ele proporciona. (D'ANGELO, 2006).

O luxo é criado pelos homens, “é uma invenção social. É um conjunto de significados atribuídos a determinados objetos e atividades. Nada é intrinsecamente luxuoso; é preciso que assim seja chamado” (D'ANGELO, 2006, p. 26). Para Allérès (2000), o nome luxo é significado de beleza, estética, refinamento, objetos lúdicos, despertador de sonhos, fora do comum. O termo prestígio é usado muitas vezes em detrimento da utilização da palavra luxo, que vem do latim *praestigium*, que significa ilusão. “O termo luxo é este cuja definição envolve, ao mesmo tempo, as especificidades dos bens de prestígio e as dos produtos de alto nível” (ÁLLERÈS, 2000, p. 109).

Do ponto de vista histórico, antes do luxo ser “uma marca da civilização material, este nasceu como um fenômeno de cultura, uma atitude mental que se pode tomar por uma característica do humano, que sempre quer se afirmar no seu poder de transcendência, de sua não animalidade” (LIPOVETSKY, 2005, p. 22). Segundo Allérès (2000, p. 27), o luxo é considerado uma necessidade falsa, mas que expressa uma melhoria na sociedade: “‘falsas necessidades’, que agradam a personalidade profunda e o imaginário, satisfeitas por bens aparentemente mais inúteis, mais refinados, às vezes supérfluos, de mais alta qualidade”. Para uma marca ser considerada de luxo, é necessário que ela tenha reconhecimento, uma identidade e possua uma autoria, conforme descreve D'Angelo (2006, p. 28):

É necessário um rótulo, um carimbo que diferencie o produto ou serviço de luxo dos demais. E esse rótulo, com o passar do tempo, vai se tornando um referencial, um sinônimo de luxo por si só. As marcas conferem identidade ao luxo, uma face própria. A questão da marca é importante e merece ser aprofundada. Não existe luxo anônimo, sem autoria. Assim como a assinatura de um pintor conhecido empresta prestígio a uma obra de arte, a grife faz o mesmo com o produto.

O luxo acaba tendo visões diferentes de acordo com o poder de consumo de cada pessoa. Para os consumidores, simboliza um “troféu pelo cotidiano marcado por muito trabalho e privações na esfera pessoal” (D’ANGELO, 2006, p. 108). O luxo possui uma aura, um efeito materializado pelo brilho, pelas pedras, pela luz: “brilha e tem uma queda pelo ouro, as pedras e os brilhantes; por extensão, cada objeto torna-se quase uma joia em si. O aspecto visível é também essencial: o luxo precisa ser visto, ao mesmo tempo, por si mesmo e pelos outros” (KAPFERER, 2004, p. 73).

Assim, é possível observar que o luxo ultrapassa as necessidades, afinal de contas, “se as necessidades objetivas têm um limite, o campo dos desejos é ilimitado. [...] O desejo é a expressão das necessidades e, sem ele, estas não podem ser nem procuradas, nem satisfeitas” (ALLÉRÈS, 2000, p. 35). Dessa forma, o sistema do luxo se dedica com afinco à produção contínua de produtos que despertem o desejo e, por consequência, levem ao prazer. Tais produtos têm por características, segundo D’Angelo (2006), serem de qualidade, caros, raros, esteticamente elaborados e, acima de tudo, serem dotados de uma marca que os diferencie – é assim que, com o passar do tempo, a marca acaba se tornando um luxo por si só. Há, no entanto, uma segmentação de produtos de acordo com as classes sociais capazes de consumir o luxo.

A classe mais bem provida economicamente, que em todos os momentos históricos foi capaz de consumir o luxo, se entrega a compra de objetos tradicionais e mais seletivos, mais raros e caros. A classe intermediária, que deve sua vinculação à nova burguesia, deseja por distinção, porém, pouco audaciosa, se satisfaz com objetos fabricados em “pequenas séries” pelos criadores de moda. Ela se situa entre o mimetismo diante da classe dominante e uma distinção reafirmada na relação com a classe média, advinda das gerações pós-guerra, representa a maior parte dos que procuram “objetos em série”. Para eles, adquirir produtos sucedâneos (perfumes, acessórios da moda) é aderir ao patrimônio cultural das marcas e ter acesso ao seu território.

Na tentativa de aprofundar a questão do luxo, parece interessante a abordagem do “bom gosto” feita por Landowski (1977). Identificar publicamente o gosto, declarar o que nos agrada, para o autor, é um ato isento de funcionalidade imediata, mas que em compensação é um modo de nos identificar diante dos outros e, também, de nós mesmos: “é a maneira mais espontânea de afirmar quem somos e de fazer saber a outrem, o que somos” (LANDOWSKI, 1977, p. 98). Independente de qual objeto dentro da hierarquia do luxo, se associar a qualquer um deles, parece fortalecer uma identidade pessoal cuja identidade do produto já foi forjada pela mídia. Gosto não se discute? No campo do luxo, campanhas publicitárias realizadas com a mais perfeita técnica e competência, parece fazer ver e valer, que o gosto por objetos de luxo não se discute. Pressupõe-se que associar as marcas consagradas trará

ao sujeito, um lugar social almejado, mesmo que forjado, capaz de identificá-lo como alguém de bom gosto. A publicidade enuncia referências do bom gosto, dá o tom do que Landowski comenta sobre a “essência” da pessoa, o elemento explicativo de uma suposta irreduzibilidade dos gostos pessoais. Contudo, como a natureza da moda é efêmera, pode-se dizer que o gosto, mesmo pelo luxo, pode mudar conforme a evolução dos gostos sociais. O sujeito vai ter a preocupação de “manter-se a cada momento (e quase a qualquer custo), em conformidade com o que a evolução dos gostos e dos usos sociais – quer dizer, a moda - exige. E tal preocupação seria fácil de entender” (LANDOWSKI, 1977, p. 106). Dessa forma, o sujeito vai construindo a longo prazo sua imagem, não pelo que ele realmente pensa, mas pela posse de objetos que constituem sua identidade.

Uma outra questão apresentada por Landowski (1977), é a questão da “mundanidade”, na condição do ajustamento do sujeito que age segundo as normas sociais. Como seres camaleões, da predominância da regulação pelo *ethos*. A “mundanidade”, então, designa uma forma de sociabilidade, relacionada a uma grande valorização individual de pertencimento a certos círculos fechados. Ter um produto de luxo ou um produto com a aura do luxo, de alguma forma, mesmo que por razões emotivas, coloca o sujeito em um espaço de aceitação.

Corpo, performance e fotografia publicitária de moda

Na sociedade contemporânea, sociedade dos valores da beleza, do sucesso pelos predicados corporais, o corpo passou a ser valorizado não apenas pela apreciação do belo, mas, como suporte do espetáculo, de signos que conectam as pessoas com o mundo de possibilidades e referenciais imagéticos. Em relação à fotografia de moda, especificamente, Rainho (2008, p. 79) aponta que ela se tornou popular nos editoriais, entretanto, “as publicações especializadas vivem da distorção sistemática entre o seu discurso e as práticas efetivas”.

O Corpo é um dos canais de materialização do pensamento, do perceber e do sentir o circundante. É o responsável por conectar o ser com o mundo que se habita. A condição do homem é corpórea, suas fronteiras são traçadas pela carne, pelo limite físico que o compõe, que o distingue de outro indivíduo. [...] é um suporte sensível que articula-se com diferentes códigos processando continuamente uma série de significantes, que por sua vez processam significados” (CASTILHO; GALVÃO, 2002, p. 64).

Campanhas publicitárias e videoclipes de artistas destacam o corpo e a performance como elementos de valor, de identidade e de comportamento. A midiatização do corpo performático e a apresentação cultural do corpo faz parte do cenário social. Pode-se citar como exemplo as campanhas publicitárias do estilista Tom Ford e o lançamento do perfume *Black Orchid* da *Tom Ford For Man*, que foi desenvolvido para que o cheiro lembrasse as partes íntimas (Figura 1).

FIGURA 1: CAMPANHA PUBLICITÁRIA TOM FORD FOR MAN



Fonte: Campanhas de Tom Ford (material de divulgação).

Os referenciais imagéticos constituídos pelas *performances* do corpo, como efeitos de representação, assim como no desfile contemporâneo, ganham força pela proliferação da mídia, num processo formador de exaltação da aparência e pela busca desse ideal narcísico (SANTAELLA, 2003). Houve uma mudança no papel dos objetos que deriva da revolução na apresentação cultural do corpo. A mídia reforçou a participação do corpo físico na constituição da subjetividade de dois modos: pela publicidade de cosméticos, fármacos e instrumentos de aperfeiçoamento da forma corporal; pela identificação de certos predicados corporais ao sucesso social (VILLAÇA, 2007). O corpo midiático acaba criando nos sujeitos uma nova educação dos sentidos. Muda-se a percepção sobre a ideia de corpo e a performance valida os arranjos estéticos na midiaticização do corpo espetáculo.

A *performance* é uma ação, uma comunicação corporal produtora de sentidos e significações, concebida em um determinado contexto. Ela envolve qualquer processo de expressão corporal, entendendo-se também que toda manifestação do corpo é fonte de mensagens, seja com gestos, movimentos e ações (GLUSBERG, 2009). Brasil (2014), destaca o caráter performativo das imagens contemporâneas e que hoje convive com uma dimensão representacional e performativa, na qual se performam formas de vida em que as imagens não parecem apenas representar ou figurar, mas inventar, produzir formas de vida que mantêm com a obra uma relação de continuidade em certos aspectos e descontinuidade em outros. Isso nos permitiria afirmar que as performances que ali se produzem, estão simultaneamente no mundo vivido e no mundo imaginado, elas são a um só tempo, forma de vida e forma de imagem.

Ao discutir a questão da performance no cinema, Brasil (*op.cit.*) diz que a performance estaria entre o gesto e a *mise-en-scène*. No presente estudo, é possível afirmar que a fotografia publicitária de moda coloca em cena o gesto. Brasil (2014, p. 135) considera que:

“se o gesto é a exposição de um corpo em sua medialidade e se a *mise-en-scène* é um ordenamento, a performance será justamente o estado limiar no qual a tensão entre um e outro se explica, se expõe”. Um exemplo de performance na produção fotográfica é a campanha para John Galliano - linha *Underwear* (figura 2). Uma imagem na qual o corpo performático é o suporte para a visualidade da marca. Temos visualmente o equilíbrio entre o gesto e a *mise-en-scène*. Parece uma cena de teatro congelada no auge da sua expressividade corporal, da sua força. Embora voltada para questões da literatura, parece pertinente a definição de Zumthor (2007, p. 33) sobre a afirmação de uma forma-força:

Entre o sufixo designado uma ação em curso, mas que jamais será dada por acabada, e o prefixo globalizante, que remete a uma totalidade inacessível, se não inexistente, performance coloca a “forma”, improvável. Palavra admirável por sua riqueza e implicação, porque ela refere menos a uma completude do que a um desejo de realização. Mas este não permanece único. A globalidade provisória. Cada performance nova coloca tudo em causa. A forma se percebe em performance, mas a cada performance ela se transnuda.

A performance articula, assim, força e forma. As campanhas publicitárias de moda que utilizam na fotografia a força e a forma como principal possibilidade de comunicação, têm alguns desafios: um deles é transformar o corpo ordinário em identidade de marca – materializar os desejos dos criadores de moda e personificar identidades e comportamentos pelos arranjos estéticos, de forma que mobilize a percepção do consumidor e o leve a compra. Ou seja, “na moda a fotografia permite a saída do corpo ordinário, comum, e a construção de uma nova identidade de modo completamente livre e fantasioso” (MARRA, 2008, p. 57).

FIGURA 2: CAMPANHA PUBLICITÁRIA UNDERWEAR GALLIANO



Fonte: Campanhas de John Galliano (material de divulgação).

FIGURA 3: CAMPANHA PUBLICITÁRIA GUCCI



Fonte: Campanha da Gucci (material de divulgação).

Em suma, existem efeitos de representação sobre o corpo em que a performance passa a ter papel importante na fotografia publicitária de moda. Esses efeitos sobre o corpo se dão por meio das novas configurações, das transformações tecnológicas de comunicação publicitária e inserção das possibilidades infinitas de transformação da imagem que, ao longo do século XX, nos levaram a diagramar, imaginar e fantasiar determinadas existências corporais, nas formas de sonhar e de desejar o que propõe (MARRA, 2008).

A fotografia publicitária de moda passa a funcionar quase como um espelho da marca. Espelho em que o corpo e a performance retratam uma produção de visualidade. A imagem produzida reflete uma imagem expandida de ideia de atitude e se inscreve no corpo performático no âmbito da moda: a produção de um corpo como a produção de um mundo de desejo; a produção de visualidade para a subjetividade como proposta de uma produção individualizada de um duplo – eu me *performo* para produzir um outro de mim.

Numa organização sinóptica, os espelhos são peças-chave. Numa sociedade marcada pelo consumo e regida por modelos sinópticos de poder, não são os consumidores, como se poderia previamente deduzir, os espelhos dessa organização. Esses espelhos são os objetos que, absorvendo os sujeitos, mediatizam sua integração com o mundo. Os objetos são agenciadores de subjetividades, promovem o acesso ao espaço, à temporalidade, aos outros e a si mesmo (SANT'ANNA, 2007, p. 61).

A fotografia publicitária de moda na esfera do luxo, já traz por si só um universo próprio de enunciação. A aura e efeitos do luxo incorporados aos arranjos estéticos da produção de moda na fotografia dão voz às marcas, ampliam o poder de comunicação de identidades já bastantes definidas e desejadas pelo consumidor. O corpo performático das campanhas das marcas de luxo traz duplo significado: o do posicionamento das marcas e da subjetividade do luxo agenciados pela visualidade e composição da fotografia.

Aura e efeitos do luxo na fotografia publicitária de moda

Para um avanço sobre a questão do luxo no âmbito da moda, Castilho (2006), esclarece que o mais luxuoso hoje não é exatamente o que foi considerado como item de luxo no passado. A democratização dos bens luxuosos de consumo de moda teve início com a Revolução Industrial, que acabou produzindo tecidos excedentes e, por consequência, causou o barateamento de custos. Se de um lado havia a industrialização, do outro, tínhamos a filosofia da Revolução Francesa que pregava igualdade e democratização de bens para a sociedade.

O luxo na alta-costura torna-se uma indústria da criação que será constituída por grandes grifes, como Chanel, Dior, Lanvin, entre outras. Mas com o *Prêt-à-Porter* os processos de confecção industrializados, passam a ser valorizados, o que possibilita a reprodução de modelos em grandes escalas. As *maisons* sobrevivem, mas com as fusões e conglomerados, passam a ser administradas por grandes investidores. O ritmo do mercado de luxo muda e o luxo ganha nova dinâmica. Passamos do luxo artístico, imortalizado pela Alta-Costura, ao luxo do marketing (LIPOVETSKY, 2004).

É possível dizer que a construção de imagem do produto é, muitas vezes, mais importante do que o próprio produto. Nas fotografias publicitárias de moda de marcas de luxo, os efeitos de brilho, texturas, iluminação, sofisticação pelo tratamento da imagem e, claro, a performance do corpo, dão o tom do que pode ser considerado como aura e efeitos do luxo. A aura ganha ainda mais força na assinatura de grifes que ainda mantém as *maisons* de Alta-Costura. É praticamente impossível não lembrar do texto de Walter Benjamin (1994), *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, ao pensar na questão da aura e no movimento de cópia que começa na Alta-Costura e vai para o *Prêt-à-Porter*, principalmente quando o autor debate a questão da aura e da autenticidade:

O conceito de aura permite resumir essas características: o que se atrofia na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é sua aura. Esse processo é sintomático, e sua significação vai muito além da esfera da arte. Generalizando, podemos dizer que a técnica da reprodução destaca do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na medida em que ele multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência serial. E, na medida em que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ele atualiza o objeto reproduzido (BENJAMIN, 1994, p. 168).

Um exemplo interessante sobre aura e efeitos do luxo são as campanhas da Dolce&Gabbana, marca criada pelos estilistas italianos Domenico Dolce e Stefano Gabbana. Fetiche e feminilidade são um marco recorrente nas fotografias das campanhas. O corpo performático e os efeitos do luxo pelos arranjos estéticos são visíveis na fotografia (figura 4). O brilho, a iluminação, o dourado e o prata que cintilam a luz, o corpo performático com jogo de sombras, fazem os efeitos e a aura do luxo.

FIGURA 4: CAMPANHA PUBLICITÁRIA D&G



Fonte: Campanha da Dolce e Gabbana (material de divulgação).

Outro exemplo interessante são as campanhas da Versace. Na figura 5 é possível perceber os efeitos do luxo pelos arranjos estéticos da produção: o brilho no corpo dos modelos, os detalhes em dourado nos acessórios e a iluminação trazem uma sensação de sofisticação que se reforça numa areia brilhosa. O conjunto da cena com os efeitos do luxo e as performances dos modelos nos remete imediatamente à identidade da marca.

FIGURA 5: VERSACE



Fonte: Campanha da Versace (material de divulgação).

Aura e efeitos do luxo na fotografia publicitária de moda – mercado jovem

A Colcci é uma marca catarinense que pertence ao grupo *AMC Têxtil*, considerado o maior gestor de marcas de moda da América do Sul, também detentor das marcas Forum, Tuffi Duek, Triton e Coca-Cola Clothing. Entre roupas, acessórios e calçados a Colcci comercializa 1.800 itens por coleção que podem ser encontrados no Brasil em 102 franquias e 1.500 lojas multimarcas. Está presente também em 31 países, 1650 lojas multimarcas e 9 franquias internacionais (NOFAKEBRANDS, 2020). Gisele Bündchen, que já havia trabalhado para a marca, foi a modelo escolhida para a campanha de inverno de 2014. Assinado pelo fotógrafo italiano Giampaolo Sgura, o ensaio foi feito em Nova York e contou com o *styling* de Daniel Ueda, cabelo de David Von Cannon e maquiagem de Rose Marie.

FIGURA 6: COLCCI



Fonte: Campanha Colcci (material de divulgação).

A marca Diesel foi criada em 1978, na cidade de Milão, pelos italianos Renzo Rosso e Adriano Goldschmeid, este último dono de uma confecção. O nome foi escolhido porque a palavra significava exatamente a mesma coisa em qualquer lugar do mundo e podia ser pronunciada da mesma forma em diversos idiomas. Tornou-se um ícone da

moda, principalmente em virtude de seus famosos jeans. Já era uma indicação clara de criar uma marca de jeans com apelo global.

A primeira coleção do criativo Nicola Formichetti para a *Diesel* foi para o inverno 2014 e ganhou a apresentação de uma campanha pautada pela referência aos clássicos e modernos. O conceito da campanha, batizado de *Neoclássico*, adiciona, por interferência digital, um arranjo moderno ao conteúdo sofisticado. As fotos são de Nick Knight com edição de moda de Nicola Formichetti.

FIGURA 7: DIESEL



Fonte: Campanha Diesel (material de divulgação).

Calvin Richard Klein foi o fundador que deu nome à marca Calvin Klein em 1968. Na década de 1970, o famoso par de jeans da marca elevou-a a um nível em que entrava definitivamente para o mapa das grandes casas de moda, ficando conhecida mundialmente. A coleção de jeans a preços acessíveis, cuja campanha incluía a estrela Brooke Shields, vendeu cerca de 200 mil pares de calças em apenas uma semana. Para a campanha outono/inverno de 2012, a Calvin Klein *Jeans* resolveu apostar na sensualidade da modelo Lara Stone e do modelo Myles Crosby, que foram fotografados por Steven Meisel. A linha “denim” foi apresentada na campanha *Liquid Metal*: cores mostrando o tom de minerais como o chumbo, o zinco, o bronze e o ouro. A moda masculina privilegiou o brilho e a sedução, com uma produção metropolitana.

FIGURA 8: CALVIN KLEIN



Fonte: Calvin Klein Jeans (material de divulgação).

As três fotografias têm em comum a questão do corpo performático de forma bem clara. Por se tratar de marca jovem, retratam a questão do corpo, o movimento, a questão da atitude jovem tão propagada nas campanhas publicitárias para esse segmento. É o corpo na cena, corpo subjetivo, que sugere identidade, segurança, um certo poder. Uma performance que mostra o corpo desejado, no entanto, um corpo teatral. Afinal, nenhum jovem consegue manter a performance apresentada nas fotografias por muito tempo. É um momento congelado de identidade e atitude que somente a fotografia pode conseguir. É a enunciação de um comportamento.

Sobre a aura e efeitos do luxo, as três marcas utilizam efeitos, seja na iluminação e no tratamento da imagem, que remetem aos aspectos do luxo; a aura do luxo reforçada pelos tons dourados, pelo brilho e objetos de cena que cintilam, em função também da iluminação. Na foto da Colcci, a locação reforça a ambientação luxuosa. Na foto da Calvin Klein, a locação é urbana, mas com um toque refinado pelo cintilante do bronze e do zinco. As roupas nas três fotografias brilham e cintilam. No caso da Colcci, a campanha de inverno de 2014 que já havia sido fotografada com o ator Paul Walker (da franquia *Velozes e Furiosos*), em função do seu falecimento um pouco antes de a campanha ser lançada, teve que sofrer adaptações e a empresa acabou decidindo por mostrar apenas Gisele Bündchen.

A fotografia da Diesel passa uma imagem mais rebelde, mas um rebelde muito arrumado, uma rebeldia organizada, elitizada. A “desordem” é apresentada pelos recursos gráficos e corpos fortes adornados por uma fumaça que dá um tom de irrealidade. Porém, a sofisticação jovem, com os cabelos meticulosamente arrumados, mostra uma faceta do luxo no contexto geral, nos arranjos estéticos da fotografia

Aura e efeitos do luxo na fotografia publicitária de moda – mercado popular

A C&A, uma das maiores redes de varejo do mundo, foi fundada em 1841 e, atualmente, encontra-se com quase duas mil lojas em 24 países. No Brasil, a primeira loja da rede foi inaugurada em 1976, em São Paulo. No ano de 2013 fez uma parceria com o renomado designer Roberto Cavalli. As *animal prints* que tanto fazem parte do universo do italiano estavam presentes em formato de tigre, zebra e leopardo, que se mesclaram com peças em tom de vermelho, azul *klein* e verde esmeralda. Diferente de outras coleções de designers renomados, que usam bons cortes, porém tecidos mais baratos, a coleção Roberto Cavalli foi produzida em seda pura, *jersey* de seda, *cotton* alfaiataria e *cotton satin*, totalizando a confecção de 57 modelos.

FIGURA 9: C&A E CAVALLI



Fonte: C&A e Roberto Cavalli (material de divulgação).

As parcerias entre marcas de luxo e a H&M têm desencadeado muita publicidade nos meios de comunicação especializados. Depois de marcas como a Lanvin, Jimmy Choo ou Viktor&Rolf, a H&M apresentou, em 2011, a parceria com a *Versace*. A coleção de roupa e acessórios para mulheres e homens foram inspiradas nas peças e símbolos icônicos da marca criada por Gianni Versace. A coleção *Versace for H&M* conseguiu reunir peças e padrões marcantes da casa italiana que tem a Medusa como logotipo. Outros símbolos como a chave grega, as tachas ou os estampados exuberantes e coloridos também fizeram parte da coleção – pele, seda e *cashemere* foram alguns dos materiais em destaque.

FIGURA 10: H&M



Fonte: Campanha H&M e Versace (material de divulgação).

Stella McCartney assinou a primeira coleção para a *C&A*, em 2011, obtendo o êxito de em apenas um dia esgotar em várias lojas. Na sua segunda coleção, que foi comercializada nas lojas, em novembro de 2014, foram incluídas linhas que não existiam em 2011 (*beachwear*, infantil e acessórios). A coleção de verão apresentou calças, blazers, *leggings*, shorts e macacões, em tons pastel combinados a dourados e preto e branco.

FIGURA 11: C&A E MCCARTNEY



Fonte: Campanha C&A e Stella McCartney (material de divulgação).

As três fotografias têm em comum algo muito importante e um pouco diferente das fotografias das campanhas do mercado jovem, quando se trata da aura do luxo e efeitos do luxo: existe uma assinatura, a aura de um grande designer e de uma grife de luxo. Só por esse motivo, as fotografias exigem nos seus arranjos estéticos, um tratamento, um cuidado que vai garantir que a imagem da marca popular, associada a grife de luxo, tenha uma identidade, um efeito que lembre a empresa parceira. Se as marcas de luxo têm como potencial comunicativo a performance, a articulação do corpo enunciativo, as fotografias das marcas populares não poderiam ter um efeito diferente senão os efeitos do luxo impressos nas campanhas de grifes de luxo.

Essas três fotografias, além do corpo performático, do corpo colocado em cena, do corpo identidade, têm também os efeitos do luxo pela iluminação, pelo brilho, os efeitos dourados e cintilantes. Interessante a fumaça na fotografia C&A e Cavalli, que lembra os efeitos da fotografia Diesel, a sofisticação noturna e a exacerbação dos dourados e rebuscados da roupa. A iluminação, que faz vivo o dourado, ganha destaque nas fotografias C&A e Cavalli e C&A e McCartney. Na fotografia H&M e Versace, a opção dessa peça foi trabalhar a imagem em preto e branco (P&B), o que traz certa teatralidade à fotografia. Mesmo assim, é possível perceber o alto grau de sofisticação das roupas aliadas à performance das modelos.

O recurso P&B reforça o alto padrão das peças e os efeitos do luxo, como o brilho molhado e a erotização do corpo, com os dois modelos masculinos atrás da modelo, o que também lembra os efeitos da fotografia da Diesel. Novamente, nota-se a ideia de atitude de quem possui identidade, de quem está colocado no seu lugar no mundo, na sua relação social com outros sujeitos, de quem tem a certeza de que será aceito pelo grupo almejado. Nas fotografias da H&M e da Versace um dado diferente das outras fotografias é a divulgação do preço – o que é interessante para esse contexto, recolocando a peça, a roupa e os arranjos estéticos na dimensão de uma marca popular.

Considerações Finais

No âmbito da moda o que se vê atualmente, em função dos avanços tecnológicos e o potencial de investimento dos grupos administradores dos conglomerados da moda, seja do mercado de luxo ou não, é a possibilidade de fazerem produtos cada vez mais parecidos e com qualidade similar. A qualidade de produtos não é mais um diferencial a ser explorado nas campanhas publicitárias de moda. Empresas concorrentes têm processos produtivos e se apropriam da cadeia da moda de forma muito parecida. Então, o que faz de fato diferença para marcas que trabalham dentro da perspectiva do *branding*, da gestão de marcas, é o design e a comunicação. No que tange à comunicação, a produção de imagem que traduza a identidade de marca, passa a ser fundamental para se diferenciar dos concorrentes.

A fotografia publicitária de moda ganha força na tradução do sentido e na identidade da marca para o público. Se moda é também comportamento, a performance e o corpo performático têm destaque nas produções fotográficas, pois de forma subjetiva alcança o emocional dos consumidores, ao mesmo tempo em que materializa a promessa da marca em imagem parada, congelada. Quando se soma à produção fotográfica de moda ao universo de luxo, amplia-se a voz das marcas e um campo novo de enunciação se mescla à teia da comunicação de moda que por si só já trabalha com sonhos, desejos, preceitos de felicidade e de *status*. O luxo de fato tem sua aura e seus efeitos que envolvem não somente a questão física do produto, mas de toda promessa que um produto de luxo almeja cumprir, seja a tentativa de aceitação social pelo sujeito, a necessidade de ser reconhecido como alguém de bom gosto ou a reafirmação social de outros sujeitos; aos que já pertencem à alta elite, que ao adquirirem produtos de luxo inacessível, reafirmarão sua posição como pertencentes da classe emblemática.

O objetivo deste trabalho foi investigar como o corpo performático se articula nas fotografias publicitárias da moda contemporânea, produzindo arranjos estéticos e efeitos do luxo em marcas populares e jovens. Pelas imagens abordadas têm-se indicadores que apontam para um certo padrão que caracteriza a aura e os efeitos do luxo em fotografias de campanhas publicitárias do mercado jovem e mercado popular: um deles é o corpo performático. O corpo como o de um ator em cena, tem grande relevância nas fotografias estudadas. Os corpos se articulam de forma a dar conta da identidade da marca e do comportamento do público a que se destina a campanha. Para que a aura do luxo apareça, se faça ver, arranjos estéticos articulados com tecnologias de tratamento de imagem refletem efeitos do luxo, como os brilhos, os cintilantes, a exacerbação dos dourados, a iluminação que reforça o

brilho do cenário e das peças de moda, ou o efeito P&B que dá teatralidade a encenação; efeitos já acolhidos, assimilados pelo público em função das campanhas das grandes grifes. Ou seja, são as grifes de luxo que determinam o padrão visual e os efeitos de representação do luxo nas campanhas são reverberados em campanhas do mercado de moda jovem e popular.

No mercado popular, as parcerias de criações com as grifes de luxo, reforçam tal posicionamento, no que se pode chamar de dupla identidade: a da marca popular e a dos criadores das grandes grifes de luxo. É interessante notar que as fotografias publicitárias de moda do mercado jovem, correm o risco de serem mais parecidas em termos de arranjos estéticos do que as fotografias do mercado popular, cujas coleções são feitas em parceria com grandes grifes, justamente pelo fato de as grifes já terem uma identidade bem definida. Em síntese, as fotografias deverão mostrar a natureza das diferentes identidades dos criadores, o que de certa forma, garante arranjos estéticos e performances que sejam possíveis de serem identificadas e diferenciadas pelo público consumidor.

Referências

ALLÉRÈS, Danielle. **Luxo**: estratégias marketing. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BRASIL, André. A performance: entre o vivido e o imaginado. In.: PICADO, Benjamin; MENDONÇA, Carlos Camargos; FILHO, Jorge Cardoso (Org). **Experiência estética e performance**. Salvador: EDUFBA, 2014.

CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo: Editora Esfera, 2002.

CASTILHO, Kathia. A Produção do Luxo na Mídia. In CASTILHO, Kathia; VILLAÇA, Nizia (Org.). **O novo luxo**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

COBRA, Marcos. **Marketing & moda**. São Paulo: Ed. Senac, 2007.

D'ANGELO, André Cauduro. **Precisar, não precisa**: um olhar sobre o consumo de luxo no Brasil. São Paulo: Lazuli, 2006.

GLUSBERG, Jorge. **A arte da performance**. São Paulo. Perspectiva, 2009.

GUIDI, Maria Carolina Pontes. Marca, identidade e comunicação na moda. **Revista Brasileira do IBModa**, n. 1, jan./mar. 2005.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: manual do estilista. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.

KAPFERER, Jean-Noel. **As marcas, capital da empresa**: criar e desenvolver marcas fortes. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

LANDOWSKI, Eric. Gosto se discute. In LANDOWSKI, Eric; FIORIN, José Luiz (ed.). **O gosto da gente, o gosto das coisas**: abordagem semiótica. São Paulo: EDUC, 1977.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarola, 2004.

MARRA, Claudio. **Nas sombras de um sonho**: história e linguagens da fotografia de moda. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

NOFAKEBRANDS. **Conheça a Colcci**. [2020]. Disponível em: <https://nofakebrands.com.br/conheca-a-colcci/>. Acesso em: 25 jun. 2022.

RAINHO, M. do C. T. As imagens da moda e a moda das imagens. **dObras** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 2, n. 4, p. 76–83, 2008. DOI: 10.26563/dobras.v2i4.337. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/337>. Acesso em: 26 jun. 2022.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-moderno**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.


SANT'ANNA, Mara Rubia. **Teoria de moda**: sociedade, imagem e consumo. Barueri, São Paulo: Estação das Letras Editora, 2007.

VILLAÇA, Nízia. **A edição do corpo**: tecnociência, artes e moda. Barueri, São Paulo; Estação das letras e Cores Editora, 2007.

ZUMTHOR, Paul. Em torno da idéia de performance. In: ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

Agradecimentos

Revisora do texto: Aline Vaz, Doutora em Comunicação e Linguagens pela UTP e professora do PPGCom/UTP. E-mail: alinea900@gmail.com.



**Entre a
fotografia e
a moda: do
princípio dual
à imagem
de moda em
Steichen e Poiret**

*Between photography
and fashion: from
the dual principle to
the fashion image in
Steichen and Poiret*

Luiza Marcier¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1114-3368>

Carlos Eduardo Félix da Costa (Cadu)²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4148-4430>

Rafaela Travassos Sarinho³

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4703-6505>

[**resumo**] Neste trabalho, apresentamos a moda como um fenômeno que se esboça a partir de princípios duais, tendo como um marco importante em sua história o encontro com a fotografia. Se ambos integram um dispositivo heterogêneo, que despertam outros modos de ver os corpos femininos, nas produções editoriais realizadas no vínculo entre o fotógrafo Edward Steichen e o costureiro Paul Poiret, observamos uma via de mão dupla na construção discursiva pela imagem, na qual é possível vislumbrar um circuito ativo de produção narrativa que se dá sobre e no corpo, que reverbera em códigos que exploram as gestualidades desse corpo em movimento e em modificação.

[**palavras-chave**] **Moda. Duplo. Fotografia. Discurso.**

[**abstract**] In this work, we present fashion as a phenomenon that is outlined from dual principles, having as an important milestone in its history the encounter with photography. If both integrate a heterogeneous device, which awakens other ways of seeing the female bodies, in the editorial productions carried out in the bond between the photographer Edward Steichen and the couturier Paul Poiret, we observe a two-way street in the discursive construction through the image, where it is possible to glimpse an active circuit of narrative production that takes place on and in the body, which reverberates in codes that explore the gestures of this body in movement and in modification.

[**keywords**] **Fashion. Double. Photography. Discourse.**

Recebido em: 30-04-2022

Aprovado em: 22-09-2022

¹ Mestre em Design pela PUC-Rio e mestranda em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ. É professora na graduação em Design no Departamento de Artes e Design da PUC-Rio. E-mail: lumarcier@gmail.com lumarcier@gmail.com. lattes.cnpq.br/0883060795204286

² Doutor em Linguagens Visuais pela UFRJ. Artista plástico e professor pesquisador no Departamento de Artes e Design da PUC-RIO, onde coordena o LINDA – Laboratório Interdisciplinar em Natureza, Design e Arte. E-mail: cadu@puc-rio.br cadu@puc-rio.br lattes.cnpq.br/0757744155897986

³ Bolsista FAPERJ Nota 10 e Doutoranda em Design na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Membro e pesquisadora do Laboratório Interdisciplinar em Natureza, Design e Arte (LINDA/PUC-Rio). E-mail: rafasarinho@gmail.com rafasarinho@gmail.com lattes.cnpq.br/7312388728535860

Introdução

O trabalho que se apresenta neste artigo surge do diálogo entre pesquisadores que, na vontade de discutir a amplitude da fotografia no campo da moda, lançaram um olhar sobre produções editoriais realizadas no encontro entre o fotógrafo Edward Steichen e o costureiro Paul Poiret. Como foco principal, argumentamos que as fotografias de moda de Steichen e Poiret, longe de possuírem uma autonomia representativa⁴, atuam na construção de códigos discursivos, inaugurando modos de ver e de produzir narrativas sobre o corpo feminino a partir de uma observação sobre gestualidades no vestir.

Iniciamos este trabalho pensando a questão do duplo, explorando, na esteira de Simmel (2008), como a constituição do campo da moda se dá a partir de princípios duais: alternância entre desejos, vontades e forças, que no desenrolar de oscilações estabelecem preceitos individuais e coletivos.

Se a questão do duplo é importante para pensar a moda, a fotografia ganha relevância na medida em que integra um jogo de encontros e afastamentos. Evocamos, nessa esteira, *O ato fotográfico* (1998), de Philippe Dubois, que propõe uma síntese reflexiva sobre o início da fotografia. Em sua gênese, a fotografia atuaria como o testemunho de uma relação entre retratador e retratado, a partir de sentimentos, desejos, convergências e desvios. Para o autor, a marca dessa conexão detém forte semelhança com os mitos do surgimento da pintura e, por consequência, da escultura e outras formas de representação. Dubois (1998) reconta a célebre história narrada por Plínio, O Velho – filósofo e estadista romano que viveu entre 23 e 79 d.C.: trata-se da fábula da filha do oleiro Dibutades, que, apaixonada por um homem que parte em viagem, solicita ao amante que fique entre a chama de uma vela e uma parede para copiar a sua sombra, a fim de não esquecer de sua silhueta. A história não se encerra aí, Plínio relata que posteriormente a personagem adiciona barro ao perfil e assim temos, como prolongamento, o mito narrador das artes da moldagem e modelagem. É potente associar o surgimento do registro, da representação e da Arte a um elo que envolve desejo e certas gestualidades que procuram esboçar, no movimento ininterrupto de modelagem e de trabalho, a imagem de um outro.

Estando algumas dessas questões duais inerentes à constituição da moda e da fotografia, é possível afirmar que também há entre elas uma conexão, um elo, na medida em que atuam na formação de narrativas sobre os corpos a partir de, por exemplo, os conhecidos editoriais de moda. É o que mostra Foucault (2020) em *Arqueologia do saber*, os elementos pictóricos – tais como: espaço, distância, profundidade, cor, luz, proporções, posição, etc – estão sempre relacionados, constituindo e vinculando certos discursos. Isso porque qualquer imagem visual engendra uma capacidade narrativa que se processa em uma dada temporalidade. Associa-se, assim, a dimensão pictórica da fotografia de moda aos processos de produção, circulação, materialização, e também de subversão de sentidos, desejos e valores que circunscrevem uma época.

⁴ Argumento que recai sobre uma suposta visualização objetiva dos dispositivos fotográficos. Para mais, ver: CRARY, Jonathan. *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*, 2012.

A partir dessa discussão, tomamos as imagens fotográficas de moda como parte integrante de regimes de visualidade, imbricadas em um vaivém de forças que desenham tanto aquilo que está apresentado para ser observado, quanto ao que transgride aquilo que está habitualmente disponível para ser visto. Nesse sentido, a fotografia aparece como um gesto ativo – um modo de produzir e de conformar o mundo – que formula e reformula o modo de aparição das coisas (BECCARI, 2019). Sobre esses modos de registrar, adotamos a perspectiva de Steinberg (2008), ou seja, interpretamos a fotografia como algo além de uma mera substância:

A tinta e tela representam mais do que elas mesmas. O pigmento ainda é meio pelo qual algo é visto, pensado ou sentido, algo mais do que o próprio pigmento, é tornado visível (STEINBERG, 2008, p. 32).

Tal percepção, na leitura de Mauad (1996), busca exceder o consenso que compreende a fotografia como um puro *analogon* da realidade. Desse modo, é preciso que se conceba a fotografia como uma produção de sentido: tomando-as “não apenas como meio representacional, mas antes como suporte de visualidade” (BECCARI, 2019, p. 41). As imagens de moda aparecem então como uma maneira de indagar sobre como a realidade é construída: um dispositivo que desenha, de um lado, um jogo de coordenadas onde são esboçados aquilo que se espera ver em um período determinado. E de outro, um modo de organizar novos gestos, valores, na medida em que, na sua multiplicidade, atua como um espaço permanente de criação e de produção.

Dubois (1998) assinala como a fotografia pode deslocar o “poder de verdade de sua ancoragem de realidade, rumo a uma ancoragem na própria mensagem” (p. 43). O autor usa como exemplo, o trabalho de Diane Arbus⁵, para quem o posar do modelo produz, através e pelo código, a criação de novas naturezas de realidade. Estar consciente da ação de retratar amalgama construção, espontaneidade, fato de vida e invenção, ampliando a linguagem, abrindo espaço para a exposição de novas verdades. É o que observamos no trabalho de Edward Steichen e Paul Poiret, que juntos inauguraram um modo de olhar na moda não apenas pautado nas convenções de uma época. Suas produções fotográficas engendraram novas formas de ver e, também, de tecer narrativas sobre os sujeitos, mais especificamente sobre os corpos femininos, a partir de um olhar sobre os gestos no vestir.

A moda e o princípio dual

Talvez seja impossível pensar a moda sem a questão do duplo. É como se o duplo, a dualidade, a questão especular, da imagem refletida, a ideia de um outro corpo – roupa ou imagem – que se projeta sobre si e sobre o outro fosse delineadora das noções da própria moda. Poderíamos até dizer que a questão do duplo é tão inerente à moda, que, se colocássemos a moda duplicando a si mesma, teríamos um efeito *mis-em-abîme* difícil de se escapar.

⁵ Para mais, ver: <<https://revistacontinente.com.br/edicoes/151/diane-arbus-mundo-estranho-e-fascinante>>. Acesso em: mar. 2022.

Muitos pensadores que escrevem sobre o tema sublinham essa posição de dualidade. O sociólogo Georg Simmel (2008), em seu livro *A Filosofia da Moda*, dedica a isso o início do seu texto. Em uma de suas primeiras definições sobre a moda, por analogia ao comportamento humano – aquilo que Simmel chama de a “nossa natureza” –, o autor traça importantes definições a partir deste princípio dual (SIMMEL, 2008, p. 12). Segundo o autor, como “o fundamento fisiológico da nossa natureza”, a moda “precisa tanto do movimento como do repouso, da produtividade como da receptividade” (SIMMEL, 2008, p. 12). Quanto à vida do espírito, “somos guiados, por um lado, pela tendência para o geral, e por outro, pela necessidade de captar o individual” (Ibidem), como se o geral fosse a situação de repouso, e a particularização, o espírito em movimento. Estendendo a uma análise da “vida do sentimento”, oscilamos entre a “dedicação serena” e a “autoafirmação enérgica”, concluindo que “a história inteira da sociedade pode desenrolar-se na luta, no compromisso, nas conciliações lentamente adquiridas e depressa perdidas, que surgem entre a fusão com o nosso grupo social e o esforço individual por dela sair” (SIMMEL, 2008, pp. 21-22). E essa dualidade vai se complementar também na relação de forças que a moda promove, entre a imitação e a distinção, o se assemelhar e o se distinguir, complementando que “unir e diferenciar são as duas funções básicas que aqui se unem de modo inseparável” (SIMMEL, 2008, p. 25).

A ideia de uma natureza humana que tende, ao mesmo tempo, a se associar e a se diferenciar nos leva ao *O Erotismo* (2013), de Georges Bataille. Afinal, inevitável pensar moda e corpo, as dinâmicas de imitação e distinção, e não remeter à ideia de Bataille, do erotismo dos corpos, dos corações e do sagrado como um desejo de continuidade em algo que se faz descontínuo ao nascer:

Somos seres descontínuos, indivíduos que morrem isoladamente numa aventura ininteligível, mas temos a nostalgia da continuidade perdida. Suportamos mal a situação que nos prende à individualidade fortuita, à individualidade perecível que somos. Ao mesmo tempo que temos o desejo angustiado da duração desse perecível, temos uma obsessão de uma continuidade primeira, que nos religa geralmente ao ser. [...] o que está sempre em questão é a substituição do isolamento do ser, de sua descontinuidade, por um sentimento de continuidade profunda (BATAILLE, 2013, p. 39).

Enquanto busca definições sobre o contemporâneo, Giorgio Agamben (2009) encontra na moda “um bom exemplo dessa especial experiência do tempo que chamamos contemporaneidade” (p. 66). O filósofo descreve a moda como algo que “se revela inapreensível” oscilando entre o “ainda” e o “não mais”⁶ (AGAMBEN, 2009, p. 66). A partir desta percepção temporal, o filósofo observa uma relação entre moda e descontinuidade: “Aquilo que define a moda é que ela introduz no tempo uma peculiar descontinuidade, que o divide segundo a sua atualidade ou inatualidade, o seu estar e não-estar-mais-na-moda” (AGAMBEN, 2009, p. 66). O assemelhar-se ou distinguir-se, a lógica dual de Simmel, a continuidade e descontinuidade reaparecem aqui como um fenômeno do tempo.

6 Essa oscilação entre dois pólos, de certo modo, nos remete diretamente à dualidade em Simmel.

Da moda como fenômeno, na qual encontramos essa dualidade como uma espécie de máquina reguladora dos fluxos dos desejos e dos códigos sobre os quais ela opera, podemos pensar também na relação com o duplo que se constitui a partir da própria ideia da roupa como pele, como dobro de nós mesmos. Como nos descreve Els Lagrou (2021), para muitas populações ameríndias a ideia da roupa aparece muito além da pele, como uma própria encarnação. Segundo nos descreve a antropóloga, o nu seria uma invenção ocidental, pois não haveria situação em que o corpo não se veja como um adorno de um espírito humano.

Contam os mitos, em diversas versões, que nos tempos de antes do dilúvio (ou, em outros casos, antes do nascimento do sol), todos os seres falavam a mesma língua, se entendiam, e isso tinha a ver com a intercambiabilidade das formas. Quando a forma se fixou sob a capa de diferentes espécies, cada espécie se viu enclausurada no seu próprio mundo, na sua própria perspectiva corporal. Mas a fluidez das formas, a comunicabilidade das afeições e disposições dos diferentes seres, das diferentes espécies, não se perdeu, permaneceu escondido para se revelar para quem sabe ver. Se a fé Ocidental venera o ‘homem nu’ que esconde sua nudez de baixo de roupas, a ontologia ameríndia entende todos os seres como ‘gente-adorno’ (LAGROU, 2021, p. 2).

Na esteira de Lagrou, quando observamos a fotografia da performance do xadrez de Marcel Duchamp e da modelo Eve Babitz (1963), pensamos o quanto esse nu é inventado e idealizado, nos remetendo diretamente à nudez da mulher na pintura de Edouard Manet, *Déjeuner sur l’herbe* (1863). E assim, nos indagamos sobre como uma pseudo-naturalização da nudez do feminino em oposição ao sujeito masculino vestido é a encarnação do interdito, que afirma os códigos daquele modo de vestir enquanto norma.

Esta questão é explorada por John Berger, no clássico *Modos de ver* (1999), quando discorre sobre a figura feminina ao longo da história da arte ocidental. O corpo nu feminino como objeto do olhar de um outro, o homem espectador que, nesse exercício, ao colocá-la sob sua tutela, estabelece hegemonia sobre a narrativa e sobre esses corpos. O autor cita, como ilustração, a famosa encomenda do rei inglês Carlos I ao pintor holandês Sir Peter Ley, no século XVIII. O rei encomendou um retrato de sua amante, Eleonora Gwyn, e o artista a retratou tal como uma Vênus, nua sobre um lençol branco, posando para o observador. Para Berger, a pintura passa a ser exibida pelo rei ao mostrar suas posses: o quadro e a moça.

Ainda, uma imagem poderia ilustrar esse duplo, por oposição ao vestir: a fotografia de Helmut Newton, intitulada *Le Smoking*, para a marca *Yves Saint-Laurent* (1975), em que a versão mais conhecida é a de uma mulher sozinha nas ruas de Paris, e na duplicação “quase interdita” dessa imagem aparece uma outra figura nua. Trata-se de uma oposição tentadora ao vestir.

O Ocidente inventou o homem nu que precisa se vestir desde o momento em que caiu no pecado, quando Eva aceitou a maçã oferecida pela serpente, assim desobedecendo a ordem de deus que não queria que eles descobrissem o segredo do conhecimento. O corpo nu se tornou fetiche. As pessoas passaram a sentir vergonha, precisando se cobrir, enquanto na arte grega se formulou o ideal estético do homem nu (LAGROU, 2020, p. 4).

A partir desses antagonismos, que se estabelece de forma profunda no século XIX, detectado por Gilda Mello e Souza (1987) em seu livro *O Espírito das Roupas*, a moda passa a ser um espaço de se trabalhar sobre, ou de se constituir como sujeito, quase como uma única possibilidade, fenda ou brecha para tal (SOUZA, 1987). Portanto, toda a construção da moda traz em si essa semente dual entre nudez e vestir, do olhar capturado entre o eu e o outro, emergindo nesse elo possibilidades de engendrar mundos. Todo duplo é uma dialética, uma tensão, um jogo de forças.

Els Lagrou também faz uma crítica interessante ao mostrar como o modernismo foi capaz de reunir tantos coletivos minoritários diferentes, “povos nativos, crianças, marinheiros, mulheres e loucos”, (LAGROU, 2020, p. 4) sob a égide de selvagens⁷, apenas pelo seu gosto pelo adorno, que passa por uma outra compreensão de representação do corpo e da nudez.

FIGURA 1 E 2 – MARCEL DUCHAMP JOGANDO XADREZ COM A MODELO EVE BABITZ



FONTE: Disponível em: <<https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-marcel-duchamp-played-chess-naked-eve-babitz>>. Acesso em: mar. 2022.

⁷ Para mais, ver: LOOS, Adolf. *Ornament and crime*. London, UK: Penguin Books, 2019.

FIGURA 3 – EDOUARD MANET. *DÉJEUNER SUR L'HERBE*.



FONTE: Wikimedia.

FIGURA 4 – HELMUT NEWTON. *LE SMOKING DE YVES SAINT-LAURENT*



FIGURA 5 – HELMUT NEWTON. *LE SMOKING E MULHER NUA*, OUTRA VERSÃO, DETALHE



FONTE: Disponível em: <<https://www.anothermag.com/art-photography/1869/helmut-newtons-le-smoking>> Acesso em: mar. 2022.

A moda e a fotografia: jogos de visualidade em Steichen e Poiret

Se a própria moda como fenômeno pode ser compreendida como dual, que como vimos desenha códigos do modo de vestir enquanto norma a partir do olhar do *mesmo* e do *outro*⁸, há um marco importante em sua história que é o encontro com a fotografia. Há muitos milhares de anos os homens produziam imagens e também se vestiam. No entanto, há algo característico a partir da modernidade, no século XIX, que culmina na fotografia, na moda e na relação que se dá entre elas. Não que tenham sido inventadas nesse momento, mas quando foram assim nomeadas e enunciadas, passaram a configurar as práticas do nosso tempo, nossos corpos, nossos sentidos, nossas subjetividades. A moda e a fotografia estabeleceram uma via de mão dupla – com velocidade de autoestrada – na construção da linguagem pela imagem.

Nesse sentido, é interessante pensar como esse dispositivo passou a mediar a relação entre o sujeito e a imagem que se elabora. Como afirma Mauad (1996), vemos aí, uma mensagem que se processa através do tempo, constituindo funções sígnicas diferenciadas, sendo uma composição resultado de uma escolha entre um conjunto de outras escolhas possíveis. Entretanto, a visibilidade consequente desse processo não se encerra na cena representada, adentra um espaço invisível:

⁸ Para citar a dualidade entre o pensamento do mesmo e do outro, explorado por Foucault em *As palavras e as coisas* (2007). Para mais, recomendamos a leitura do prefácio do livro.

Pois sua visibilidade emerge para além do referente visual, numa dimensão performativa (e não meramente mimética) [...]. Com efeito, a “verdade” fotográfica não consiste na cena fotografada, mas justamente no que está fora dela: um espaço invisível em que novas verdades podem ser inseridas (BECCARI, 2019, p. 110).

Esse espaço invisível está permeado por inúmeras forças que não se encontram apenas sobrepostas – em um sentido negativo, reprimido, impossibilitando que outras surjam –, mas encontram-se engendradas, de modo que é sempre possível a elaboração de novas verdades a partir da produção de visualidades. Desse modo, a fotografia de moda pode, na esteira de Beccari (2019), por um lado, contribuir para a veiculação de comportamentos e representações hegemônicas e, por outro – sendo este o mais importante para nós –, atuar como eficiente meio de negação dos modos de representar, possibilitando a articulação de outras narrativas, gestos, comportamentos, etc.

É desse modo que entendemos a fotografia de moda como um gesto ativo, uma vez que há nela uma capacidade de produzir e de engendrar novas possibilidades. Essa capacidade integra os chamados dispositivos. Foucault (1979), em *Microfísica do Poder*, denomina dispositivo, definindo-o como:

[...] um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos (FOUCAULT, 1979, p. 244).

É necessário pontuar que essa rede – ou conjunto – não é fechada, mas aberta, móvel, instável, produz rearranjos e rearticulações em um determinado estado de organização do dispositivo. A fotografia de moda, com o seu forte laço especulativo, funciona também com uma espécie de desalinhamento dessas modalidades: atuando como um eficiente meio de desconformidade dos modos de representar, engendrando uma incessante reorganização das forças que compõem o dispositivo.

É nessa esteira que analisaremos o trabalho conjunto do fotógrafo Edward Steichen e do costureiro Paul Poiret, como parte desse engendramento produtivo e singular, que foge ao que relacionamos no tópico anterior ao interdito. Dito de um outro modo, um trabalho que organiza uma visualidade que deixa escapar certos códigos dos modos de vestir enquanto norma.

O elo entre Edward Steichen e Paul Poiret

Nascido em 1879, em Luxemburgo, Edward Steichen imigrou com seus pais para os Estados Unidos com apenas dois anos de idade. Aos 15 anos, começou a estudar litografia na Companhia de Belas Artes de Milwaukee, onde teve um contato profundo com a pintura

e com a fotografia. Fundou em Nova Iorque, em 1902, a *Photo-Secession*⁹, em parceria com o fotógrafo Alfred Stieglitz. Em 1905, Alfred Stieglitz abre sua primeira galeria, a *Little Galleries of the Photo-Secession*, mais conhecida como *291*, em referência ao número de seu endereço na Quinta Avenida em Nova Iorque. Edward Steichen, que já tinha muitos contatos na Europa, auxiliou Stieglitz na organização de muitas exposições de artistas modernos europeus na *291*, tais como: Rodin, Matisse e Cézanne. Nos anos de existência da revista *Camera Work*, também fundada por Alfred Stieglitz, que circulou entre os anos de 1903 a 1917, Edward Steichen foi o artista com o maior número de reproduções.

Quando Edward Steichen encontra com o trabalho do costureiro francês Paul Poiret e criam o que será reconhecido por muitos *scholars* como o primeiro editorial fotográfico de moda, algo ali acontece. Algo se produz em uma direção que não terá mais volta. Ainda que não seja oficialmente o primeiro editorial de revista fotográfica, porque a fotografia já era utilizada como técnica para simular as gravuras e reproduzir com maior precisão as roupas¹⁰, o ensaio realizado em Paris por Steichen e Poiret em 1911 para a Revista *Art et Décoration* inaugurou um dos mais interessantes diálogos entre as duas áreas artísticas.

Com o seu passado pictorialista, Steichen demonstra a capacidade de trabalhar o *frou* (o embaçado) até o foco mais rigoroso e aguçado, em uma amplitude capaz de dialogar com o próprio fazer da moda que, em seu ofício, alterna o caimento fluido dos tecidos em dobras, pregas e drapeados com a rigidez estrutural dos cortes, entretelas e princípios da alfaiataria.

Em uma via similar, as fotografias de Steichen e os *designs* de Poiret são climáticos e atmosféricos. Eles evocam um certo modo de ser e estilo de vida – uma abordagem moderna e artística para a apresentação de roupas que ofuscaram o comercialismo inerente da fotografia de moda (CALAHAN, 2013, sem página).

Paul Poiret, costureiro francês, nascido em Paris em 1879, é conhecido por trazer as questões do “corpo em cena”¹¹ para dentro de toda sua prática. Atuou, primeiro, em uma fábrica de guarda-chuvas, e desde criança mostrava inclinação para o desenho. Em uma autobiografia, Poiret nos conta que, quando criança, uma das primeiras palavras que pronunciou foi “*cron papizi*”, forma singular de pedir lápis e papel (*crayons et papiers*) (POIRET, 2009, p. 1). Poiret trabalhou na Maison Jacques Doucet, onde criou o *manteau* por ele intitulado *Confucius*, que se tornou posteriormente um *best-seller*. Em 1903, fundou seu próprio ateliê, onde criou vitrines inusitadas.

Para Poiret, vestir o corpo não era algo meramente técnico, mas a possibilidade de criação de fantasias, sonhos, delírios e desejos. Em 1908, junto com o ilustrador Paul Iribe, produziu um álbum com o desenho de seus vestidos de alta costura no qual a atmosfera

⁹ Para mais, ver: <https://www.metmuseum.org/toah/hd/stei/hd_stei.htm>. Acesso em: mar. 2022.

¹⁰ Em um artigo disponível no site do *Fashion Institute of Technology*, é fornecido exemplos de algumas das imagens publicadas na Revista *la Mode Pratique* de 1892. Disponível em: <<https://blog.fitnyc.edu/materialmode/fashion-plates/>>. Acesso em: mar. 2022.

¹¹ Para mais sobre a temática do *corpo em cena*, ver: ALÓS, 2017.

especular era muito mais importante do que uma mera representação – no sentido de *mímeses*, enquanto “cópia” – da roupa. A moda de Poiret era lançada então a este espaço permanente de criação. Falando sobre sua trajetória, Poiret resume:

Não é nem por restaurar a vida ao esquema cromático, nem por lançar novos estilos que acho que prestei grandes serviços a minha época; o que eu fiz nesse sentido de empreendimento, talvez outro pudesse ter feito. Mas foi minha inspiração nos artistas, nas minhas vestimentas de peças teatrais, na minha assimilação e resposta para novas necessidades, que eu servi o público da minha época (POIRET, 2009, p. 46).

Nesse sentido, Poiret demonstrava uma percepção singular em relação ao seu tempo, desenhando os contornos daquela atividade que hoje chamamos de direção artística ou direção de arte. Há que se considerar também que, àquela época, o cinema ainda não tinha despontado como a mais célebre arte de produção imagética desejante. A moda despontava – assim como o teatro e os bailes – como um possível lugar-palco de cenas, fantasias, projeções de sonhos e desejos¹². Talvez essa visão da moda sempre aliada às outras artes tenha permitido a Poiret voos tão inéditos: como a primeira coleção de estampas para casa com Raoul Dufy, os desfiles itinerantes em uma Europa da virada de século e o primeiro editorial de moda com Edward Steichen, em 1911, para a revista *Art et Décoration*¹³.

O encontro de Steichen com Paul Poiret foi um momento notável na história da moda. Nesse famoso editorial, como afirma o pesquisador NJ Stevenson:

Steichen utilizou as técnicas da arte da fotografia – composição e iluminação – para criar uma imagem de moda. Foi o momento em que a eletricidade se tornou uma parte essencial do sistema da moda como nós o conhecemos. Ainda que tecnicamente seja a iluminação que é o componente da eletricidade, a imagem é o sonho que vende. A iluminação é o que cria a atmosfera que nos manipula e nos lança neste sonho. Como dizia Diana Vreeland, alguns fotógrafos são simplesmente elétricos (STEVENSON, 2012, sem página).

Das fotografias do editorial da *Art et Décoration*, alguns aspectos nos chamam particular atenção: em todas elas, há uma relação intrínseca entre a figura humana e o fundo. Se nas gravuras das revistas femininas tradicionais, o fundo era muitas vezes ignorado e as figuras apareciam isoladas, destacadas de qualquer ambiência, aqui a atmosfera íntima passa a ser fundamental, provavelmente ganhando especial ênfase por se tratar de uma revista de arte e decoração.

¹² Autores como Jonathan Crary realizaram estudos extensos que estabelecem fortes ligações entre tais fantasias, desejos e delírios aos efeitos da modernidade que dá “fim” ao observador clássico no início do século XIX. Para mais, ver: CRARY, 2013.

¹³ Para mais, ver: POIRET, 2009.

FIGURA 6 – CAPA DA REVISTA *ART ET DÉCORATION*, ONDE FORAM PUBLICADAS AS FOTOGRAFIAS DE EDWARD STEICHEN A PARTIR DAS ROUPAS DE PAUL POIRET.



FONTE: Condé Nast Archive.

Na maior parte das imagens publicadas por Steichen e Poiret nesta edição, as modelos estão acompanhadas e isso merece uma especial atenção, uma vez que as composições se encaminham para uma nova direção, se compararmos as problemáticas relacionadas ao olhar capturado que exploramos na seção anterior. Na primeira imagem (figura 7), uma modelo parece experimentar ou ajustar a roupa em uma outra modelo. Uma imagem raríssima em um editorial de moda, uma vez que o objetivo das imagens, até então, era passar a ideia de completude da roupa, enquanto algo encerrado, finalizado, e o corpo feminino como algo pronto, estático, desenhado pelo olhar de um outro – como citamos no famoso caso de John Berger (1999) –, sem possibilidade de adição.

O gesto improvisado da cena e uma certa cumplicidade ao mesmo tempo nos subtraem a ideia de uma pose de estátua, e nos revela uma espécie de voyeurismo de *backstage*, como se a moda ou o corpo em si, estivesse em permanente processo de feitura e de criação. As gestualidades desenhavam uma interação, uma relação entre o corpo e esse movimento no vestir. Muito mais do que congelada ou petrificada em uma pose, vemos a tessitura do traje se estender à ideia dos acenos enquanto continuidade. O corpo é construído junto à roupa, e não algo pronto. Aqui, os limites entre eles estão em aberto. A mulher, sujeito nesse encontro entre corpo/roupa, também parece em construção. Essa imagem, que rompe com certos padrões e inaugura um modo de olhar nas fotografias editoriais, traz dentro dela uma inquietude diante do saber-fazer próprio à moda.

A proximidade entre os corpos das duas mulheres é inusitada para os padrões da época e faz, de certo modo, uma homenagem metalinguística às provas de roupa. A imagem parece duplicada pelo olhar: o toque feminino de quem a constrói e, quase de modo holográfico, pelo olhar de quem é vestida. A imagem captura esse momento da roupa-corpo-sujeito em construção: para além de qualquer observação tridimensional, observamos uma imagem-discurso.

Como vimos, a produção de imagens nunca está apartada das transformações de seu contexto. Para Crary (2013), as imagens modernas encarnam as transformações que os séculos XIX e XX engendraram, e por isso, inevitavelmente, evidenciam um circuito instável no qual as posições e as identidades fixas estão sendo minadas. Se na representação clássica o mundo está presente para o observador segundo relações de reflexão, correspondência e representação, na modernidade – que libera o observador de apreender o mundo de um ponto de vista ancorado –, o observador, ao mesmo tempo que parece disperso, vê ampliar-se as suas capacidades sensoriais: “[...] uma atenção sensorial plural entra em jogo para afrouxar o controle do sujeito sobre o mundo dos objetos e para fluir fora de todos os tipos de limites, fronteiras e posições fixas” (CRARY, 2013, p. 131).

Crary vai associar a quebra de uma estrutura fixa do corpo feminino ao que Deleuze & Guatarri denominam de “devir mulher”. “Para Deleuze & Guatarri, o ‘devir mulher’ é um dos caminhos provisórios que permite sair da organização unificadora de representação, interpretação e produção” (CRARY, 2013, p. 131). Desse modo, observando novamente os gestos desenhados na figura 7, pontuamos que não importa exatamente se as modelos estão sendo vestidas ou despidas, elas parecem soltas, sem um ponto que ancore qualquer fixidez desses corpos. Na modernidade, “qualquer tentativa de confinar o corpo à pura espera decorativa sobrepõe-se a uma camada perturbadora de signos” (CRARY, 2013, p. 133).

FIGURA 7 – FOTOGRAFIA DE EDWARD STEICHEN PARA A REVISTA *ART ET DÉCORATION*



FONTE: Condé Nast Archive.

Nesse sentido, vemos que as mulheres observam umas às outras, promovendo um outro tipo de olhar na imagem de moda: são elas que se analisam, se vestem, se ajustam. Não vislumbramos necessariamente nesse jogo o olhar de um “outro” fixado e preso à composição. Desse modo, a fotografia desenha esse gesto ativo de produção narrativa que se dá sobre e *no* corpo, reverberando possibilidades de imaginação a partir dessas relações.

A fotografia desenha então um novo espaço, que reformula o modo de aparição dos corpos femininos, fazendo proliferar gestos múltiplos nesse novo movimento de vestir-se, até então impensável. Nesse sentido, configura um lugar de dissolução e de invenção, que ao mesmo tempo oferece a possibilidade de releitura desses corpos: o movimento de vestir é um chamado a sua construção, seus gestos indicam um outro processo de feitura e de lapidação. Imagens como essas, na esteira de Crary (2013), revelam “[...] um caminho variável de imagem em imagem, adjacente àquele terreno social onde os fluxos de desejo e a circulação de mercadoria se sobrepõem incessantemente” (p. 145).

Em uma outra imagem do editorial (figura 8), encontramos outros temas que editoriais de moda recorrerão a partir de então: a questão da escada, do corpo que sobe e que desce¹⁴ e que, assim, em movimento de ascensão ou decadência, se multiplica. Esse movimento de repetição do corpo, a partir dos jogos de espelho, pode ser interpretado como uma quebra de fixidez desse corpo em movimento na medida em que se encontra imerso em um novo jogo de relações. “Qualquer que seja o movimento em jogo (ascensão, desenho, sonho, devaneio ou fascinação), ele é inseparável do ritmo mecânico no qual [...] deve parecer necessária e inevitável” (CRARY, 2013, p. 150). Do espelho, do corpo refletido que em fusão consigo mesmo, forma um outro corpo. As fotografias irrompem, então, outros modos de ver, na medida em que produzem e desenharam esses corpos diante de nós: suas poses, suas gestualidades, seus reflexos. Observa-se, portanto, um movimento irrefletido entre ver, vestir-se, constituir-se, fragmentar-se.

FIGURA 8 – FOTOGRAFIA DE EDWARD STEICHEN PARA A REVISTA *ART ET DÉCORATION*.



FONTE: Condé Nast Archive.

¹⁴ Aqui pensamos especialmente na obra “Nu descendo as escadas”, de Marcel Duchamp, produzida em 1912, e nos seus desdobramentos para a pintura e sua relação com a fotografia e o movimento.

Considerações finais

Aqui foram expressos alguns caminhos que tornam possível pensar as relações que podem ser traçadas a partir de um olhar sobre as visualidades de uma época. Nesse trabalho, pensamos como a dissolução da representação significa a quebra de uma leitura fixa do corpo, reverberando em uma fragmentação que retira qualquer percepção unitária das coisas. O elo entre o fotógrafo Edward Steichen e o costureiro Paul Poiret se mostra relevante na medida em que exploram certos gestos e códigos no vestir. Nessa esteira, a fotografia aparece como mais do que uma mera substância, integra um dispositivo heterogêneo que desperta novos modos de ver os corpos femininos. O espaço invisível que as imagens de Steichen e Poiret engendram apontam para um corpo que se coloca contra posições fixas, desenhando um movimento que se inicia nos gestos, mas que reverbera entre o ver, o vestir, o constituir e o fragmentar.

Destacamos o nosso desejo de desdobrar essas análises em uma série de textos sobre moda e fotografia – a partir de um olhar sobre outras duplas de fotógrafos e designers de moda/estilistas –, dando ênfase aos modos de ver que caminham pelas linhas da superfície fotográfica: linhas invisíveis dos corpos e entre os corpos que se multiplicam a partir de outros olhares, ângulos e relações.

Deixamos aqui o nosso adeus e homenagem ao professor Mauricio Lissovsky, que acompanhou o desenvolvimento deste trabalho, a partir da escrita iniciada por Luiza Marcier na disciplina *Teorias da Imagem e da Visualidade* no Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ. Lissovsky deixa uma inestimável contribuição em nossas vidas.

Referências

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo e outros ensaios**. Chapecó, SC: Argos, 2009.

ALÓS, anselmo Peres. O corpo em cena: reflexões interdisciplinares. In: Tavares, Enéia Farias; BIANCALANA, Gisela Reis; MAGNO, Mariane (Org). **Discursos do corpo na arte**. v. II. Santa Maria: UFSM, 2017.

BATAILLE, Georges. **O Erotismo**. Tradução, apresentação e organização Fernando Scheibe. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

BECCARI, Marcos. **Sobre-posições**. Rio de Janeiro: Áspide, 2019.

BERGER, John. **Modos de ver**. São Paulo: Rocco, 1999.

CALAHAN, April. Steichen & Poiret: the first fashion photographs? In: Material Mode **The Gladys Marcus Library's Department of Special Collections and College archives**. May 11, 2013. Disponível em: <<https://blog.fitnyc.edu/materialmode/2013/05/11/steichen-poiret-the-first-fashion-photographs/>>. Acesso em: mar. 2022.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador**: visão e modernidade no século XIX. São Paulo: Contraponto, 2012.

CRARY, Jonantham. **Suspensões da percepção**: atenção, espetáculo e cultura moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Ed. Papyrus, 1998.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2020.

LAGROU, Els. **O povo adorno e o homem nu**. Rio de Janeiro: Dantes editora, 2020.

LOOS, Adolf. **Ornament and crime**. London, UK: Penguin Books, 2019.

MAUAD, Ana Maria. Através da imagem: fotografia e histórias, interfaces. **Tempo**, Rio de Janeiro, vol. 1, número 2, 1996, p. 73-98.

POIRET, Paul. **King of Fashion**: the autobiography of Paul Poiret. London: V & A Fashion Perspectives, 2009.

SIMMEL, Georg. **A Filosofia da Moda e outros escritos**. Tradução e Introdução Arthur Mourão. 1 ed. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das Roupas**: a moda no século dezenove. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

STEINBERG, L. **Outros critérios**: confrontos entre a arte do século XX. São Paulo: Cosac Naify: 2008.

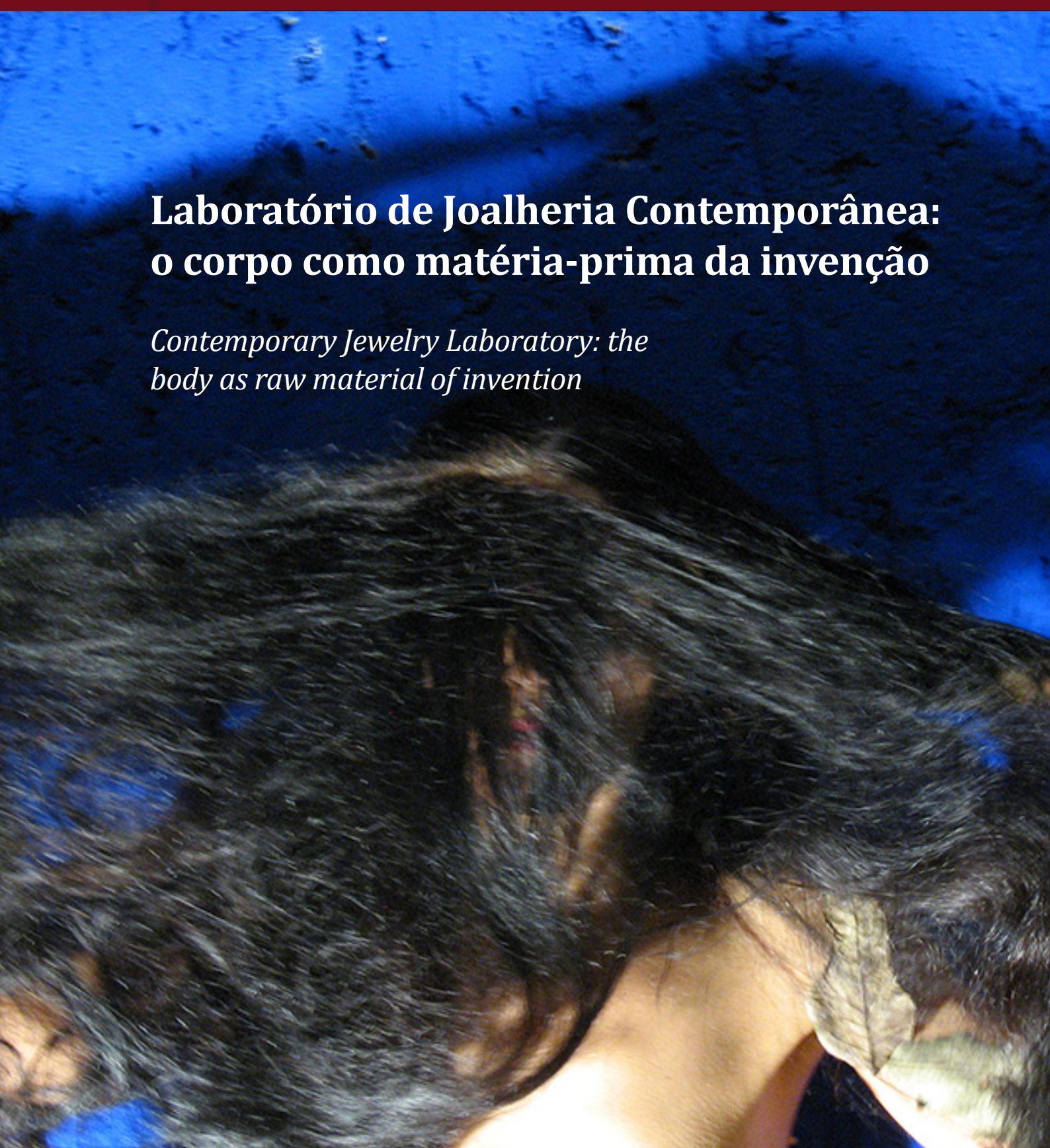
STEVENSON, NJ. **Edward Steichen, Electricity & Fashion**. 2012. Disponível em: <<https://www.anothermag.com/art-photography/1905/nj-stevenson-on-edward-steichen-electricity-fashion>> Acesso em: mar. 2022.

Agradecimentos

Carlos Vinicius Nascimento, mestrando em Estudos da Linguagem pela PUC-Rio, bacharel em Letras Português/inglês e respectivas Literaturas pela PUC-Rio, bacharel em Direito pela Universidade Estácio de Sá.

Laboratório de Joalheria Contemporânea: o corpo como matéria-prima da invenção

*Contemporary Jewelry Laboratory: the
body as raw material of invention*



Wadson Gomes Amorim¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4789-4892>

Flávia Marieta Magalhães Rigoni²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4003-290X>

Maria Regina Álvares Correia Dias³

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7673-0611>

[**resumo**] Este artigo tem como objetivo relatar e discutir dinâmicas de aprendizagem inventiva, com foco na experiência corporal, utilizadas na disciplina optativa Laboratório de Joalheria Contemporânea, ofertada na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais no período de 2017 a 2019. Ao abordar a relação entre corpo e joia, pensando nos desdobramentos desse entrelace nos indivíduos que projetam as peças e as usam, a disciplina propôs explorar a conexão entre ser no mundo e mundo vivido. Tendo como referência o sentido de *corpo-próprio*, de Maurice Merleau-Ponty (2011), os alunos foram convocados a experimentar e a criar a partir do próprio corpo, em interação com territórios coletivos. Por meio de atividades prático-reflexivas, as dinâmicas corporais permitiram extrair motivações e reflexões para o desenvolvimento de uma joia contemporânea. Ao explorar diferentes formatos pedagógicos, buscamos estimular a invenção, fomentar a produção de subjetividades e criar ambientes propícios à experimentação a partir da análise e da entrega do corpo ao processo e do questionamento do contemporâneo.

[**palavras-chave**] **Joalheria contemporânea. Corpo. Aprendizagem inventiva.**

¹ Doutor em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Docente da Universidade do Estado de Minas Gerais. E-mail: wadson.amorim@uemg.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0361199088334881>.

² Doutoranda em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais, bolsista CNPq. Mestre em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais. E-mail: flaviarigoni@yahoo.com.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4474581691221084>.

³ Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina. Docente da Universidade do Estado de Minas Gerais. E-mail: regina.alvares@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0498730188943790>.

[abstract] This article aims to report and discuss inventive learning dynamics, with a focus on body experience, used in the optional course Laboratório de Joalheria Contemporânea, offered at the School of Design at the State University of Minas Gerais, from 2017 to 2019. approaching the relationship between body and jewelry, thinking about the unfolding of this intertwining in the individuals who design and use them, the discipline proposed to explore the connection between being in the world and the lived world. Using Maurice Merleau-Ponty's (2011) sense of "own body" as a reference, students were invited to experiment and create from their own bodies, exploring and interacting with collective territories. Through practical-reflective activities, the body dynamics allowed to extract motivations, reflections, for the development of a contemporary jewelry. By exploring different pedagogical formats, we seek to stimulate invention, foster the production of subjectivities, and create environments conducive to experimentation from the analysis and delivery of the body to the process and questioning of the contemporary.

[keywords] **Contemporary jewelry. Body. Inventive learning.**

Recebido em: 04-04-2022

Aprovado em: 09-05-2022

Laboratório de Joalheria Contemporânea

O Laboratório de Joalheria Contemporânea apresentado neste artigo aconteceu durante três anos, no período de 2017 a 2019, e foi configurado como uma disciplina optativa aberta aos cursos de graduação ofertados pela Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. Contempladas dentro da carga horária do planejamento curricular, as matérias optativas possuem conteúdos mais direcionados e aprofundados em determinadas áreas e são oferecidas dentro dos eixos formativos da Escola por iniciativa de professores, atendendo demandas e vocações emergentes do Design. Ainda flexibilizam o trânsito entre diferentes conteúdos, visando, a partir da compreensão e da leitura do contexto global da atividade, contribuir para a identificação de campos específicos pelos quais professores e alunos se interessam e desejam pesquisar ou atuar profissionalmente.

A palavra laboratório tem origem no latim medieval, *laboratorium*, que significa “local para trabalhar”. Designa ambientes propícios ao teste ou à experimentação de algo, espaços que permitem a criação de situações favoráveis à observação de determinado fenômeno, lugares onde se realizam experiências, transformações ou investigações. Em um sentido mais amplo, a noção de laboratório refere-se a qualquer lugar ou realidade em que algo é feito ou experimentado. Por isso, ao nomear a disciplina como laboratório, sinalizamos a intenção de criar um ambiente onde experiências acontecessem, o aprendizado fluísse a partir de vivências práticas.

Com carga horária de 32 horas, a experimentação no Laboratório de Joalheria Contemporânea foi alçada a uma posição de protagonismo, e isso impactou nossa maneira de trabalhar como educadores: a elaboração das proposições feitas para os alunos e, consequentemente, a forma como eles próprios atuaram. Nessa disciplina, experimentamos diferentes formatos pedagógicos, recortando conteúdos e construindo atividades de maneira gradual e coletiva.

Como introdução ao conteúdo, na primeira unidade da disciplina, foi realizada uma retrospectiva histórica da joalheria contemporânea, na qual trabalhos de várias partes do mundo foram apresentados. Essa fundamentação teórica foi utilizada para dar um cenário, um pano de fundo aos estudantes, conceituando e informando particularidades do campo. Conectada à análise retrospectiva, eram realizadas reflexões sobre a variada gama de simbolismos que a joia contemporânea manifesta, pensando como esse artefato, historicamente, questiona o seu próprio sentido.

De contornos conceituais aparentemente simples, a relação material-joia foi onipresente durante séculos na joalheira. Ainda que seja possível discutir o sentido de preciosidade, bem como a variação dos materiais considerados preciosos ao longo da história, é evidente a combinação de minerais raros e/ou de alto valor intrínseco na matriz da produção joalheira (CAMPOS, 2014). Em razão disso, a identificação do objeto joia não era complexa até o século XX por estar atrelada ao valor implícito do material com o qual era produzida (MERCALDI; MOURA, 2017). Podemos, hoje, reconhecer facilmente como joalheria tradicional objetos usáveis com formas *comuns* e materiais *caros*, que não suscitam questionamentos ou debates. O contexto histórico duradouro de tais formas de joalheria reflete um sentimento de pertencimento que reside em conceitos amplamente difundidos. Como consequência, a joia tradicional comercial é comumente projetada para se encaixar em uma

estreita concepção de joalheira ligada à raridade e ao valor monetário de seus insumos. Entretanto, essas configurações tradicionais vêm sendo questionadas e ampliadas por um movimento iniciado na Europa Ocidental e nos Estados Unidos durante a segunda metade do século XX.

Principalmente a partir da década de 1960, um intenso debate se instaurou no campo da joalheria para questionar seus limites simbólicos, materiais e produtivos. Nesse movimento, as convenções estão sendo desafiadas por gerações sucessivas de joalheiros independentes com ideias radicais, frequentemente educados em faculdades de Arte e Design, construindo o que diversos autores nomeiam como *Joalheria Contemporânea* (BERNABEI, 2011; BESTEN, 2011; CAMPOS, 2014; CUNNINGHAM, 2008; LINDEMANN, 2011; MERCALDI; MOURA, 2017; SCARPPITI, 2020; SKINNER, 2013). Joalheiros contemporâneos vêm demonstrando uma compreensão única da condição humana com a capacidade de encapsular/traduzir fatores psicoemocionais por meio da materialização de subjetividades evidenciadas em relações cognitivas que ressignificam as joias. A criação de novas narrativas e possibilidades construtivas estão derrubando noções de *status* tradicionalmente implícitas e liberando a joalheria para a experimentação em novos contextos.

Se esses artefatos são aceitos ou não como joia, não é uma questão que mobiliza esta pesquisa. O que interessou a esse Laboratório foi refletir sobre como esses objetos vêm sendo projetados por designers que exploram a joalheria como um campo do Design orientado à experimentação de conceitos, materiais, processos e tecnologias, desafiando não apenas os limites do conhecimento, mas também a compreensão de novas oportunidades profissionais.

Os recursos didáticos utilizados nos primeiros encontros da disciplina propuseram estímulos audiovisuais, com análise de imagens e videoclipes, que, além do objeto joia em si, tratavam de realidades do mundo atual, tais como dinâmicas sociais, relações de pertencimento e reivindicação de representatividade; sempre defendendo que a leitura e o questionamento do contemporâneo é uma condição fundamental para a existência desse campo de estudo e dessa prática projetual.

Em um segundo momento da disciplina, realizamos investimentos com a intenção de desorganizar experiências tradicionais de aprendizagem e criar ambientes propícios à invenção. Nossa experimentação, na posição de professores, se apresentou principalmente em movimentos de desocupação de certo lugar tradicional da pedagogia, que coloca o professor em frente de uma lousa e de uma turma organizada de alunos para que o conhecimento seja *transmitido* verticalmente, em uma hierarquia que pressupõe uma subserviência do estudante em relação ao professor, o qual, por sua vez, tende a ser percebido como o único detentor do saber. Em contraponto, orientamo-nos pela ideia de que podemos encarnar o funcionamento de uma *aprendizagem inventiva* (KASTRUP, 2005), quando operamos por meio de uma política de estímulo coletivo à problematização, afetada pela novidade trazida com a experiência presente e tomada pela concepção do conhecimento como invenção de si e do mundo. Nesse sentido, encaramos o aprender como a capacidade de fazer a cognição diferenciar-se permanentemente de si, não submetendo a aprendizagem a resultados previsíveis e replicáveis, mas abrindo a possibilidade para que experiências alçadas ao devir, não-recognitivas, acontecessem. Entretanto, o desafio de operar em uma política inventiva é “conceber práticas que viabilizem o desencadeamento de processos de problematização” (KASTRUP, 2005, p. 1282).

Então, foi no desejo de encontro com o conceito de experiência de problematização para aprendizagem inventiva que pensamos em movimentar o espaço formativo. Dessa busca, surgiu uma série de perguntas que motivaram e potencializaram o desenvolvimento da disciplina: Que problematizações permitem o processo da aprendizagem inventiva da prática projetual de joias contemporâneas? Como a (des)estrutura formativa pode estimular uma atenção necessária à invenção, ressignificando formas de ser e estar no mundo e fomentando a produção de subjetividades? Como criar espaço para que experiências de uma atenção necessária à aprendizagem aberta ao desconhecido, às afeções, ao devir aconteçam? Esses eram questionamentos que nos empurravam para uma exigência igualmente inventiva de pensamento, de criação de outro modo de se comportar como professores, da realização de outros movimentos em meio à vida no ambiente acadêmico.

O corpo como matéria-prima da invenção

Pensando em estratégias que pudessem responder às inquietações, por vezes, propusemos a expansão da sala de aula com a exploração de espaços alternativos dentro e fora da Escola, como o auditório, o pátio, o hall, a sala de modelagem e excursões pelo centro da cidade de Belo Horizonte, provocando dinâmicas de aprendizagem com foco na experiência corporal. Percebemos que essas rupturas com o espaço tradicional promoveram a desorganização de um estado de coisas, do já organizado, do já sabido, o dado. Testando maneiras de construir conhecimento, intencionamos abrir possibilidades para que os corpos presentes experimentassem o mundo de outra maneira no processo de formação, colocando-os em movimento.

Com isso, considerando a experiência corporal, afetiva e existencial das pessoas que ali estavam presentes, foi desorganizada também uma compreensão dos papéis de aluno e professor; inventamos juntos, horizontalmente, formas de pensar a joia contemporânea a partir da análise e da entrega do corpo ao processo. Acreditamos que aprender como um processo inconcluso, aberto, dinâmico e incerto é, sobretudo, inventar problemas, viver experiências de problematização. Nesse tipo de experiência, faculdades mentais como sensibilidade, memória, imaginação e atenção divergem, atuam em caminhos diferentes, estranham-se e incitam o aprender inventivo. As relações que nos constituem e que constituímos ao enveredarmos por trajetos desconhecidos, as forças lançadas e efetivadas a partir da composição, da cooperação e do engendramento de capacidades particulares nos colocam em comunicação, nos reinventam, nos modificam. Entra nisso tudo o sentir, o que nos liga uns aos outros, que permite aprender e produzir conhecimento por meio de experiências que só são possíveis graças à disposição de corpos de (co)existirem, de (com)viverem.

Sem dúvida, o corpo foi o fio condutor dessa experiência. Na estrutura planejada para o semestre, as noções de corpo foram utilizadas como entrada para que diferentes reflexões e problematizações acontecessem. A partir de uma investigação sobre *corpo-próprio* (indivíduo), foram criadas condições para se pensar as relações com o *corpo-coletivo* (sociedade) para então alcançar o que chamaremos de *corpo-joia*.

Dessa perspectiva, a disciplina propôs explorar a conexão entre ser no mundo e mundo vivido, tendo como referência o sentido de *corpo-próprio* de Maurice Merleau-Ponty

(2011), a fim de pensar o corpo na sua relação com a joia contemporânea e os desdobramentos desse entrelace na condição existencial dos indivíduos que a projetam e a usam. Era também um propósito da disciplina pensar os modos como o sujeito está situado no mundo pelo corpo e por suas ações intencionais, destacando a noção de perspectiva como experiência fundante da percepção do corpo que *vê, se vê* e é visto ao mesmo tempo. Por isso, interessava-nos destacar a inventividade na potência que a joia tem ao estabelecer relações com o esquema corporal. Essas atividades envolveram experimentações pautadas no corpo, com produção de tipos diferentes de comunicação, seja ela objetiva, pessoal, interpessoal ou intersubjetiva. Para tanto, o percurso trilhado por atividades prático-reflexivas buscou circunscrever os contornos do *corpo-próprio* à luz do pensamento fenomenológico, nas suas dimensões entrelaçadas de objeto e sujeito.

Corpo-próprio

Somos, ao mesmo tempo, cultura e natureza, corpo e espírito,
razão e emoção, numa simbiose que não pode ser desfeita.
(PORPINO, 2006, p. 20)

Ao longo da história do pensamento sobre o corpo, ele já foi esquecido, objetificado, reverenciado, punido e, mais recentemente, virtualizado. Da filosofia clássica à ciência positivista, foi estudado em sua complexa composição, nas suas relações internas e externas, na sua dinâmica material e imaterial, considerando seu conjunto de funções, seja como instrumento da alma, seja como estrito objeto de ciência, coisa física ou algo orgânico (ORLANDI, 2004). Na modernidade, o corpo foi disciplinado, como chamou atenção Foucault (2010), sendo considerado como força de produção incorporada ao sistema de sujeição. Mais recentemente, à luz da apologia à tecnologia, foi quase ultrapassado, dando lugar a um corpo desmaterializado. Entretanto, para além da euforia tecnológica, o que parece persistir é a ideia de corpo como meio de percepção e expressão e, nesse sentido, a fenomenologia traz uma grande contribuição ao reconhecê-lo como sede da significação, dos processos simbólicos, e verdadeiro veículo da experiência (MERLEAU-PONTY, 2011).

A fenomenologia, inaugurada por Edmund Husserl, como crítica ao racionalismo científico, procura evitar a redução do corpo à condição natural, sem, no entanto, negar-lhe a condição material. Na vertente hermenêutica de Maurice Merleau-Ponty (2011), o corpo não deve ser confundido com um mero equipamento físico ou tomado como presa, apenas dominado por dispositivos disciplinares. Ele não pode ser visto de fora, como objeto que se estuda com distanciamento, mas vivido como um *corpo-próprio*, com condição de acesso a toda e qualquer realidade (VALVERDE, 2017). Considerando a ambiguidade do corpo, Merleau-Ponty (2011), ao longo de suas diferentes fases, insiste em um duplo aspecto da existência corporal: *corpo-objeto* e *corpo-sujeito*. Defende o indivíduo como unidade (*corpo-próprio*) na qual não há separação entre o *corpo-objeto* (máquina) e o *corpo-sujeito*, que está posto na realidade e que tem a capacidade de experienciar a si mesmo e ao mundo. A ideia de *corpo-próprio* envolve, portanto, um imbricamento entre objetividades e subjetividades.

O corpo é nosso instrumento primeiro, nossa forma de estar no mundo, receptáculo de saberes, ações, afetos, memória. Não temos como prescindir do corpo; não temos a capacidade de nos ausentarmos do nosso corpo e nem de manejá-lo ou inspecioná-lo pelo exterior, pois somos o corpo. Ele é uma unicidade implícita e confusa, ao mesmo tempo, tocante e tocado, que sente e é sentido. Em um emaranhado de passividades e atitudes, mescla coisa e sujeito. Por isso, podemos considerá-lo de diferentes ângulos e em suas infinitas possibilidades de aparição.

O corpo que é tocado por nós, por outrem ou que colide com qualquer outro objeto “é um conglomerado material que não escapa às constantes determinações físicas. Nesta perspectiva objetivista, ele é uma coisa como outra qualquer que está situada na factualidade do mundo” (AZEVEDO; CAMINHA, 2015, p. 16). No projeto de artefatos de joalheria, é preciso considerar esse corpo-objeto, que se apresenta como carcaça corpórea material. A edificação corporal, composta por ossos, músculos, cartilagens, órgãos e massas de gordura, está em contato direto e/ou oferece suporte para a joia, fazendo com que a análise dessa composição física se imponha como um fator de suma importância na ação projetual do artefato. A joia não veste um suporte qualquer, ao contrário, interage, em variadas configurações de materiais, formas, cores e cinetismos, com a anatomia do corpo humano.

Considerando a materialidade corporal (*corpo-objeto*) como ponto importante a ser estudado no projeto de joias, desenvolvemos uma atividade experimental de estudo anatômico do corpo na disciplina. Os alunos foram convidados a elaborar, em duplas, cópias em gesso do próprio corpo, em uma investigação sobre dimensões, volumes e reentrâncias desse suporte de exibição e significação da joalheria. Foi-lhes dada a liberdade para escolher a parte do corpo sobre a qual iriam conduzir o estudo. As regiões de trabalho mais escolhidas foram aquelas onde comumente são posicionados os ornamentos corporais, como colo, braço, mão e rosto, porém, escolhas mais inusitadas, como ventre, cintura, perna, pés e dorso das costas, também apareceram.

A indicação dos materiais utilizados nessa atividade aconteceu como consequência da opção de cada aluno. Para regiões corporais de maior extensão e menos detalhadas (colo, por exemplo), orientamos o uso de atadura gessada, uma estrutura têxtil revestida por gesso em pó bastante utilizada no campo da medicina para imobilizações com fins ortopédicos. Quando imersa em água, ela produz uma pasta capaz de envolver contornos sinuosos e se solidificar rapidamente na secagem, mantendo uma forma rígida. O material, que é de baixo custo, fácil acesso e manuseio, mostrou-se adequado para o fim proposto. Embebido em água, foi acomodado em camadas sobre a superfície da área selecionada pelo aluno, untada previamente com óleo de amêndoas para facilitar a remoção posterior. O resultado alcançado foram esculturas tridimensionais copiadas de fragmentos dos corpos dos estudantes. Nos casos em que a cópia era realizada em uma circunferência completa (360 graus), no fim do processo, foi realizado um corte longitudinal na parte mais plana da malha gessada, ainda em fase de secagem, para que fosse retirada do corpo. Uma vez removida, a fenda na escultura era remendada com sobreposição de outras camadas de ataduras umedecidas. Depois da secagem completa do gesso, sugerimos o acabamento da escultura, com a cobertura de imperfeições, mediante a adição de mais atadura gessada, com o propósito de alisar a superfície. A finalização foi feita com lixa d'água.

Para os alunos que optaram por regiões menores e/ou com mais detalhes a serem copiados, orientamos o uso de alginato combinado com gesso em pó. O alginato é um biopolímero natural sintetizado a partir de algas e micro-organismos, comercializado principalmente sob a forma de pó (sais). Em um meio aquoso, a substância forma uma solução viscosa que se solidifica rapidamente. É capaz de copiar formas detalhadas com precisão, sendo amplamente utilizado na odontologia para criação de moldes dentários customizados, a partir da anatomia bucal dos pacientes, para fins protéticos. No contexto da disciplina, o material foi utilizado para copiar partes do corpo como mãos, pés, orelhas e rostos. De acordo com a indicação do fabricante, era adicionada e misturada a quantidade adequada de água ao pó, e o conteúdo pastoso resultante despejado em um recipiente (vasilha plástica, por exemplo) que comportasse o membro do corpo que seria submerso (mão e pé, por exemplo) ou então depositado diretamente sobre uma região que não pudesse ser submersa (como rostos e orelhas). A ação era mais complexa e exigia um cuidado maior quando o depósito era feito diretamente sobre partes do corpo como rosto e orelhas, uma vez que os orifícios deveriam ser tapados com algodão (ouvidos) para impedir a entrada de material viscoso ou desobstruídos com canudos de plástico (nariz) para assegurar a respiração durante o processo. Isso também exigia mais habilidade na manipulação do material, que era depositado em sucessivas camadas, cobertas posteriormente com atadura gessada, para que houvesse estrutura de remoção do que estava sendo confeccionado. Após a secagem, que acontece em poucos minutos, o alginato enrijece, mas se mantém bastante flexível, permitindo que a parte copiada seja removida com facilidade, restando apenas o molde vazio. Orientamos os alunos que preenchessem esse molde vazio com uma solução de gesso em pó e água que, uma vez seca, se solidificava no formato escultural copiado. Ao final, a forma maleável de alginato era destruída e removida com auxílio das mãos, restando apenas a escultura em gesso rígida moldada no seu interior. Nessa técnica, não foram necessários acabamentos posteriores.

A atividade de estudo anatômico do *corpo-objeto* foi realizada em espaços alternativos ao da sala de aula tradicional, mais amplos e arejados, ao ar livre, como o pátio do primeiro andar, ou com pé direito dobrado, como a sala de modelagem da Escola de Design da UEMG. Quando conduzida ao ar livre, era estendida uma grande lona sobre o chão e todos se acomodavam em duplas para realizar a tarefa (figura 1). Já na sala de modelagem, as mesas firmes e longas usadas para o desenvolvimento de protótipos eram aproveitadas como macas para que os alunos se deitassem e tivessem o corpo copiado. Em ambos os espaços percebemos que o desenvolvimento da atividade assumia uma conotação lúdica e divertida. Para a composição dessa atmosfera, sempre levávamos uma caixa de som portátil, na qual escutávamos estilos musicais variados, criando assim um ambiente que possibilitasse a execução da tarefa com prazer e de modo descontraído. Circulando pelo espaço, tirando dúvidas e orientando o uso adequado dos materiais, acompanhávamos o desenvolvimento das duplas.

FIGURA 1 – ATIVIDADE DE ESTUDO ANATÔMICO



FONTE: AMORIM, Wadson, 2022.

Com as esculturas tridimensionais, foi mais fácil observar os contornos sinuosos do corpo e pensar sobre eles também do ponto de vista ergonômico. Com esse estudo, estimulamos reflexões sobre a importância da anatomia humana ao projetar uma joia, considerando as possibilidades do *corpo-objeto* como suporte e matéria-prima do projeto. Apesar de uma aparência empobrecida e limitada do ponto de vista subjetivo, a consciência de um *corpo-objeto* é acompanhada de um pensamento inerente ao *corpo-próprio*. A corporeidade é dinâmica e recebe codificações imateriais a partir da sua constituição física. Invariavelmente, a materialidade do corpo é vinculada aos sentidos no interior de uma cultura, como, por exemplo, volumes corporais diversos acabam por demonstrar toda uma variação social de gostos, que culmina na consideração sobre suas belezas e adequações.

O corpo, ora objeto, ora sujeito, é a expressão da ambivalência que oscila entre condições empíricas e intelectivas. Só na unidade do objetivo com o subjetivo podemos vislumbrar o ser no mundo e o seu mundo vivido. Em razão disso, buscamos sempre tratar na disciplina o ser no mundo não como coisa, mas como uma junção de objeto e sujeito na perspectiva do corpo fenomenológico. A ideia de *corpo-próprio* considera o ser no mundo em seu invólucro já encarnado por meio da vivência do indivíduo. Esse corpo é dotado de um *poder habitual* que se manifesta na comunicação primordial com o ambiente no qual se encontra. A habitualidade conduz o ser no mundo em uma corporificação que se torna indistinta do seu meio, pactuando com o mundo vivido de tal forma que seus modos de agir, caminhar e sentir são particulares do indivíduo. Os movimentos em direção ao mundo se dão em consonância com as afecções que esse corpo proporciona (MERLEAU-PONTY, 2011).

O *corpo-próprio* como canal de expressão do ser no mundo dá sentido aos movimentos que conservam a sua vida. Por meio da expressividade, adquirida pela generalidade vivida no meio circundante, o corpo expõe gestualidades como significações do ser. É “o movimento de expressão, aquilo que projeta as significações exteriores dando-lhes um lugar, aquilo que faz com que elas comecem a existir como coisas, sob nossas mãos, sob nossos olhos” (MERLEAU-PONTY, 2011, p. 202). Tendo em vista que os movimentos do *corpo-próprio* irremediavelmente mediam as relações entre o ser e o mundo, ele se torna capaz de

carregar uma expressividade subjetiva. Isso faz com que tenhamos um mundo para nós e operemos nele como manutenção da nossa existência. A espacialidade corporal, como um conjunto de significações, contempla os contornos particulares do corpo como um modo de existência com o qual se move autenticamente. O *corpo-próprio* traz consigo a noção de sua própria espacialidade, da qual não se separa. E é por causa dessa *proximidade* extrema, de inseparabilidade, que o ser no mundo se torna o que é: uma abertura para o universo de significações que sempre visam algo fora de si. Isso nos leva a entender que a “espacialidade do corpo é o desdobramento de seu ser de corpo, a maneira pela qual ele se realiza como corpo” (MERLEAU-PONTY, 2011, p. 206). A espacialidade corpórea à qual o autor se refere é tal que não passa pela mensurabilidade das partes que nos compõem; antes, é a capacidade de nos movermos e de estarmos no mundo de modo que nossa ação motriz seja uma ação espontânea e nossos gestos sejam resultado da disponibilidade de um corpo que está presente a nós todo o tempo, por meio de uma corporificação habituada.

Pensando na potência subjetiva do deslocamento do corpo no espaço, decidimos investir na dança para estimular o despertar de uma *voz* possível nos alunos, uma forma de exteriorização, de ganhar o mundo, de promover autoconhecimento. Para isso, convidamos o performer e bailarino Guilherme Augusto para conduzir oficinas de sensibilização corporal em um dos encontros programados para o semestre. A partir de sua formação acadêmica na dança, somada a vivências como *drag queen* na cena noturna de Belo Horizonte, Guilherme nos convidou a olhar para algumas práticas possíveis de reconhecimento do próprio corpo com exercícios de respiração e movimentação. Estimulou-nos a não reificar ou erigir o corpo como entidade, mas tomá-lo como artifício, como dispositivo, o qual só se potencializa na medida em que se expõe aos riscos da experiência.

Mais uma vez, subvertemos o formato tradicional de sala de aula, adaptando-a ou utilizando espaços alternativos para que os corpos se movimentassem com mais liberdade. Conduzimos os trabalhos em lugares como o auditório, o hall ou adaptamos a sala de aula, empilhando mesas e cadeiras no fundo, para que a atividade acontecesse. Sem o auxílio de cadeiras, nos assentamos no chão, inicialmente em círculo, para que Guilherme nos conduzisse nessa experiência, prática pouco comum na Escola de Design (figura 2). Conforme novas diretrizes foram sendo dadas, nos liberamos para sentir o próprio corpo *dançando* naquele espaço.

FIGURA 2 – ATIVIDADE DE SENSIBILIZAÇÃO CORPORAL CONDUZIDA PELO BAILARINO GUILHERME AUGUS



FONTE: AMORIM, Wadson, 2022.

Com exercícios orientados individualmente e em duplas, a atividade mostrou que é possível encontrar uma potência de vida no corpo, a partir do corpo. O que importou e chamou atenção nesses exercícios foi a ativação de uma potência de deserção, no sentido de invenção por meio do corpo. Isso pode acontecer tanto naquilo que aproxima quanto no que afasta da identificação, podendo ser ancorada até mesmo em sentimentos fugazes, como felicidade, prazer ou divertimento, que convocam a produzir vida em ato do ser no mundo. A expansão do *corpo-sujeito* de quem passou pela experiência se referia a uma aprendizagem de dimensão pessoal, invenção de si e do mundo por meio do movimento, com o alargamento das fronteiras do corpo rumo a outros limiares de sensação, em que estava em jogo o sentir-se diferente.

Corpo-coletivo

De um lado, um corpo, por menor que seja, sempre comporta uma infinidade de partículas: são as relações de repouso e de movimento, de velocidades e de lentidões entre partículas que definem um corpo, a individualidade de um corpo. De outro lado, um corpo que afeta outros corpos, ou é afetado por outros corpos: é este poder de afetar e de ser afetado que também define um corpo na sua individualidade.
(DELEUZE, 2002, p. 128)

A unidade corpórea está sujeita a uma experiência coletiva no âmbito das vivências do indivíduo no espaço social. Isso diz respeito à *enformação* das práticas que uma pessoa realiza na presença de outros indivíduos, sem que seja preciso direcionar-se, conscienciosamente, para cada gesto em particular e, daí, poder executar os movimentos desejados. Essa experiência é sempre instituída e, enquanto tal, se manifesta no campo simbólico por meio da cultura. Não podemos separar a nossa experiência, via nosso corpo, dos padrões nos quais a cultura em que estamos inseridos se reconhece. Logo, as possibilidades e restrições estabelecidas para o *agir corporal* são também culturais, partilhadas por muitos e, diferentemente do que imaginamos, não são apenas pessoais, pois dialogam com a existência e a vivência de outros corpos que compõem a sociedade.

A corporeidade evidencia uma unidade de aparição que carrega elementos essenciais da vida humana coletiva. A imagem expressa o indivíduo, e podemos nos surpreender com tudo que é possível compreender ao lhe lançarmos o olhar. Podemos considerar os adornos corporais como uma das caracterizações dessa imagem expressa pelo indivíduo na sociedade em que ele vive. Georg Simmel (2014) argumenta que o adorno produz o alargamento do Eu, uma maior expansão à nossa volta que preenchemos, como nossa personalidade, e que consiste no agrado e na atenção daqueles que nos rodeiam. Nesse sentido, a afetividade também desempenha um papel fundamental para pensarmos a relação do *corpo-próprio* com o *corpo-coletivo*: por meio da afetividade, a dinâmica corporal se manifesta na sua relação com os outros

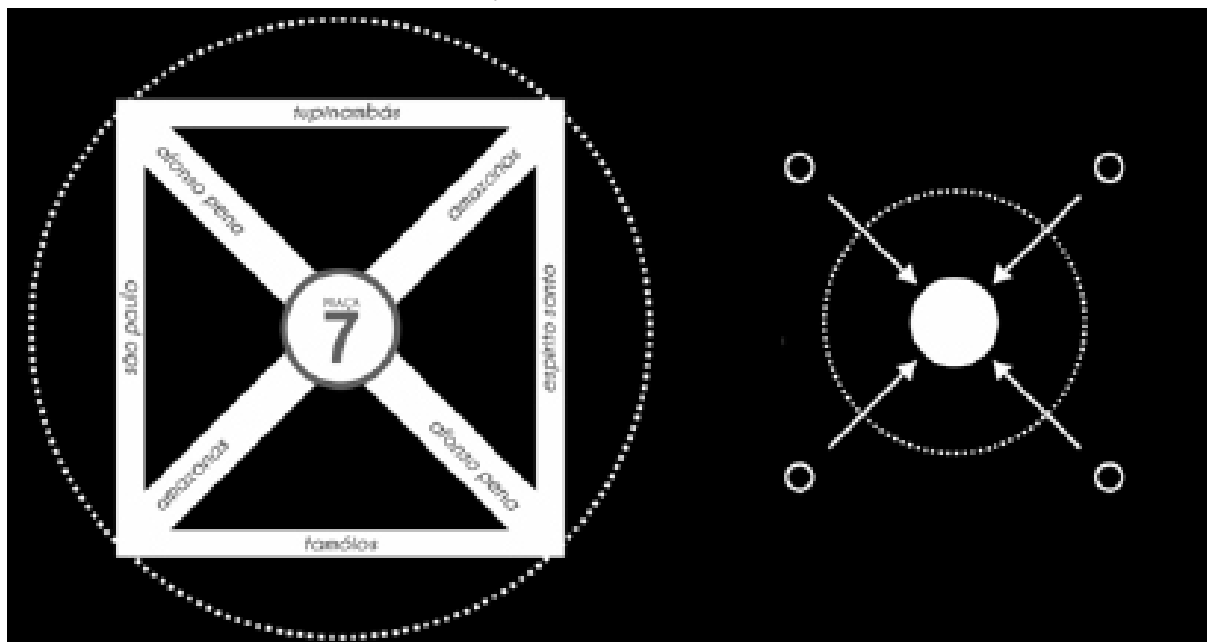
corpos e com o mundo. O sujeito da sensação, como descreve Merleau-Ponty, “é uma potência que co-nasce em certo meio de existência ou se sincroniza com ele” (MERLEAU-PONTY, 2011, p. 285). Essa dinâmica privilegiada do sentir administra a adesão ou a recusa do corpo vivido em relação aos objetos e às pessoas com as quais se depara.

Paradoxalmente, se não nos sentirmos, perderemos a capacidade de enxergar o outro como ente coletivo; nós o veremos apenas como alguém que nos reconhece por nossas práticas conformadas e forjadas numa coletividade modulada. O Design, como ciência social aplicada, demanda a consideração do outro, possui, portanto, uma dimensão micropolítica que exige levar em conta o contexto social em que está inserido. Por isso, no Laboratório de Joalheria Contemporânea, entendemos que seria importante incentivar a observação do *corpo-próprio* como integrante de um *corpo-coletivo*, e suas conexões nesse contexto, a fim de chamar atenção para as possibilidades que as experiências coletivas ofertam ao pensamento criativo ao enriquecê-lo, ao fazê-lo ultrapassar os limites individuais, por ser atravessado por questões sociais.

Pensando em promover uma *integração corporal* na esfera político-social, propusemos aos alunos uma pesquisa de campo cartográfica com o intuito de estimular experiências de troca e conexão na relação entre o corpo interno e o externo, consigo e com o mundo. Selecionamos a Praça Sete de Setembro como um ponto geográfico de dinâmica social a ser observado e habitado. A Praça Sete, como é conhecida, é considerada marco zero do hipercentro de Belo Horizonte; está localizada na região mais movimentada da cidade. É atravessada por duas grandes e importantes avenidas, a Afonso Pena e a Amazonas, entrecortada pelas ruas Rio de Janeiro e Carijós e forma um quadrante no entroncamento perpendicular entre as ruas Tupinambás, Espírito Santo, Tamoios e São Paulo. A região possui fluxo comercial e de pessoas intenso, diverso, popular e democrático. Presente no cotidiano dos belo-horizontinos, é lugar de trânsito comum para a realização dos afazeres do dia a dia e ponto histórico de manifestações políticas na cidade.

Em razão de todas essas características, escolhemos a Praça Sete como recorte geográfico para a realização da pesquisa cartográfica, relacionada à noção de *corpo-coletivo*. Desenhamos um mapa demarcando a área a ser estudada e, após uma reflexão sobre a potência e as razões dessa escolha, sugerimos que os alunos habitassem esse território físico, que se encontrassem nele (figura 3). Além disso, uma das ideias por trás da realização da atividade nesse local popular era também promover reflexões sobre como a contemporaneidade põe em discussão o papel e o lugar da joia, promovendo a sua saída dos espaços elitizados, comumente idealizados, focados no valor monetário, para considerar outras relações possíveis de preciosidade. Com essa escolha, mediante a imersão no centro mais popular da cidade, abrimos espaço para que a discussão sobre temas muitas vezes alheios ou marginais ao design de joias encontrasse uma centralidade. Por isso, nomeamos a atividade como *Da margem para o centro*.

FIGURA 3 – DEMARCAÇÃO GEOGRÁFICA DA PESQUISA DE CAMPO



FONTE: AMORIM, Wadson, 2022.

O objetivo da pesquisa proposta era realizar uma *coleta de materiais*, concretos e/ou subjetivos, que pudessem contribuir para o desenvolvimento de uma joia contemporânea. Acreditamos que as pesquisas para um projeto de design realizadas nos espaços públicos são permeadas não apenas por questões físicas e culturais da cidade, mas também por outras fundadas em uma dimensão filosófica, na qual o conceito de contemporâneo é tensionado pela fragilidade humana, pelas condições políticas, econômicas e ambientais, pela violência urbana, pelas epidemias, etc. A cidade, com sua dinâmica, converte-se em um reflexo do mundo, e o designer de joias contemporâneas, atento a isto, pode utilizá-la como meio de reflexão das relações entre o sujeito e a realidade nos artefatos que projeta.

Na atividade, erigiu-se um pensamento para que não se reproduzissem fatos de forma representacional, mas que eles fossem apreendidos em uma paisagem que mudava a cada momento, assim como a joalheria contemporânea. Nesse sentido, abrir-se aos outros e aos elementos que compõem o mundo foi também uma escolha inexata que espelhou os modos de existência nas relações, elevando a subjetividade à condição norteadora da pesquisa. Por isso, a tarefa de encontrar *material* (concreto e/ou subjetivo) no território indicado se impôs como um desafio aos alunos. Tendo isto em vista, sugerimos que eles desenvolvessem/regstrassem *impressões visuais* em formato livre a serem apresentadas na disciplina, pensassem nos encontros que tiveram durante as vivências experienciadas no *encontro* com o território estudado. Esse *encontro* só se deu quando uma aparição acidental foi percebida como oferta, quando a implicação emergiu do meio e foi se desenhando, inscrevendo-se e destacando-se como uma paisagem percebida e incorporada, composta consigo mesmo.

Com isso em mente, os alunos desenvolveram composições gráficas, imagens do lugar ressignificadas por uma identificação pessoal. O trabalho *Hypercentrum*, apresentado pelo aluno Lucas D'Ascensão, por exemplo, comunicou, por meio de imagens, *gifs* e vídeos, a sensação de claustrofobia, e elementos expressavam o caos-semelhança e a desgovernança (figura 4).

FIGURA 4 - HYPERCENTRUM



FONTE: AMORIM, Wadson, 2022.

A partir do processo de desenvolvimento de um olhar sensível e ativo, e do refinamento perceptivo na aprendizagem do saber-sentir, acessamos, na disciplina, o campo de atuação do corpo na passagem do nível individual para o coletivo. Colocou-se em jogo como um espaço público, alternativo àqueles tradicionais da joalheira, poderia constituir-se como lugar potencialmente rico para experiências fenomenais a serviço da criação. A ideia foi protagonizar e potencializar a vivência por meio de um exercício exploratório não mecânico, mas pensante. Foi questionada a habilidade do *corpo-próprio* em ser atravessado pela coletividade, tensionando relações de instabilidade e provisoriedade que permitiriam a multiplicidade de sentidos, de devires, a fim de que os alunos fossem transformados pela percepção de si naquele contexto.

Na afetação, na relação e na conexão entre *corpo-próprio* e *corpo-coletivo*, de si para dentro/de si para fora, experimentamos e criamos sentidos individuais-coletivos por meio

de experiências de habitação em um território, e novos mundos pelos/nos processos criativos foram revelados. Com essa atividade, orientamos a auto-observação a fim de criar ações responsivas ao que as vivências poderiam ofertar como uma expressão autônoma de construção de corporeidades. Na perspectiva da relação dos seres no e com o mundo, a abertura para um corpo ativo e sensível encarnou vozes/gestos/percepções ecoados nos movimentos de vida, os quais poderiam ser acionados na invenção de uma joia contemporânea.

Corpo-joia

Pensamos, aqui, na parte visível do corpo como manifestação da (p)arte invisível do desejo; na intervenção intencional, porém segundo registros do inconsciente, no corpo.
(SILVA, 2018, p. 4)

No Laboratório de Joalheria Contemporânea, inicialmente, compreendemos os contornos do campo e estudamos o *corpo-próprio* pensando na dicotomia entre objetividade e subjetividade presente na corporeidade. Em seguida, refletimos sobre os impactos sociais do *corpo-coletivo* nos indivíduos, quando lançamos para os meninos e meninas a demanda de uma pesquisa cartográfica no centro da cidade, com o intuito de observar sua dinâmica e dali extrair motivações, reflexões para o desenvolvimento de um conceito para a joia que elaborariam. O estágio consecutivo tratou da materialização dos conceitos em desenvolvimento, fazendo com que a percepção de cada aluno dos corpos estudados trouxesse à tona um *corpo-joia*.

Na fase final da disciplina, propusemos um encontro visceral com a prática projetual de uma joia contemporânea. Fixamo-nos no estímulo à invenção por meio da análise, da expansão e da multiplicação do sentido do que tinha sido experimentado nas atividades anteriores em conjunto com o que afetava, estranhava cada aluno. Nesse processo de materialização da joia, foi implicada a dimensão política do corpo e certo modo de constituição da subjetividade. Na reflexão sobre o que seria uma expressão política do corpo, é preciso compreender o que são os processos de subjetivação, aquilo que vai constituir a existência dos sujeitos, o que se mostra relevante para um estudo que almeja tratar da política do corpo. Para Jacques Rancière (2009), a política é assunto de sujeitos, de modos de subjetivação por meio dos quais se acolhe um determinado tipo de existência. Ou seja, a maneira como cada designer em formação poderia se relacionar com seu entorno seria determinado por suas escolhas políticas e estéticas.

Suely Rolnik (2005) argumenta que as subjetividades, nos dias de hoje, constituem-se sem nome, sem endereço fixo, sem identidade, e que estamos todos sem casa, sem fami-

liaridade com certas relações com o mundo, com modos de ser ou sentidos compartilhados. Nessa perspectiva, Félix Guattari e Suely Rolnik (1996) refletem sobre o modo pelo qual os indivíduos vivem a subjetividade, partindo da compreensão de que ela

[...] está em circulação nos conjuntos sociais de diferentes tamanhos: ela é essencialmente social e assumida e vivida por indivíduos em suas existências particulares. O modo pelo qual os indivíduos vivem essa subjetividade oscila entre dois extremos: uma relação de alienação e opressão, na qual o indivíduo se submete à subjetividade tal como a recebe ou uma relação de expressão e de criação, na qual o indivíduo se reapropria dos componentes da subjetividade, produzindo um processo que eu chamaria de singularização. (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 33)

Durante a disciplina, mantivemos constante a intenção de provocar a singularização por intermédio do estímulo à particular reapropriação dos componentes da subjetividade abordados por Guattari e Rolnik (1996). Todavia, não há subjetividade sem corpo. A experiência do corpo em uma dimensão reflexiva faz pensar nas possibilidades infinitas de tecer o discurso sobre ele que, ao ser desvelado na sua potência múltipla, possibilita a incorporação de opostos e concepções dicotômicas, como na relação natureza e cultura, que se atenua como um todo estético por meio da atuação simbólica do designer. Assim entendido, a descoberta da potência corporal desencadeou uma estética pedagógica em que o processo ensino-aprendizagem permaneceu intrínseco ao movimento de cada aluno. Nesse sentido, foi necessário considerar modos singulares de projetar joias, ou seja, inventar joias de dentro para fora, não mobilizados por fatores externos, mas pelos afetos e pelos encontros.

A perspectiva que trabalhamos na disciplina escolheu tratar a joalheria contemporânea como caminho que permite a experimentação e a invenção, concedendo ao designer maior liberdade quanto aos materiais, aos métodos e aos processos utilizados. Portanto, o discurso intrínseco ao objeto poderia ter diversos caráteres, fossem eles político, artístico, cultural, econômico, etc., não havendo limites para a sua ressignificação. Esse objeto não deveria se prender apenas à aparência, mas buscar apresentar-se esteticamente por meio de um conceito, sendo vetor de um discurso que funcionaria com uma única certeza: a impossibilidade de conter o que se experimentara.

Os conceitos resultantes das atividades propostas evocaram reflexões, denúncias, questionamentos e críticas a assuntos e situações que estiveram em evidência no momento em que foram projetados. Esses conceitos, desenvolvidos de forma livre e apresentados em formato de texto ou painéis semânticos pelos alunos, nortearam um processo criativo com perguntas sobre as intervenções corporais que os alunos queriam realizar. As escolhas aconteceram de maneira muito particular, cada um inventou o seu caminho, partindo da própria imaginação de mundo. Assim, foram reunidas narrativas em um conjunto heterogêneo de ideias em cada edição do Laboratório.

Pensando em uma reflexão possível que colocasse em conversão o *corpo-próprio* com o *corpo-coletivo*, os alunos encontraram algum questionamento, algum motivo para realização de um ornamento corporal conceitual, desprovido das premissas tradicionais de concepção da joia, no sentido da preciosidade atrelada ao valor monetário. O valor estaria contido no discurso. Isso foi materializado mediante o uso de técnicas diversas, menos centradas na execução e no acabamento, uma vez que este não era o enfoque da disciplina. Em contrapartida, foram priorizadas questões discursivas concentradas na comunicação que aquele artefato poderia alcançar.

Nesse contexto, a noção do *dar certo*, quase sempre condicionada a modelos e parâmetros já estabelecidos, foi ampliada pela impossibilidade de controle pleno do resultado, pela incerteza ao se agenciar o novo, pela potência implícita da invenção. Tendo a imprevisibilidade em mente, provocamos os alunos a sempre desconfiarem das próprias estratégias e a se esquivarem das armadilhas das soluções fáceis ou previsíveis.

Cada trabalho demandou soluções específicas, centradas na seleção, no tratamento e na conformação dos materiais que viabilizariam o artefato. Em alguns casos, a escolha do material acontecia já na pesquisa de campo, como ocorreu com a aluna Caroline Puppe que reutilizou armações de guarda-chuvas cedidas por um artesão que ganha a vida com consertos na Praça Sete. O trabalho *Expedições Urbanas* teve como mote a ressignificação da relação da aluna com a cidade, o corpo e o espaço urbano. A partir dos movimentos possíveis das armações de guarda-chuvas, transformadas em colar e bracelete, Caroline criou metáforas da articulação dos movimentos dos corpos na cidade. O material reaproveitado (hastes das armações) foi pintado com tinta acrílica branca e soldado a correntes e pulseiras lisas de latão banhado à prata para serem acomodados no colo ou nos braços (figura 5). Após a finalização da disciplina, as joias foram expostas no *Kick Off Novos Designers*, na exposição desenvolvida pelo Fashion Revolution Brasil por ocasião da Brasil Eco Fashion Week, em 2017.

FIGURA 5 – PROJETO EXPEDIÇÕES URBANAS



FONTE: AMORIM, Wadson, 2022.

Em outras situações, os alunos buscaram, após a pesquisa de campo, os materiais, os processos ou as tecnologias que seriam empregados para a confecção das joias. O aluno João Frederico Almeida, por exemplo, utilizou um biotécido criado a partir de bactérias, resultado da fermentação orgânica dos micro-organismos de kombucha no projeto *Desdobramento*. O kombucha é obtido, tradicionalmente, do processo de fermentação do chá adoçado das folhas da planta *Camellia sinensis*, durante o qual uma colônia de bactérias e leveduras, quando cultivada em condições específicas, produz um filme, uma espécie de couro biológico, sobre a superfície do líquido. Nesse caso, o material biotecnológico foi utilizado para comunicar a percepção de desconforto em relação à dinâmica social por meio da sua característica de retração, expansão e aderência a diferentes superfícies. Foi ancorado em uma espécie de broche de latão confeccionado com técnicas de ourivesaria artesanal, e ofertava diferentes possibilidades de uso (figura 6).

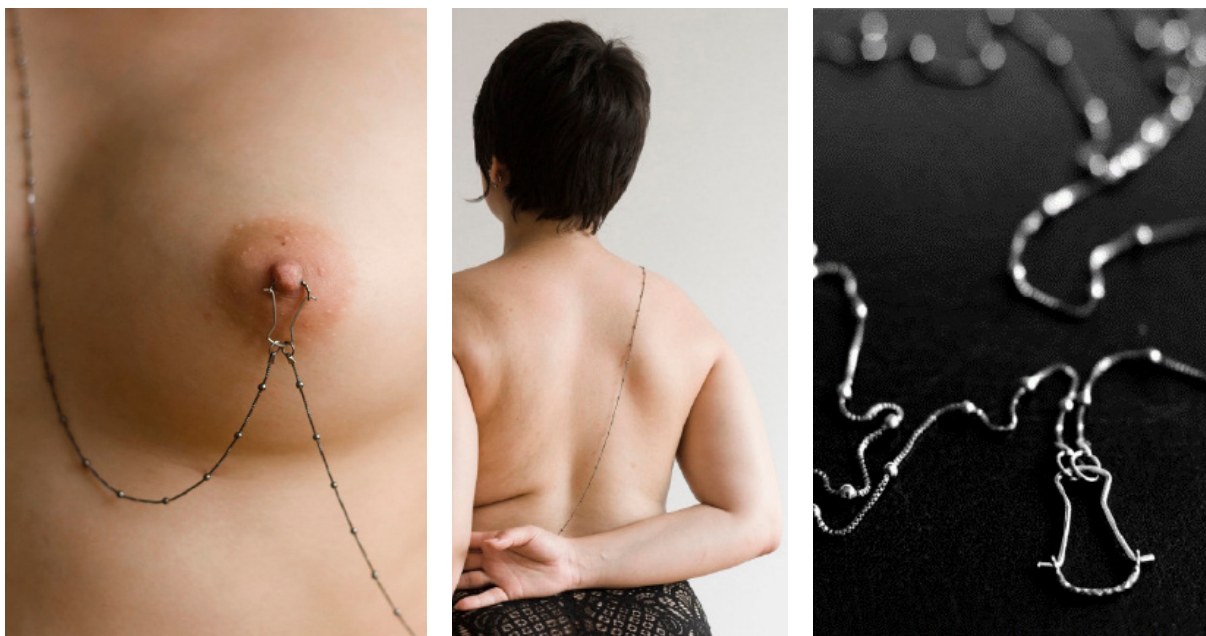
FIGURA 6 – PROJETO DESDOBRAMENTO



FONTE: AMORIM, Wadson, 2022.

Naturalmente, as reflexões sobre o próprio corpo ocuparam uma centralidade no processo de desenvolvimento dos trabalhos. No projeto *Kynthos*, elaborado pela aluna Cindy Marques, por exemplo, a proposta conceitual originou-se da etimologia do seu próprio nome, estabelecendo conexões do seu corpo com a cidade. Cíntia, no latim *Cynthia*, ou no grego *Kynthia*, significa a mulher de *Kynthos* e remonta a imagem de uma guerreira grega. Partindo dessa informação, a aluna desenvolveu uma joia como proteção do corpo e da feminilidade: um *piercing* para a auréola do mamilo conectado a correntes de metal que envolvem o corpo (figura 7).

FIGURA 7 – PROJETO KYNTHOS



FONTE: AMORIM, Wadson, 2022.

Considerações finais

O processo cognitivo de construção de sentido se deu mediante a incorporação das dinâmicas de experiências que estabeleceram estruturas de entendimento e racionalização de si para/com/no mundo. Atuando de modo a tornar explícitos comportamentos que, por incidirem diretamente sobre o corpo, o moldam conforme os ditames socioculturais do período em que são desenvolvidas, as joias assumiram papéis que aditaram às suas funções primeiras – estética e de comunicação imaterial simbólica – críticas e denúncias em relação a alguns dos preceitos vigentes em nossa sociedade em relação ao corpo. Pensamos na joia como um corpo real, dramático, comunicacional, utilizada no labirinto das vivências humanas. Orientamo-nos pelos fluxos de pensamento e experiências que nos atravessaram, permitindo entrever espaços-tempos que nos acompanharam. A primeira pele, o corpo, e a segunda pele, a joia, tornaram-se una, tendo em comum a força expressiva modulada pela existência de cada aluno.

Pode-se dizer que o Laboratório de Joalheria Contemporânea foi uma tentativa de se construir um território de invenção com experimentações abertas às alteridades, com ações em diversas frentes de trabalho que reverberaram dentro e fora do lugar material concreto. Na condução da disciplina, o conjunto de experimentações proposto tinha como objetivo transversalizar o corpo em um processo de composição e decomposição. Nesse sentido, a própria experimentação foi tratada como gatilho para que os corpos presentes se modulassem no compartilhamento dos processos singulares de invenção.

Referências

AMORIM, Wadson G. **Territórios de invenção**: design experimental de joias contemporâneas na Escola de Design. 2022. Tese (Doutorado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

AZEVEDO, Denis S.; CAMINHA, Iraquitã O. Ser no mundo, mundo vivido e corpo próprio segundo Merleau-Ponty. **Dialektiké**, v. 1, n. 2, p. 15-37, 2015.

BERNABEI, Roberta. **Contemporary jewellers interviews with european artists**. Londres: Berg, 2011.

CAMPOS, Ana Maria C. **La joyería contemporánea como arte**: un estudio filosófico. Tese (Doutorado em Filosofia) – Programa de Pós-Graduação em Filosofia, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2014.

CUNNINGHAM, Jack. **Contemporary European Narrative Jewellery**: the prevalent themes, paradigms and the cognitive interaction between maker, wearer and viewer observed through the process, production and exhibition of narrative jewellery. 2008. Tese (Doutorado em Arte) – The Glasgow School of Art, Glasgow, 2008.

DELEUZE, Gilles. **Espinosa. Filosofia prática**. São Paulo: Escuta, 2002.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**. Coimbra: Edições 70, 2010.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1996.

KASTRUP, Virgínia. **A invenção de si e do mundo. Uma introdução do tempo e do coletivo no estudo da cognição**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

KASTRUP, Virgínia. Políticas cognitivas na formação do professor e o problema do devir-mestre. **Educação & Sociedade**, v. 26, p. 1273-1288, 2005.

LINDEMANN, Wilhelm. **Thinking jewellery. On the way towards a theory of jewellery**. Stuttgart: Arnoldsche Art Publisher, 2011.

MERCALDI, Marlon A.; MOURA, Mônica. Definições da joia contemporânea. **Moda Palavra**, ano 10, n. 19, p. 54-67, 2017.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

ORLANDI, Luiz B. L. Corporeidades em minidesfile. *In*: FONSECA, Tania. M.; ENGELMAN, Sara (orgs.). **Corpo, arte e clínica**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2004.

PORPINO, Karenine O. **Dança é educação**: interfaces entre corporeidade e estética. Natal: Editora da UFRN, 2006.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: Editora 34, 2009.

ROLNIK, Suely. Subjetividade antropofágica. *In*: LINS, Daniel (org.). **Razão nômade**. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

SCARPITTI, Chiara. **Singular multiples**: contemporary jewellery beyond the digital. Trento: LISt Lab, 2020.

SILVA, Sérgio A. A cor aplicada ao corpo: design, fotografia e cultura. **Projetica**, v. 9, p. 255-268, 2018.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda**. Lisboa: Texto & Grafia, 2014.


SKINNER, Damian. **Contemporary jewelry in perspective**. New York: Lark Jewelry & Beading, 2013.

VALVERDE, Monclar. **Pequena estética da comunicação**. Salvador: Arcádia, 2017.

Agradecimentos

Os autores agradecem aos alunos da disciplina optativa Laboratório de Joalheria Contemporânea, oferecida de 2017 a 2019, e ao Programa de Bolsas de Produtividade em Pesquisa coordenado pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Revisora do texto: Ana Carolina Carvalho de Moraes. E-mail: carvalho.carol@uol.com.br



**A moldura do desnudamento.
Tensionamentos do dispositivo
nudez/veste no figurino de Fábria
Bercsek para a performance musical
de Laura Diaz (Teto Preto)**

Framing denudation. Tensioning the nudity/dress apparatus on the concert outfits made by Fábria Bercsek for the musical performance of Laura Diaz (Teto Preto)

Renato Gonçalves Ferreira Filho¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2835-5607>

[resumo] Este artigo busca desenvolver uma reflexão filosófica acerca dos sentidos do desnudamento a partir de um estudo de caso dos figurinos assinados por Fábيا Bercsek para as performances de Laura Diaz, vocalista do grupo musical independente Teto Preto. Em diálogo com as discussões empreendidas por Giorgio Agamben sobre a nudez e a noção de performance de Paul Zumthor, observamos como a veste pode se colocar como um agente a emoldurar e ressignificar a nudez no contexto performático. Como corpus de análise, elencamos três peças usadas em cena e analisamos suas modelagens, suas dinâmicas e seus sentidos em relação à tríade *corpo vestido-espaco-espectador*, que propomos como modelo analítico. Como resultados, destacamos as possibilidades e as potencialidades políticas do figurino de Fábيا Bercsek, considerando-se a modelagem, a leitura de gênero e o tensionamento do dispositivo nudez/veste.

[palavras-chave] **Figurino. Nudez. Filosofia da moda. Performance. Música brasileira.**

[abstract] This article aims to develop a philosophical reflection on the meanings of denudation based on a case study of the concert outfits designed by Fábيا Bercsek for the performance of Laura Diaz, lead singer of the musical independent group Teto Preto. In dialogue with the discussions undertaken by Giorgio Agamben on nudity and Paul Zumthor's notion of performance, we observe how clothing can be placed as an agent to frame and re-signify nudity in the performance context. As a corpus of analysis, we list three outfits used in scene and analyze their modeling, their dynamics and their meanings in relation to the body dressed-space-spectator triad, which we propose as an analytical model. As a result, we highlight the possibilities and political potential of Fábيا Bercsek's outfits, considering the modeling, the reading of gender and the tensioning of the nudity/dress apparatus.

[keywords] **Concert outfit. Nudity. Philosophy of dress. Performance. Brazilian music.**

Recebido em: 16-05-2022

Aprovado em: 23-06-2022

¹ Pós-doutorando pelo Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo (IEB-USP). Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Mestre em Filosofia pelo IEB-USP. Docente na ESPM-SP. E-mail: r.goncalves.f@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3919121648225973>

Introdução

No cenário musical brasileiro pós-jornadas de junho de 2013 (GONÇALVES, 2020), o coletivo Teto Preto tem se destacado pela confluência entre música, ocupação da cidade, postura de combate político e performance. Apostando em sua presença de palco, Laura Diaz, fundadora e vocalista do grupo, teve, entre 2017 e 2019, o apoio e o suporte da estilista Fábria Bercsek, que assinou grande parte de seus figurinos. Por meio de modelagens inovadoras, a partir das quais o corpo da *performer*, por vezes, esteve exposto em sua nudez, os figurinos de Bercsek para Diaz logo se tornaram um dos principais elementos a traduzir e conduzir a potência política e performática do grupo.

Neste artigo, realizamos uma reflexão de natureza filosófica a partir da análise de três figurinos assinados por Fábria Bercsek e utilizados por Laura Diaz em performances musicais do Teto Preto, objetivando a interpretação dos sentidos políticos neles contidos ao redor do desnudamento que promovem. Nossa percepção é a de que o figurino de Bercsek, quando utilizado por Diaz, emoldura a nudez.

Inicialmente, destacamos alguns pontos fundamentais da trajetória de ambas as artistas para se compreender não apenas o contexto da parceria, mas também os aspectos que as aproximam. Posteriormente, apresentamos nossa fundamentação teórica a partir das discussões de Giorgio Agamben (2016) sobre a nudez e a sua herança teológica e dos estudos da performance liderados por Paul Zumthor (2018), a fim de instrumentalizarmos nossa abordagem analítica em busca dos sentidos dos figurinos de Bercsek no contexto performático de Diaz. Após realizarmos a leitura dos três figurinos, realizamos um esforço de síntese a respeito das potencialidades políticas do material selecionado em relação à modelagem, à leitura de gênero e ao tensionamento do dispositivo nudez/veste.

O presente estudo persegue a ideia de que a veste, no contexto da performance, pode ser um agente a destacar o desnudamento e trazer tensões para os sentidos que ambos, veste e nudez, carregam.

Experimentações no palco e no ateliê: sobre o objeto de análise

A parceria entre Fábria Bercsek e Laura Diaz se estabeleceu à ocasião da formação e consolidação do grupo musical Teto Preto. Nascida em meio às festas de música eletrônica organizadas pelo coletivo Mamba Negra, a proposta musical do grupo, desde o início, esteve atrelada à experimentação e a uma postura política de ocupação da cidade e de liberdade dos corpos, o que pareceu encontrar em Bercsek uma aliada para a consolidação de uma estética performática em conformidade com os propósitos do grupo.

Bem resumidamente, podemos apontar que, em suas canções e performances, o grupo Teto Preto trabalha questões relacionadas à insubmissão às grandes narrativas do que viriam a ser o Estado e a cultura brasileira, identificando-se ao que viria a ser uma “juventude insubmissa no cataclismo último do capital”, verso da canção “Bate mais” (Laura Diaz). Além disso, o coletivo desenvolve uma estética de confronto em diálogo aos ecos das jornadas de junho de 2013, marco na história política recente, e caminha na direção da luta por reconhecimento político de minorias (como fica explícito na citada canção, que, entre outras pautas

sociais, reivindica o direito à memória de Marielle Franco e Matheusa, personalidades públicas de grande projeção política que foram assassinadas em crimes hediondos em 2018).

Em sua formação mais longa, que durou de 2016 a 2021, o grupo foi composto por cinco integrantes, sendo os mais expressivos, em termos de performance, Laura Diaz, vocalista e compositora, e Loic Koutana, dançarino, que assumem a frente do palco. Nesse contexto de apresentações ao vivo, principal braço de atuação do Teto Preto, o figurino tem sido um dos destaques da performance do grupo, como aponta Laura Diaz (2021):

o TETO [sic] é uma banda que trabalha, desde o início a dimensão performática, poética, gráfica e audiovisual do espetáculo. A gente disputa imagens, sonhos, ideias, momentos de liberdade. A gente luta com esse arsenal. O corpe [sic] é ferramenta y [sic] suporte para essas experiências e a moda está totalmente ligada a esses processos.

Por sua vez, Fábria Bercsek, que na atualidade direciona sua carreira para a área das artes visuais, advém de uma trajetória mais clássica da moda, mas sempre flertou com a arte e as linguagens experimentais. Entre 2000, ano em que se forma na Faculdade Santa Marcelina, e 2017, quando deixa o Brasil para viver em Portugal, Bercsek desenvolveu um projeto de moda autoral. Enquanto estilista, apresentou 24 coleções próprias em desfiles promovidos por eventos de grande projeção autoral como São Paulo Fashion Week, Casa dos Criadores e Amni Hot Spot, além de ter assumido posições de destaque como diretora criativa nas marcas Cravo & Canela e Cavaleira e ter sido assistente de Alexandre Herchcovitch.

Entre Diaz e Bercsek parece haver a comunhão de um propósito de experimentação artística, que, em grande parte, justificará a pouca convencionalidade dos figurinos que resultam desse encontro. Diante da recusa em fazer parte do grande mercado moda, Fábria Bercsek (2010), que em diversos momentos abandonaria e retomaria sua marca comercial, comentou:

Com tantas experiências vividas na moda, não só com a FB [a marca Fábria Bercsek], mas antes, nos meus primeiros empregos, hoje eu posso chegar à conclusão de que o que eu quero é fazer arte. Eu me tornei conhecida pela liberdade, pelo ineditismo, pioneirismo, exclusivismo. Não poderia negar as minhas vontades mais verdadeiras no sentido da criação. E na indústria não há como sobreviver assim.

Em certa medida, a experimentação é refletida na construção do figurino, perseguindo-se um “olhar criativo, crítico e mobilizador” que conduz a desnaturalização dos modos de existir e de criar moda, como aborda Andrea Saltzman (2015, p. 85-86): “o reconhecimento nas mudanças de comportamento induz alterações nas formas de vestir. Exige, por parte do designer, um profundo compromisso com o corpo e as maneiras de habitar”.

Um outro ponto na trajetória de Laura Diaz, remontada em Gonçalves (2020), vai ao encontro da proposta da indumentária de performance de Fábria Bercsek que aqui analisaremos: o fato de a cantora e compositora ter se apresentado como uma “ativista da nudez”. Em 2013, recém-saída do movimento estudantil da Universidade de São Paulo, onde terminava sua graduação em audiovisual, Diaz, ao ser entrevistada pela Revista Trip, afirmou que: “tirar a roupa ou ficar com ela não tem nada a ver com a luta, do ponto de vista estrutural. Quando a gente coloca o corpo dessa maneira a gente se opõe à violência da vida” (DIAZ, 2013). A genuína relação

da artista com o seu próprio corpo e a sua nudez parece sustentar a escolha da indumentária que posteriormente utilizaria em cena como vocalista do Teto Preto.

Do dispositivo nudez/veste à performance: sobre a perspectiva teórica e metodológica

Para interpretar a indumentária de Fábria Bercsek no contexto da performance de Laura Diaz, comecemos com a questão da nudez, que nos parece ser primordial tanto no que diz respeito à modelagem e à estrutura das vestes quanto aos sentidos políticos que o corpo vestido em performance carrega.

Como aponta Giorgio Agamben (2015, p. 91), “a nudez, em nossa cultura [ocidental], é inseparável de uma assinatura teológica”. A partir dessa constatação, o filósofo percorre a trajetória conceitual e teológica da nudez tendo como ponto de partida a passagem no Gênesis, primeiro livro do Antigo Testamento, em que Adão e Eva são despidos de suas vestes de luz após experimentarem o pecado. Logo, descobrem-se nus, o que lhes causa pudor e os faz improvisar novas vestes, cobrindo-se, inicialmente, com folhas de figueira e, posteriormente, com peles de animais. A passagem bíblica nos coloca diante de um mito fundante sobre as relações entre corporeidade, nudez, pecado e graça, como sintetiza o filósofo:

Se antes do pecado havia necessidade de cobrir com o véu da graça o corpo humano, isso significa que à beata e inocente nudez paradisíaca, preexistia outra nudez, aquela ‘nua corporeidade’ que o pecado, despindo a veste de graça, deixa impiedosamente aparecer (AGAMBEN, 2015, p. 95).

Em outras palavras, as vestes construídas pela cultura vêm cobrir o corpo-pecado da “nua corporeidade”, que é o corpo despido das vestes da graça. Daí a ideia de que “o problema da nudez é (...) o problema da natureza humana na sua relação com a graça” (AGAMBEN, 2015, p. 95). O gesto do desnudamento precedeu a percepção e a consciência da nudez do corpo.

É a partir da privação e da falta, advindas de uma ordem punitiva, que se percebe o corpo nu, pelo qual se deve sentir vergonha e, portanto, cobrir. Sendo assim, afirma-se que a relação nudez/veste é, em termos foucaultianos, um dispositivo de controle moral e político dos corpos. Ainda que o passado judaico-cristão² possa ter sido ressignificado, “uma pesquisa que procure confrontar-se seriamente com o problema da nudez deveria (...) remontar à origem da oposição teológica nudez-veste, natureza-graça (...) para compreender e neutralizar o dispositivo que a produziu” (AGAMBEN, 2015, p. 102).

Na medida em que “a nudez não é um estado, mas um acontecimento” (AGAMBEN, 2015, p. 101), podemos promover uma aproximação entre as discussões filosóficas da nudez e os estudos da performance, sobretudo aqueles conduzidos por Paul Zumthor (2018, p. 30), para quem “a performance realiza, concretiza, faz passar algo que eu reconheço, da virtualidade à atualidade”. Sendo assim, o desnudamento ou o se vestir devem ser vistos como atos que, enquanto acontecimentos, estão circunscritos a uma situação. Isso implica considerar não apenas o gesto de quem se despe ou se veste, mas também a presença daquele que o

² Vale apontar que a existência de uma veste de graça primordial também surge no Zohar, livro que fundamenta o judaísmo.

percebe e interpreta e o contexto em que o ato se dá. Em termos metodológicos dos estudos da performance, deve haver a compreensão de um circuito que passa não somente pelo ato em si, mas também pela sua recepção e sua mediação.

Pelo prisma da performance, os sentidos de um figurino só estarão completos quando se leva em consideração a condição performativa à qual está submetido. Analisar somente a sua modelagem, isto é, a sua construção em termos formais não basta. É na experiência, circunscrita a um aqui-e-agora, que devemos realizar nossa leitura, ainda mais quando falamos de uma indumentária voltada à performance musical, como é o caso das peças que analisaremos a seguir.

Um exemplo aplicado que se relaciona com a questão nudez/veste de um figurino: a potência política do conjunto de calças e camisa largas, em tese, uma escolha conservadora, utilizado por Gal Costa no espetáculo *O sorriso do gato de Alice* (1994), dirigido por Gerald Thomas, só faz sentido no contexto do palco, quando a artista levanta o braço no refrão da canção “Brasil” (Cazuza), balança seu torso ao ritmo da música e deixa à mostra um dos seios porque os botões da camisa estavam intencionalmente abertos, reforçando o que bradava em sua letra: “Brasil, mostra a tua cara, quero ver quem paga pra gente ficar assim”. O desnudamento se dá a partir de um uso criativo da veste em movimento, mostrando pertinência ao discurso daquele momento do espetáculo.

FIGURA 1 – GAL COSTA NO ESPETÁCULO *O SORRISO DO GATO DE ALICE* (1994)



FONTE: Reprodução

Portanto, poderíamos dizer que se faz necessário analisar o figurino a partir da tríade *corpo vestido-espaco-espectador*.

Por *corpo vestido*, compreendemos a relação entre veste e corpo, entendendo que “o corpo, como expressão social, é um corpo vestido”, como define Andrea Saltzman (2015, p. 84). Nesse ponto, o *corpo vestido* também deve ser pensado a partir de sua dinâmica, de seu movimento e de outras escolhas cênicas do *performer*.

Por *espaco*, consideramos não apenas a dimensão espacial, mas também temporal e contextual, como se esse *espaco* fosse o lugar de mediação entre o *corpo* e o *espectador*. Isso se aplica ao palco, mas nele não se restringe. É salutar considerar o tipo de casa que recebe o espetáculo, a quem ele se destina, se será gravado ou não, entre outras variáveis que formam a performance. No caso dos figurinos de Fábria Bercsek, como veremos a seguir, parece haver negociações em relação a como e o quanto de nudez ficará exposto, dependendo do espaco no qual a performance de Laura Diaz ocorrerá.

E, por fim, por *espectador*, colocamo-nos na posição daquele que observa o *corpo vestido* em ação. Como a questão do ponto de vista é fundamental para a leitura de uma performance, neste artigo, tentamos driblar a limitação da presença ao assumirmos a perspectiva do material audiovisual que registrou as performances, duas em espetáculos ao vivo no palco (“Boiler Room x Ballentine’s True Music São Paulo”³, 2018; e “Festival Bananada”⁴, 2019) e uma em um videoclipe (“Pedra Preta”⁵, de 2018).

O desnudamento em três tempos: análise de três figurinos de Fábria Bercsek usados por Laura Diaz

A ordem de apresentação das peças que aqui analisamos foi definida por uma sequência inversa de desnudamento: da maior à menor exposição da nudez. A escolha é tomada tendo em perspectiva a relação *corpo vestido-espaco-espectador*, a partir das quais se observam diferentes modelagens relacionadas a distintas dinâmicas e condições performáticas.

A primeira delas é um conjunto utilizado por Laura Diaz no Festival Bananada (figura 2), realizado em Goiânia (Goiás) em 2019.

³ “Teto Preto Live Show / Boiler Room x Ballantine’s True Music: Hybrid Sounds Sao Paulo”. Disponível em: <https://youtu.be/SbPmnFaNgCE>. Acesso em: 24 de fev. 2022.

⁴ “Teto Preto @ Festival Bananada 2019 (17.8.2019)”. Disponível em: https://youtu.be/xdgLL0Bl_dM. Acesso em 24 de fev. 2022.

⁵ “TETO PRETO – PEDRA PRETA”. Disponível em: <https://youtu.be/5nflC6GkQ8Q>. Acesso em 24 de fev. 2022.

FIGURA 2 – LAURA DIAZ NO FESTIVAL BANANADA EM 2019



FONTE: Elaboração do autor a partir de registro audiovisual da performance

Em termos formais, na cor preta, a peça é estruturada por uma gargantilha presa ao pescoço da qual se estende um fio que a conecta à região da pélvis. O torso da cantora está nu, deixando à mostra seus seios, simetricamente divididos na vertical por essa gargantilha. Na parte de baixo, Diaz veste uma calça desestruturada de cintura alta que é vazada de forma a expor sua púbis e suas nádegas. A parte alta da calça que se prende à cintura vai descendo pelas laterais do quadril e se junta às duas pernas da calça, de modelagem larga com boca de sino. Completam a composição uma luva que vai até depois dos cotovelos e diversos adereços metálicos, como guisos e correntes, que acompanham o desenho das vestes.

Em sua dinâmica, o figurino coloca em evidência três zonas usualmente cobertas, a saber: os seios, as nádegas e a região da púbis. Em uma perspectiva gestáltica, a “configuração por contraste” (ARNHEIM, 2015, p. 39) entre os elementos roupa e zonas erógenas do corpo feminino evidencia tais partes corpóreas. Como se destacassem a nudez, as vestes emolduram o corpo nu da artista. O equilíbrio entre as pernas extremamente cobertas e as regiões do torso, das nádegas e da pélvis radicalmente expostas faz com que o espectador se depare com uma inversão: o que usualmente está exposto mostra-se coberto e o que é obsceno e que, por isso, deveria ser coberto pela roupa está posto em cena.

Interessante apontar que o ambiente do Festival Bananada, que, desde 1999, tem uma proposta curatorial de apresentar, em Goiânia, artistas *underground*, tem uma similaridade ao contexto dos eventos da Mamba Negra organizados em São Paulo, berçário do Teto Preto. Como se observa no registro audiovisual que tomamos como base, assim como na festa paulista, a plateia dança e fuma sem qualquer restrição, há uma interação direta entre performer e público e no palco dispensam-se grandes artifícios cênicos, deixando à mostra a construção crua da aparelhagem do *set* eletrônico. Em parte, esse espaço do Festival, que

dialoga com a proposta contestadora da Mamba Negra, parece chancelar a nudez tal e qual ela foi proposta originalmente nas primeiras aparições de Laura Diaz.

A segunda peça escolhida para nossa análise foi empregada na gravação do videoclipe de “Pedra Preta” (figura 3), um dos singles do disco de estreia do grupo Teto Preto.

FIGURA 3 – LAURA DIAZ NO VÍDEO-CLÍPE “PEDRA PRETA”



FONTE: Elaboração do autor a partir de registro audiovisual da performance

Trata-se de um macacão vermelho que cobre Laura Diaz da cabeça aos pés. A peça única é contínua desde a balaclava, que deixa seu rosto à mostra, cobrindo os cabelos e deixando as orelhas de fora, até os tornozelos e as mãos, essas cobertas por luvas de mesmo material. A ombreira é proeminente, com mangas compridas drapeadas, enquanto um aplique de cabelo surge da touca a emular um penteado “rabo de cavalo”. Com grande destaque, sua modelagem tem dois grandes espaços abertos, um na região dos seios e outro a expor a pélvis e as nádegas. A nudez das partes íntimas por eles é exposta, como grandes rasgos. O tecido vinílico que compõe a indumentária aponta para uma linguagem do fetichismo, tomando dele não só a questão da sexualidade, mas também a produção do desejo, como nos aponta Valerie Steele (1997).

Em sua dinâmica, há um jogo de vedação. O corpo conectado e moldado pelo vinil encontra-se vedado, a despeito do recorte estratégico na zona dos quadris e pélvis que acompanha as articulações necessárias aos movimentos das pernas, enquanto, no torso, o corte horizontal deixa “vazar” as mamas. O *corpo vestido* faz o olhar do espectador percorrer a lisura do tecido e se deparar com as regiões desnudas com grande destaque.

Possivelmente, ao visar a veiculação nas plataformas digitais, tanto seios quanto púbis estão pintados de negro. As aréolas dos seios estão cobertas de tinta em formato de cruz, fazendo referência ao símbolo geométrico que identifica o grupo Teto Preto, enquanto a

região pubiana tingida funde e confunde tinta e pelos. Nesse ponto, mais uma vez se faz importante considerar a questão do *espaço* de mediação da performance entre *corpo vestido* e *espectador*, pois tal estratégia ajuda a burlar a censura dos algoritmos que privam a exibição de seios femininos. No campo da música, foi exemplar a censura sofrida por Karina Buhr em relação à capa do disco *Selvática* (2015), em cuja foto a artista aparece com os seios desnudos. Foi um dos primeiros debates públicos sobre nudez, arte e censura algorítmica das plataformas digitais em relação à exibição do seio feminino nu.

No contexto do videoclipe, gravado na Casa do Povo, espaço cultural paulista de fomento à experimentação artística, a sensibilidade *camp* comum à indumentária de Fábria Berscek para Laura Diaz fica proeminente. Em meio a personas que exageram em suas atuações e cenas carregadas de uma dramaticidade *camp*, quando a malícia e o cinismo são as tônicas (SONTAG, 2020, p. 366), a nudez, na modelagem exemplar de Berscek, não é um mero detalhe, como poderia ser um decote em uma estrutura moderna de vestidos. Pelo contrário, ela é construída de tal forma exagerada que torna-se a mensagem principal do figurino.

Por fim, o terceiro figurino analisado (figura 4) foi utilizado na gravação da apresentação ao vivo do grupo Teto Preto em 2018 para o projeto Boiler Room x Ballantine's True Music, iniciativa internacional cultural de uma marca de bebidas alcoólicas que, desde 2014, apoia cenas locais de música eletrônica independente e disponibiliza os registros dos espetáculos ao vivo como conteúdos digitais.

FIGURA 4 - LAURA DIAZ NO ESPETÁCULO BOILER ROOM EM 2018



FONTE: Elaboração do autor a partir de registro audiovisual da performance

A indumentária é estruturada em duas peças: uma espécie de corpete com mangas compridas incorporadas e um par de perneiras. Entre elas há uma discontinuidade. O corpete, na cor branca, tem mangas desestruturadas que, devido ao exagero das formas, criam um aspecto de amassado e, em uma leitura gestáltica, colocam o peso visual maior sobre os

ombros da cantora a partir do isolamento (ARNHEIM, 2015, p. 17) do elemento veste. Feito de um tecido de alta gramatura, o *corset* tem um desenho que simula a modelagem clássica até a região dos quadris, mas que não se fecha no períneo, deixando assim nádegas e púbis à mostra. Por sua vez, o par de pernas é construído de forma a simular uma bota de cano alto até a altura dos joelhos com uma volumosa rebarba, constituída por um grande pedaço outrora projetado para as coxas dobrado para baixo, como se a *performer* tivesse dele se despedido.

Na dinâmica do *corpo vestido*, os seios estão cobertos, mas há um interessante jogo de ocultar e revelar a região pubiana e das nádegas da cantora. Grande parte da estrutura, quando a cantora está ereta, cobre ambas as regiões. Porém, devido aos seus movimentos de palco, muitas vezes, pode-se observar sua região genital. Em determinados momentos, ela flexiona seu tronco para trás, fazendo com que o corsete levante sua aba frontal. Em outros, coloca as mãos na pélvis. A nudez vai se revelando e sendo velada a partir das movimentações da *performer*.

Intencionalmente, Diaz se movimenta de forma a brincar com a sua nudez aparentemente negociada com o espaço de sua performance. Como o espetáculo, nesse caso, foi pensado para ser gravado e veiculado no YouTube, parece que a escolha dessa indumentária foi proposital na medida em que a *performer* pode jogar com a exibição ou não de sua nudez. Somos levados a crer nessa estratégia quando observamos que a mesma indumentária outrora foi empregada, por exemplo, na apresentação que o grupo fez no SESC Pompeia, em 2018, espaço cujas apólices de apresentação se mostram um pouco mais conservadoras do que o contexto da Mamba Negra ou do Festival Bananada.

Ainda que a nudez esteja colocada em cena, ela é suprimida pela inserção gráfica de recursos que a borram na edição veiculada no plataforma digital, o que de certa forma acaba reforçando ainda mais o caráter transgressor da nudez trazida pelo figurino de Bercsek.

Tensionamentos do dispositivo nudez/veste em Fábria Bercsek: um esforço de síntese

Encaminhando-nos para uma síntese de nossa análise, cabe destacarmos alguns pontos, a saber: (a) a relação nudez/veste pela modelagem do figurino; (b) as relações entre nudez e o *corpo vestido* feminino; e, em última instância, (c) os sentidos políticos do tensionamento do dispositivo nudez/veste em relação à performance.

Nos três casos analisados, observamos uma relação íntima entre a modelagem do figurino e a nudez. Por meio de um jogo de mostrar e cobrir, cada um à sua maneira, os figurinos apresentaram estruturas que emolduram a nudez da púbis, das nádegas e dos seios. Em uma visão gestáltica, a configuração do corpo vestido, interpelado por zonas cobertas e descobertas, privilegia o olhar para tais regiões corpóreas, como se estivesse a destacar a nudez por intermédio do contraste. Podemos dizer que as escolhas criativas pelo desnudamente não operam como insinuações ou outras operações de ordem erótica. Ao contrário: elas apresentam a crudeza da “nua corporeidade”, para empregarmos o que outrora já destacamos de Agamben (2015, p. 100).

Fazendo-se um paralelo entre história da arte e os figurinos de Fábria Bercsek, somos levados a pensar especialmente em duas obras que também trabalham de certa forma a nudez em relação ao corpo vestido: a pintura *L'Origine du Monde* (1866), de Gustave Coubert, e a performance *Action Pants: Genital Panic* (1969), de Valie Export (figura 5).

FIGURA 5 – QUADRO *L'ORIGINE DU MONDE* (1866), DE GUSTAVE COUBERT, E PERFORMANCE *ACTION PANTS: GENITAL PANIC* (1969), DE VALIE EXPORT



FONTE: Reprodução.

No quadro do pintor francês, um dos principais expoentes do realismo, a púbis peluda da modelo é destacada pelo enquadramento da pintura. Como sugere o título, associa-se diretamente a vagina à origem do mundo. Seu corpo está deitado e suas pernas estão levemente abertas, enquanto as vestes estão levantadas na altura dos seios, que estão ligeiramente à mostra. A relação entre nudez e veste aqui se faz sobretudo a partir da configuração da cena em relação ao ponto de vista do espectador (dada, certamente, pela perspectiva do artista), como ocorre na dinâmica do corpo vestido de Laura Diaz no palco.

Por sua vez, a performance de Valie Export tem relação direta com a modelagem de Bercsek: nela, a *performer* austríaca, sentada, empunha um rifle enquanto veste um conjunto de jaqueta de couro e calças compridas estrategicamente rasgadas na região pubiana. Ao abrir sua perna, apoiada em uma segunda cadeira, a artista expõe sua genitália. Como sugere o nome da performance, sendo “action pants” (“calças de ação”, em tradução literal), as vestes que emprega agem sobre seu corpo e a cena que se quer criar: “genital panic” (“pânico genital”). A ideia de ação do figurino da performance de Valie Export pode ser transposta para o figurino de Bercsek, pois em ambos os casos as vestes *agem* sobre a dinâmica da performance, não são meros detalhes.

Cabe pensarmos o porquê e os sentidos da escolha de exibição da genitália feminina e dos sexos como principal ponto da indumentária de Bercsek para a performance de Laura Diaz. E, sobre esse aspecto, novamente, podemos recorrer à natureza teológica da nudez. Como destaca Agamben (2015, p. 106), “a nudez incontável dos órgãos genitais é a cifra da corrupção da natureza após o pecado, que a humanidade se transmite através da procriação”. Perseguindo-se essa direção, adentramos o segundo aspecto a ser sintetizado em

nossa análise, (b) a nudez e sua relação com o corpo vestido feminino, pois o órgão genital feminino e os seios são aqueles, historicamente, mais censurados.

Não queremos aqui tomar como ontológica a noção de um corpo vestido feminino, mas sim enxergar o figurino em ação por meio das ações performativas, no sentido butleriano de *performance de gênero* (BUTLER, 2016). Resumidamente, encaramos a feminilidade aqui enquanto ação e não aspecto inato ao sujeito. Considerando Laura Diaz uma mulher cisgênera, em conformidade com a identificação que lhe foi dada ao nascimento a partir de sua genitália, quando expostos, sua vagina e seus seios colocam em xeque a interdição da nudez feminina imposta por uma lógica patriarcal.

Na história da cultura ocidental, escrita sobretudo pela dominante visão masculina (BEAUVOIR, 2016, p. 186), a vagina tem sido representada como aquela que amedronta os homens. Como rememora Camille Paglia (1992, p. 24), “o mito da vagina dentada (...) é uma transcrição hediondamente direta do poder feminino e do medo masculino”. Nessa perspectiva, “no sexo, o homem é consumido e novamente liberado pelo poder dentado que o deu à luz, o dragão fêmea da natureza”. Sob uma lógica patriarcal, tornar visível e pública a vagina, pelo emolduramento da estrutura do figurino, torna-se um gesto de confronto e ressignificação da carga moral que sobre ela recai. É como se se perguntasse a um Outro masculino: “o que tanto nisso lhe assusta?”.

Aspectos que poderiam parecer de menor importância na performance, como a presença e a exibição de pelos pubianos, prática corporal que vai na contra-mão da pressão estética que as mulheres sofrem, ganham outros sentidos quando pensamos no mito da “feminista feia” que foi usado para deturpar as mulheres que reivindicam seus direitos sobre seus próprios corpos (WOLF, 2020, p. 303).

O corpo feminino, em Bercsek e Diaz, mesmo desnudo, não é o corpo erótico que se dá a ver na busca da captura do desejo do espectador. Trata-se de uma nudez que, enquanto acontecimento, se expõe na sua crudeza, despida de qualquer moral ou sagração. Não é o seio que amamenta ou a vagina que dá “origem ao mundo”, parafraseando-se o título da obra de Coubert. As vestes, em nosso caso, acionam um processo de dissoiação da historicamente naturalizada ideia de que o corpo feminino seria apenas aquele voltado à procriação e ao matrimônio (BEAUVOIR, 2016). São partes em seu estado inatamente corpóreo, rejeitando tanto a veste da graça quanto à do pecado.

Com isso, encaminhamos-nos para o último ponto de síntese em nossa análise, (c) os sentidos políticos do tensionamento nudez/veste.

Além do peso teológico da nudez observada por Agamben (2015), podemos dialogar com Micheal Foucault (2015, p. 235) para quem “o poder penetrou no corpo, [e] encontra-se exposto no próprio corpo”. A ideia de um dispositivo nudez/veste para o filósofo italiano parte de uma concepção foucaultiana, aquela entorno do termo *dispositivo*, que designa as formas de ação das estruturas de poder. Sendo assim, encaramos a tríade *corpo vestido-espaço-espectador* como possibilidade de opressão ou de emancipação política.

A performance do desnudamento, como vimos, em todos os três figurinos, esteve atrelada a negociações políticas entre corpo vestido, espaços e espectadores. No caso de contextos mais progressistas, como no Festival Bananada, a performance ocorreu com maior liberdade. Quando em espaços que posteriormente estariam submetidos à censura

das redes sociais, pois estavam sendo gravados e destinados para a veiculação digital, ela ocorre sob a condição de uso de alguns recursos, como a pintura que camufla seios e púbis, no caso do videoclipe de “Pedra Preta”, ou a inserção de recursos gráficos na edição do espetáculo promovido pela Ballantine’s para o YouTube. Mesmo quando o desnudamento não está posto em cena de forma plena, seja pela própria escolha da performer, que se movimenta de forma a mudar em tempo real a dinâmica do figurino, seja pelos usos e consumos midiáticos da performance, os tensionamentos ocorrem.

Por fim, o ato da nudez emoldurada pelo figurino de Bercsek nos remete novamente a Angamben (2015, p. 128) quando ele nos apresenta a “desativação do dispositivo [nudez/veste]”:

O matema da nudez é [...] simplesmente *haecce!*, “não há nada mais do que isso”. E, no entanto, é justamente esse desencantamento da beleza na nudez, essa sublime e miserável exibição da aparência para além de todo mistério e todo significado, que desativa de algum modo o dispositivo teológico para deixar ver, para além do prestígio da graça e das seduções da natureza corrompida, o simples e inaparente corpo humano.

Como pudemos observar, o desnudamento não está apenas ligado à total ausência das vestes. A roupa pode surgir como um agente a emoldurar a nudez e tensionar os sentidos políticos do dispositivo nudez/veste, ressignificando ambos os elementos, o corpo nu e o corpo vestido. Em Fábica Bercsek, a escolha criativa para vestir Laura Diaz vai ao encontro da posição política do grupo Teto Preto e mostra como o figurino pode operar como um elemento fundamental a contribuir com a performance.

Referências

AGAMBEN, Giorgio. “Nudez”. In. AGAMBEN, Giorgio. **Nudez**. Tradução: Davi Pessoa Carneiro. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015. p. 87 – 129.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual**. Uma psicologia da visão criadora. Tradução: Ivonne Terezinha de Faria. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Fatos e mitos. Tradução: Sérgio Milliet. 3ª edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.

BERCSEK, Fábica. “O fato é que eu sou artista. E ponto”, diz Fabia Bercsek ao descontinuar negócios”. [Entrevista concedida a] Camila Yahn. **Revista FFW**, 8 de fevereiro de 2010. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/fabia-bercsek-descontinua-negocios-e-afirma-sou-artista-e-ponto/>. Acesso em: 24 de fev. 2022.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Tradução: Renato Aguiar. 10ª edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

DIAZ, Laura. “Laura Diaz”. [Entrevista concedida a] Milly Lacombe. **Revista TPM**, 10 de abril de 2013. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/trip/laura-diaz>. Acesso em: 24 de fev. 2022.

DIAZ, Laura. “Laura Diaz comenta nova formação do TETO PRETO, velhos desafios e a influência da moda na performance”. [Entrevista concedida a] Laura Pádua. **Revista Balacava**, 17 de agosto de 2021. Disponível em: <https://revistabalacava.com/laura-diaz-comenta-nova-formacao-do-teto-preto-velhos-desafios-e-a-influencia-da-moda-nas-performances/> Acesso em: 24 fev. 2022.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Tradução: Roberto Machado. 3ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

GONÇALVES, Renato. “Gasolina neles!” Estéticas do inquietante na música popular no Brasil pós-2013 a partir do coletivo Teto Preto”. In **Anais do 2o Simpósio Internacional de Relações Sistêmicas da Arte**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2020. p. 519-527.

PAGLIA, Camille. **Personas sexuais**. Arte e decadência de Nefertiti a Emily Dickinson. Tradução: Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SALTZMAN, Andrea Laura. “A metáfora da pele no processo projetual da vestimenta”. In. PIRES, Beatriz Ferreira; GARCIA, Claudia; AVELAR, Suzana (org.). **Moda, vestimenta, corpo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. p. 83-94.

SONTAG, Susan. “Notas sobre o camp”. In SONTAG, Susan. **Contra a interpretação: e outros ensaios**. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2020. p. 346 – 367.

STEELE, Valerie. **Fetichismo: moda, sexo e poder**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

“Teto Preto Live Show / Boiler Room x Ballantine’s True Music: Hybrid Sounds Sao Paulo”. Disponível em: <https://youtu.be/SbPmnFaNgCE>. Acesso em: 24 de fev. 2022.

“TETO PRETO – PEDRA PRETA”. Disponível em: <https://youtu.be/5nflC6GkQ8Q>. Acesso em 24 de fev. 2022.

“Teto Preto @ Festival Bananada 2019 (17.8.2019)”. Disponível em: https://youtu.be/xdglL0Bl_dM. Acesso em 24 de fev. 2022.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução: Waldéa Barcellos. 15ª edição. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, 2020.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. Tradução: Jerusa Pires Ferreira e Suely Fenerich. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

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 Rocca¹

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

¹ 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^o *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 *ginguettes* 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



Monstros usam roupas? A veste nos monstros e a monstruosidade nas vestes

*Do monsters wear clothes? The
costume in the monster and the
monstrosity in the costume*

Jorge Leite Jr¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6234-9169>

[**resumo**] O objetivo deste artigo é discutir a monstrosidade e a humanidade em sua relação com a temática da vestimenta, argumentando que as roupas são fundamentais não apenas para o delineamento social do que pode ser considerado humano, mas também para a demarcação do que é visto como monstruoso. Assim, monstros e humanos também podem ser pensados como croquis. Para isso, serão usados os estudos sobre sociologia da moda e da monstrosidade, procurando fazer um diálogo entre as duas áreas. O texto encerra afirmando que tanto a noção de humanidade quanto a de monstrosidade são indissociáveis das roupas que as cobrem.

[**palavras-chave**] **Monstro. Roupas. Grotesco. Monstrosidade. Moda.**

[**abstract**] The aim of this article is to discuss monstrosity and humanity in their relationship with the costume, arguing that clothes are fundamental not only to the social delineation of human, but also for the demarcation of what is a monster. So, monsters and humans can be thought as sketches. For this, will be used the sociological view of fashion and monster studies, establishing a dialogue between the two areas. The text ends by stating that both notions are inseparable from the clothes that cover them.

[**keywords**] **Monster. Clothes. Grotesque. Monstrosity. Fashion.**

Recebido em: 30-04-2022

Aprovado em: 12-06-2022

¹ Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos – jorgeleite@ufscar.br – <http://lattes.cnpq.br/7253561448346772>.

Remendando roupas, monstros e humanos

O vestuário como um dos mais importantes marcadores sociais é um ponto pacífico nos estudos acadêmicos sobre roupas e moda (BOURDIEU e DELSAUT, 2006; CRANE, 2006; DULCI, 2019; HOLLANDER, 1996; MILLER, 2013; SIMMEL, 2008; STEELE, 1997; SVENDSEN, 2010, WAIZBORT, 2008). Seja para delinear diferenças de idade, classe, gênero, época ou nacionalidade (entre outros), seja na Alta Costura, *prêt-à-porter*, “moda de rua”, nos uniformes, costumes tradicionais ou figurinos do campo artístico, a roupa situa e identifica ao mesmo tempo em que distingue e hierarquiza, orientando tanto os que a usam quanto seus observadores. Conforme Simmel (2008) analisou, por meio das vestimentas nos reconhecemos como membros de um grupo ao mesmo tempo em que nos diferenciamos como indivíduos, situando muito da subjetividade contemporânea na tensão entre o conformismo de uma massificação estética e a insubmissão da criatividade pessoal.

Graças às vestes, o corpo deixa de ser apenas um corpo e adentra na inteligibilidade das regras sociais. Para a grande maioria das culturas, o corpo físico é sempre mais humano quando está vestido. Mas, e quando o corpo não é humano? Quando um ser é compreendido como um “monstro”, o vestuário acompanha sua estranheza singular ou apenas a privação têxtil lhe convém? Afinal, os monstros usam roupas?

Assim, o objetivo deste artigo é discutir a monstrosidade e a humanidade² em sua relação com a temática da vestimenta, argumentando que as roupas são fundamentais não apenas para o delineamento social do que pode ser considerado humano, mas também para a demarcação do que é visto como monstruoso. Ainda que apenas recentemente tenha entrado no mundo *fashion*, o monstro é sempre uma tendência, pois, se a relação entre vestimenta e humanização já é um consenso, a relação entre as roupas e o oposto constitutivo do humano, o monstro, ainda não é tão comum. Não é por acaso que, no momento histórico atual, em que os limites de nossa humanidade voltam a ser questionados de maneira tão contundente, a monstrosidade esteja tão presente na moda.

Durante muito tempo, a moda esteve intimamente ligada ao conceito de belo. A partir do final do século XX, a estética do feio (conhecida como “grotesco”) e sua versão corporificada e materializada (o monstro e a monstrosidade) iniciaram um intenso diálogo com o universo *fashion*, gerando, ao mesmo tempo, tanto o questionamento de padrões corporais vistos como os únicos “elegantes”, “atraentes” ou “bonitos” quanto a incorporação de temáticas e estéticas antes desqualificadas, em especial aquelas relacionadas a grupos historicamente subalternizados. A monstrosidade e as vestimentas estão ligadas há séculos; novo, agora, é o monstro no universo da moda.

Assim, a primeira metade do artigo focará na figura histórica do monstro e seus trajes (ou a falta deles), ressaltando que, quanto mais vestido, mais ele se mostra inteligível socialmente, mesmo quando suas roupas o etiquetam como um inimigo. Na segunda metade, o texto enfocará a monstrosidade na moda, seja como tema, seja como estética, argumentando que a legitimidade do monstruoso é fundamental para a renovação da dinâmica entre a moda e os valores sociais do atual período histórico.

² “Humanidade” não como um coletivo de seres humanos, mas como característica própria do que é humano.

Esboçando o monstro

A reflexão sobre a monstruosidade não é algo recente. Ao contrário, tais considerações podem ser encontradas desde a Antiguidade e suas narrativas e interpretações perpassam culturas e épocas (ASMA, 2009; COHEN, 2000; GIL, 2006; KAPPLER, 1994; LINK, 1998; MORANA, 2017; PRIORE, 2000; THOMSON, 1996; TORRANO, 2012; TUCHERMAN, 1999). Para este artigo, interessa-nos fazer uma reflexão sociológica, com foco na noção de monstruosidade “Ocidental” e, mais especificamente, em sua versão manifesta: o monstro. De pensadores clássicos até alguns movimentos artivistas contemporâneos, o monstro é um tema fundamental para se refletir sobre como as relações sociais costuram e remendam nossa humanidade e seus limites sempre instáveis.

Conforme vários estudiosos do tema (ASMA, 2009; COHEN, 2000; GIL, 2006; KAPPLER, 1994; MORANA, 2017; PRIORE, 2000; TUCHERMAN, 1999), os monstros são criações socioculturais que manifestam ansiedades, medos e tensões em determinada época e sociedade. Além disso, o monstro nunca encarna apenas os medos. Para que ele possa se moldar em alguma figura identificável, tais prodígios devem também ser compostos de desejo, curiosidade e necessidades não satisfeitas dentro das expectativas sociais do período. Como afirma Cohen (2000; p. 48), “*O medo do monstro é realmente uma espécie de desejo*”.

Apesar de não existir um consenso sobre a origem etimológica do termo “monstro”, o que se sabe é que vem do latim e seu significado é o de *mostrar algo e/ou indicar uma direção* (GIL, 2006; KAPPLER, 1994). Assim, *monstro* é o que “mostra”: as infinitas possibilidades da natureza, os poderes divinos ou os mistérios que se encontram nos extremos do conhecimento. É por isso que, comumente, os monstros se localizam nos limites entre o que é conhecido e o que não é, como o interior das florestas, o fundo dos oceanos, e, especialmente, nas fronteiras do intelecto, do socialmente possível e do culturalmente inteligível.

Uma das características do monstro no Ocidente, da Antiguidade até o século XIX, é que seu reconhecimento se dá não por seu caráter, mas por seu corpo físico. Desta forma, a monstruosidade é uma medida corporal, não moral. O monstro “mostra” algo por meio de seu físico insólito e singular. Por isso, para a episteme antiga, não havia a diferenciação entre criaturas “imaginárias” ou pessoas com deficiência física (THOMSON, 1996). Apenas a partir da Baixa Idade Média que o monstro foi associado ao perigo e à malignidade, por meio do vínculo feito pela Igreja entre esses seres e o diabo (ASMA, 2009; KAPPLER, 1994; PRIORE, 2000).

A cientista política argentina Andrea Torrano (2012) parte do conceito de “máquina antropológica”, criado pelo filósofo Giorgio Agamben, para desenvolver o que ela chama de “máquina teratológica”. Conforme o autor italiano, a máquina antropológica funciona incessantemente na cultura ocidental como um dispositivo de subjetivação, separando a animalidade do humano e, assim, cria uma noção de humanidade que, após modernidade e junto ao desenvolvimento do que Michel Foucault chamou de biopoder, exclui corpos, pessoas e povos que não se encaixam nesta noção pressuposta e essencializada de humano. Já a máquina teratológica, pensada por Torrano, é o dispositivo reverso da primeira, pois trabalha com tudo o que é rejeitado por esta, produzindo, também de maneira contínua, os seres que, por não conseguirem se adequar ao molde imperativo do “Humano”, são construídos como monstros.

Junto à máquina antropológica consideramos que funciona a *máquina* teratológica, uma máquina que produz a *vida monstruosa*. A máquina teratológica – igual a antropológica – funciona nesta zona de indeterminação entre o humano e o não humano; mas em vez de realizar o humano, fabrica monstros. Esta máquina pressupõe o monstruoso e decide sobre estes limites difusos o que é um monstro. Concebemos a monstruosidade como aquilo que vem questionar uma dada ordem (TORRANO, 2012; p. 373. Itálico da autora)³.

Assim, podemos afirmar que o monstro é uma categoria de classificação do não humano e que, por seu histórico de associação com o demoníaco, tal categoria é legitimadora da violência contra as pessoas e grupos considerados monstruosos. No Ocidente, diferente de outras culturas, o monstro é, na maioria das vezes, um inimigo a ser destruído, e sua evocação é quase sempre motivo de incômodo. Neste artigo, os monstros trabalhados serão apenas aqueles com formato humanoide e que, justamente por esta característica, podem estar aptos (ou não) a usar roupas. Afinal, os trajes não cobrem as pessoas, mas as confeccionam como tais.

O monstro pode ser compreendido, então, como o oposto constitutivo da noção de “ser humano”. E, da mesma maneira que o monstro não possui uma essência universal e atemporal, tal criatura revela que nossa humanidade também não é absoluta e definitiva, mas sim um coser constante, não linear e nunca definitivo. Assim como os monstros, as muitas e possíveis formas de humanidades e seus trajes são construções mutantes.

Por isso, historicamente, os monstros se tornam temas importantes de reflexão e ganham grande relevância social quando as sociedades passam por intensas mudanças, como no Renascimento, período com expedições de conquistas — no mesmo período em que alguns autores identificam o início da moda, junto à revolução do vestuário extravagante do século XV, ou a pompa das vestes do século XVI (SVENDEN, 2010; TOUSSAINT-SAMAT, 1994); no estabelecimento da modernidade europeia no século XIX — com o surgimento da Alta Costura, do “sistema da moda” e a consolidação do vestuário masculino padrão (HOLLANDER, 1998); e nas rápidas e complexas mudanças sociais, estéticas, epistemológicas e identitárias na passagem para o século XXI — com a ilusória “democratização” da moda e a tendência juvenil do “estilo pessoal” (CAMPBELL, 2006; CRANE, 2006; LUCENA e LABOREAU, 2019).

Sempre que uma sociedade começa a se alterar de forma mais profunda, a própria noção de humanidade é atingida (ainda que de forma não consciente e intencional) e, consequentemente, os monstros são evocados para questionar, orientar e, principalmente, “mostrar” qual tipo de humanidade somos ou podemos ser. O monstro é um croqui do humano. Da mesma forma, as vestimentas também mudam. Não é por acaso que monstros, transformações sociais e modificações corporais e de indumentárias caminham juntas.

³ Tradução minha para: “Junto a la máquina antropológica consideramos que funciona la *máquina teratológica*, una máquina que produce *vida monstruosa*. La máquina teratológica – al igual que la antropológica – funciona en esta zona de indeterminación entre lo humano e lo no humano; pero en vez de realizar a lo humano, fabrica monstruos. Esta máquina presupone lo monstruoso y decide sobre estos límites difusos lo que es un monstruo. Concebimos la monstruosidad como aquello que viene a poner en cuestión un orden dado”.

Assim como as roupas, o monstro trança referências de classe, gênero, raça e quantas mais diferenças forem necessárias para, por meio dele, manifestar desejos, receios e fantasias em espaços corporais e lugares sociais a serem explorados, protegidos e/ ou negociados (ASMA, 2009; COHEN, 2000; GIL, 2006; KAPPLER, 1994; MORANA, 2017). Da mesma forma, as vestes podem expressar conflitos em torno das redefinições e limites do que é considerado humano e das fronteiras do culturalmente aceitável, não apenas no campo dos costumes, mas também no socialmente inteligível. Nossa noção de humanidade, assim como a de monstrosidade, em certos momentos históricos, revela-se tão volúvel e caprichosa quanto uma temporada de desfiles ou as texturas e cores de uma coleção.

As vestes no monstro

É possível afirmar que, da Antiguidade até aproximadamente o século XVIII, o discurso sobre a monstrosidade esteve unido no Ocidente⁴, em maior ou menor grau, ao meio religioso e místico (ASMA, 2009; KAPPLER, 1994). Durante este período, a chave privilegiada de leitura para o monstro é a do fantástico e do sobrenatural. Através desta fenda no tecido do universo mágico, é possível observar algumas relações entre o sagrado, o monstro e as roupas (ou a falta delas).

O cristianismo vai desenvolver, até os dias de hoje, intensos debates teológicos sobre a nudez, por meio de variadas interpretações de sua narrativa mitológica sobre o primeiro casal de humanos que, por desobedecerem as leis de seu deus criador, descobrem-se nus, sentem vergonha de sua condição e são expulsos da terra bem-aventurada onde viviam. Agamben (2014) reflete sobre como o estado corporal das personagens Adão e Eva, no catolicismo, pode ser compreendido como uma “veste de graça” transparente, e que, apenas após a transgressão da dupla, tais corpos foram identificados como estando nus: “*A nudez, em nossa cultura, é inseparável de uma assinatura teológica*” (2014: p. 91). Desde então, a nudez não apenas revela a perda do contato direto com o divino, mas a fragilidade da condição humana que, quanto mais exposta por meio do corpo despido, mais socialmente tênue se torna.

A leitura filosófica de Agamben não é nova, sendo um aprofundamento crítico de um antigo debate conservador, como mostram Mariana Pfister e Glauco Barsalini (2020). O filósofo discute as relações de poder encobertas na díade nudez/ veste, dialogando com o texto “*Teologia do vestuário*” do religioso Erik Peterson, que afirma: “[a nudez] *foi por conseguinte, uma mudança metafísica, influenciando a natureza humana em si, e não só uma transformação moral*” (1940: p. 464). Nesse sentido, o importante para este artigo é ressaltar que, desde o início do processo de formulação das doutrinas cristãs, a falta de indumentárias é vista como uma perda qualitativa de humanidade, situação que facilitaria a intensidade e a quantidade de relações de poder abusivas a que certos grupos são expostos até os dias de hoje (AGAMBEN, 2014; PFISTER E BARSALINI, 2020).

Ainda conforme a religiosidade judaico-cristã, o livro do Deuteronômio (22:05) traz uma das mais antigas proibições em relação às indumentárias, envoltas diretamente em relações de poder e gênero: “*A mulher não se vestirá de homem, nem o homem se vestirá de*

⁴ Creio ser importante apresentar este histórico não por acreditar em uma História linear e contínua, mas para compreender a genealogia dos medos e hostilidades que até hoje nos acompanham em relação ao tema da monstrosidade, lembrando que nosso ódio ao monstro foi construído historicamente.

mulher: porque aquele que tal faz é abominável diante do Senhor.” De acordo com a crença de que homens e mulheres possuem posição hierárquica fixa e funções espirituais distintas, o abominável, conforme esta lógica, é a troca de papéis sociais, pois isso desalinhará a própria ordenação sóciocósmica, abrindo espaço para o caos e todas as formas indevidas de entrelaçamentos descabidos, arruinando o rígido *dress code* ditado pelo deus tribal israelita.

Conforme Diana Crane (2006; p. 24), *“em estruturas sociais relativamente rígidas, a tentativa de usar o vestuário para negociar fronteiras de status eram tão controversas quanto a tentativa análoga de se utilizar das roupas para negociar fronteiras de gênero no século XX”*. Tradicionalmente, na religião judaico-cristã, a androginia no vestuário (um elemento fundamental da moda do século XX em diante⁵) é vista como um tipo de remendo entre almas, um mau gosto espiritual que deveria ficar eternamente fora de uso (LEITE JR, 2011).

O mesmo acontece em relação à figura do diabo cristão. Estilista do caos, diretor de criação da *Maison* do Inferno e personificação máxima da temida desordem universal, sua estampa ilustra a história de sua desumanização: de anjo caído no século IX (com rosto humano e cor azul) à besta híbrida no século XVI (com chifres, asa de morcego, pés de bode e cor predominantemente vermelha), quanto mais poderoso e funesto, menos humano em sua forma e menos vestes usa (LINK, 1998). Apenas em situações nas quais o demônio negocia diretamente com as pessoas é que ele se apresenta arrumado, comumente trajando costumes de acordo com a condição social em que o sujeito seduzido se encontra ou aspira alcançar (O’CONNOR, 2017), surgindo ora elegante, ora desleixado.

Apesar desta visão cristã, é possível perceber como também, nas narrativas da Antiguidade, os monstros praticamente não vestem trajes. Tais seres, quando não humanoides, são como os grandes animais predadores: forças intensas que não necessitam de indumentárias. Da Hidra de Lerna grega ao Leviatã judaico, a vestimenta não faz sentido. No entanto, quanto mais próximos do recorte humano, mais os trajes tendem a aparecer para demarcar seu grau de proximidade ou afastamento em relação à determinada população.

Assim, conforme Jean-Pierre Vernant (1988; p. 12), Gorgó (ou Medusa), na Grécia antiga, *“traduz a extrema alteridade, o temor apavorante do que é absolutamente outro, o indizível, o impensável, o puro caos”*. Através de sua pele escamosa, suas presas de javali e seus cabelos de serpente, a Górnona exagerava e formalizava *“não mais o ser humano diferente do grego, mas aquilo que se manifesta, em relação ao ser humano, como diferença radical: em vez do homem outro, o outro do homem”* (VERNANT, 1988; p. 35). Despojada das esbeltas vestes depois da maldição que a metamorfoseou, sendo a própria imagem da repugnância, ela portava, desde então, *“a morte nos olhos”*.

Também o ciclope Polifemo que, conforme a trama tecida por Homero⁶ (2003), tenta devorar Ulisses e sua tripulação; apesar de ser um gigante rude, possuía hábitos humanos, como o pastoreio. Em sua descrição no canto IX da *Odisseia*, as vestes não são citadas, apenas sua forma desmesurada:

⁵ Como afirma Diana Crane (2006: p. 317): *“A ambiguidade sexual surge ano após ano nas coleções”*.

⁶ Homero é o nome de um autor fictício, usado para descrever e unificar os vários e anônimos criadores dos poemas *Iliada* e *Odisseia*, concebidos durante séculos em formato oral e que foram vertidos para a forma escrita no século VIII a.C.

Aí dormia um homem monstruoso, que sozinho apascentava os seus rebanhos, a distância, sem conviver com ninguém: mantinha-se afastado de todos e não obedecia a lei alguma. Fora criado assim: um monstro medonho. Não se assemelhava a quem se alimente de pão, mas antes ao cume cheio de arvoredos de uma alta montanha, que à vista se destaca dos outros. (HOMERO, 2003; p. 150)

Nessas narrativas, como já dito, o corpo era o principal indicador da monstruosidade. Talvez por isso é que suas roupas não receberam tanta atenção, pois, em relação aos monstros, o caimento dos trajes é sempre voltado para a humanização. Nesse sentido, durante os relatos criados na Europa medieval, em que o foco das narrativas estava nos povos e nações monstruosas, aqueles de aparência mais bizarra eram desenhados nus ou cobertos apenas com algumas peles, como os monópodes (seres com um único e grande pé) ou as blêmias (seres acéfalos com o rosto localizado no peito).

AS RAÇAS MONSTRUOSAS. GRAVURA DO LIVRO COSMOGRAFIA UNIVERSAL (1544), ESCRITO POR SEBASTIAN MÜNSTER.



Fonte: <https://www.meisterdrucke.pt/artista/Sebastian-Munster.html>

No “*Livro das maravilhas do mundo*”, do viajante de gabinete Juan de Mandevila, escrito no século XIV, o autor descreve vários povos incríveis que são apresentados praticamente nus (usando apenas pequenos panos para cobrir os genitais) e descalços, pois os calçados são outro importante indicador de humanidade (MANDAVILA, 1984). Da mesma forma, outro ser que ornou o imaginário do medievo europeu foi o “homem selvagem”, intermediário entre o

humano e o animal, mais bicho do que gente. Vivendo nas florestas, afastado do convívio das pessoas, ora bondoso, ora agressivo, portava somente folhas, peles de animais ou era coberto apenas por seus próprios pelos (TOUSSAINT-SAMAT, 1994a). Em suas versões mais simpáticas, agasalhava-se com “*a lã dos bons selvagens*” (TOUSSAINT-SAMAT, 1994b; p. 14). Por mais paradoxal que seja, os monstros só começam a usar roupas conforme vão se humanizando.

Assim, não é por acaso que os cinocéfalos (seres que possuíam cabeça de cachorro, corpo de gente e ladravam ao invés de falar) foram vistos pelos gregos antigos como um grupo privilegiado, situado entre os humanos e os animais. Apesar de sua fisionomia, seus latidos eram considerados uma forma de linguagem. Durante o medievo, tais seres foram compreendidos como os mediadores entre os povos pagãos (o lado animal, despido) e os cristãos (o lado humano, vestido) (VIGNOLO, 2007) e retratados trajando túnicas simples. Devido a um erro de tradução linguística no período, conforme as narrativas da época, um cinocéfalo chegou a se tornar santo — conhecido atualmente como São Cristóvão — e sua figura passou por uma curiosa transformação: no início de suas imagens (provavelmente a partir do século XIII), este era representado como um cão ereto vestindo pomposas e elaboradas roupas litúrgicas cristãs. Apenas com o passar dos séculos, tal santo foi sendo ilustrado como um homem trajando tecidos simples e rústicos.

SÃO CRISTÓVÃO (DESENHADO COM UMA CABEÇA DE CÃO). ÍCONE BIZANTINO DO SÉCULO XVII.



Fonte: <https://www.ebyzantinemuseum.gr/?i=bxm.en.exhibit&id=59>

Mas, é na Renascença que ocorre na Europa um “renascimento” do interesse pelos monstros, estimulado, sobretudo, pelas viagens de conquista das Américas e pelo humanismo que, como consequência de tantas mudanças, concebeu nosso atual (e em crise) conceito de humano. Este movimento inaugura a ideia moderna do que é o “ser humano”, fixando nela uma modelagem corporal específica, dando também os primeiros passos para uma maior agência em relação ao próprio corpo.

Podemos perceber esta mudança de sensibilidade em razão às vestes e ao corpo em dois momentos da obra de Shakespeare⁷. Primeiro, em 1603, nos conselhos de Polônio a seu filho Laertes, na peça *Hamlet*: “*Usa roupas tão caras quanto tua bolsa permitir, mas nada de extravagâncias - ricas, mas não pomposas. O hábito revela o homem, e, na França, as pessoas de poder ou posição se mostram distintas e generosas pelas roupas que vestem*” (SHAKESPEARE, 2012; p. 19). Depois, em 1604, nos dizeres do invejoso Iago ao ciumento Otelo: “*Só de nós mesmos depende ser de uma maneira ou de outra. Nossos corpos são jardins e nossa vontade é o jardineiro*” (SHAKESPEARE, 1978a; p. 350). Durante muitos séculos, a pele foi pensada como a roupa da alma. A novidade, neste momento, é que esta roupa de pele promete ser reformada conforme os desejos de quem a veste.

Ocorre, neste período, os primeiros discursos de naturalização do monstro (PARÉ, 2000) e o interesse pela individualização destas criaturas, fruto direto do desenvolvimento da noção de indivíduo e do contato, cada vez mais cotidiano (e cruel) com os povos conquistados. Desta forma, a antiga noção de “homens selvagens”, com seu figurino consolidado, é transferida e adaptada, sendo um exemplo claro de associação entre indumentárias e (não) reconhecimento de humanidade. Dentro deste contexto é que se pode entender o incômodo jocoso de Michel de Montaigne, um dos mais sensatos humanistas, desaprovando o duplo padrão de humanidade que os colonizadores usavam para distinguir europeus de povos originários do “Novo mundo”. Ao criticar a ideia de “selvagens” e discorrer sobre a beleza e as virtudes de um nativo brasileiro, conclui afirmando: “*tudo isso é, em verdade, interessante, mas, que diabos, essa gente não usa calças!*” (MONTAIGNE, 1971; p. 110). Por muitos séculos, ainda irá se manter a recusa em reconhecer a elegância e a complexidade (em produzir, vestir e significar) dos trajes dos povos colonizados.

A monstruosidade nas vestes

A partir da modernidade européia⁸, junto a todas as mudanças sociais, artísticas e epistemológicas que ela alinhavou em uma costura específica — recortando traços das cul-

⁷ Acompanho aqui as ideias do crítico literário estadunidense Harold Bloom que, em seu livro *Shakespeare, a invenção do humano* (2000), afirma que o humanismo (com sua correspondente ideia de “humano”) que estava sendo inventado neste período não apenas pode ser reconhecido nas obras de Shakespeare, mas que as próprias peças do dramaturgo ajudaram a forjar a noção de humano que temos ainda hoje em dia. Neste sentido, utilizo no texto algumas citações do autor de *Hamlet* para exemplificar a nova sensibilidade que está se tecendo.

⁸ Concordo com os autorxs pós-coloniais e decoloniais que a modernidade não é única, linear ou uniforme, não ocorrendo um processo de eliminação das culturas tradicionais pela lógica da modernidade, mas uma sobreposição. Além disso, a modernidade europeia só pode existir como consequência direta do processo de colonização (PELÚCIO, 2012).

turas colonizadas e, depois, reaproveitando estas mesmas peças em proveito próprio —, os prodígios não se tornam algo ultrapassado, mas, por meio do discurso científico da medicina oitocentista, são reinterpretados de acordo com as novas sensibilidades do período. A raridade exuberante da silhueta monstruosa, antes alinhada com o poderoso universo mágico, então é despojada de seu elã sobrenatural.

Surgem, assim, os monstros modernos, portentos criados não mais por forças metafísicas, mas pela ciência e tecnologia. Diferente dos monstros tradicionais, associados aos locais ermos e distantes ou a comunidades rurais, os novos prodígios têm como *habitat* os grandes centros urbanos. O glamour do fantástico conflita e invade constantemente a desencantada e pobre realidade, inspirando a literatura gótica e a ficção científica.

Assim, entram em cena no campo da ficção a majestade desgastada das múmias, que da antiga realeza egípcia portam apenas farrapos puídos; a criatura do doutor Frankenstein, moldada e costurada cientificamente em um corpo tão retalhado quanto suas singelas roupas; a nobreza decadente do Conde Drácula, com sua capa ultrapassada e a aparência desleixada de Mr. Edward Hyde que, mesmo sob os trajes finos do sofisticado doutor Henry Jackyll, não conseguia esconder seus modos rudes e truculentos:

Esse sujeito (que, desde o primeiro instante após sua entrada, tinha provocado em mim o que só posso descrever como uma curiosidade desprezível) estava vestido de um modo que faria uma pessoa comum ser alvo de chacota; quero dizer, suas roupas, embora fossem de tecido caro e elegante, eram extremamente grandes para ele em todas as medidas — as pernas da calça tinham pano sobrando, as barras estavam dobradas para não arrastar no chão, a cintura do casaco ficava abaixo dos quadris e o colarinho circundava, com folga, seus ombros. É estranho de se dizer, mas aqueles trajes ridículos estavam longe de me fazer rir. Em vez disso, como havia algo anormal e maligno na essência da criatura que agora me encarava — algo convulsivo, surpreendente e revoltante —, essa nova disparidade parecia se encaixar no quadro e ainda reforçá-lo (STEVENSON, 2015; p.64).

A partir do século XIX, com o desenvolvimento da teratologia, os corpos monstruosos passam a ser vistos como “erros” da natureza (THOMSON, 1996). A alteridade física é encarada como uma doença e ser evitada ou tratada. Ao mesmo tempo, os *Freak shows* (verdadeiros zoológicos humanos) ganham cada vez mais relevância nas feiras e circos, espetacularizando os corpos disformes e, embasados pelos discursos racistas e eugênicos do período, ajudaram a fixar a noção de um ser humano “normal”. Nessas apresentações, as roupas usadas pelos *freaks* garantem a imediata identificação não apenas de sua etnia ou condição social, mas de sua localização na escala de humanidade que, neste momento, estava novamente sendo reformada. Sobre a passarela da normalidade, as “aberrações” sempre têm seu desfile garantido⁹.

⁹ Sendo justamente por isso que ainda hoje a exibição da alteridade física não acabou, mas foi atualizada em programas televisivos, como “Quilos mortais” ou “Minha vida de Gigante” (ambos da Discovery Channel) ou os vários programas “médicos” sobre *Body modification*, atualizando um dos mais importantes elementos dos *Freak shows*: a espetacularização estigmatizante sob a justificativa da “divulgação científica”.

Nas então recentes ciências da psique, a monstruosidade é interiorizada e passa a habitar não mais os extremos das geografias desconhecidas, mas os confins das mentes inexploradas. Os portentos perigosos que atraem a curiosidade (científica ou popular) são os “psicopatas”, os “loucos”, os “degenerados” e os “perversos sexuais”, adornados pela moldura da “anormalidade”. Conforme Foucault (1997: p. 65), “o anormal (...) é no fundo um monstro cotidiano, um monstro banalizado. O anormal vai continuar sendo, por muito tempo ainda, algo como um monstro pálido”.

Essa interiorização da monstruosidade foi desenvolvida junto a uma nova sensibilidade no campo da arte e da nascente cultura do entretenimento. Com o desenvolvimento do romantismo e a ascensão da cultura burguesa, uma importante ruptura entra em cena: a separação entre forma e conteúdo; entre aparência e essência, consolidando um processo que, apesar de se iniciar antes da Renascença, rompe com um ideal que vem desde a Antiguidade.

Até então era a noção platônica que predominava na leitura sobre o mundo das imagens e representações, afirmando que a forma era a expressão externa do conteúdo: a aparência revelava a essência. Essa noção pode ser ilustrada por uma passagem da peça *A tempestade* (1611), de Shakespeare. Nesta obra, que faz referência às Américas e sua colonização, Próspero, o duque de Milão exilado e versado em artes mágicas, ao dar uma bronca em Calibã¹⁰ (um monstro ingênuo e revoltado descrito como “selvagem e disforme”), afirma sobre seu escravo: “Ele é tão desproporcional em seus modos quanto em sua forma”¹¹ (SHAKESPEARE, 2014; p. 207).

Rompendo com esta lógica, em 1927, o escritor francês Victor Hugo (2002) publica o romance *Cromwell*, cujo prefácio (depois conhecido como *Do grotesco e do sublime*) foi um verdadeiro manifesto a favor de uma revolução moderna: não a inserção do “feio” no campo artístico (pois isso já havia há séculos), mas o reconhecimento da feiura como uma categoria estética legítima e, principalmente, autônoma e regida por leis próprias que não as da beleza clássica: “O belo tem somente um tipo; o feio tem mil. [...] O que chamamos de feio, ao contrário, é o pormenor de um grande conjunto que nos escapa, e que se harmoniza, não com o homem, mas com toda a criação” (HUGO, 2002; p 36).

O grotesco se torna uma maneira de apresentar o sublime por meio do degradado. Assim, a aparência não é mais um indício da essência e a forma não transparece o conteúdo: “enfim, o meio de ser harmonioso é ser incompleto” (HUGO, 2002; p. 26). Por trás de um corpo monstruoso e grosseiro, pode habitar uma mente ingênua e virtuosa, como exemplificado por sua personagem Quasímodo, o “quase alguém”, do livro *Nossa Senhora de Paris* (1831).

Apesar de ter em mente o campo da literatura, Hugo inicia um processo de autenticidade do disforme que, conforme Muniz Sodré e Raquel Paiva (2002), foi o estilo cultural que mais se desenvolveu no século XX. Desta maneira, mais do que uma separação radical e absoluta entre exterior e interior, o grotesco investe justamente na tensão entre esses campos.

É importante ressaltar que o termo “grotesco” já era usado desde o século XV, indicando um estilo ornamental que apresentava o oposto dos valores renascentistas de beleza.

¹⁰ A partir dos anos 80 do século XX, Calibã se tornou um símbolo de resistência e crítica na teoria decolonial.

¹¹ No original: “He is a disproportioned in his manners as in his shape” (p.330) em SHAKESPEARE, William. *A tempestade* – Edição bilingue. Florianópolis, Editora da UFSC, 2014.

Sob este termo, eram encontradas imagens de seres monstruosos e disformes, apresentando uma combinação exagerada e deformante entre humanos, animais, vegetais e entidades mágicas ou míticas. Algumas das principais características do grotesco, tanto nos temas quanto nas formas artísticas, são a desordem, a desarmonia, o desequilíbrio, a assimetria e a desproporção, elegendo o excesso, o hiperbolismo e buscando constantemente o desconforto.

Na palavra grottesco, como designação de uma determinada arte ornamental, estimulada pela Antiguidade, havia para a Renascença não apenas algo lúdico e alegre, leve e fantasioso, mas, concomitantemente, algo angustiante e sinistro em face de um mundo em que as ordenações de nossa realidade estavam suspensas (KAYSER, 1986: 20).

Um das consequências mais importantes do grotesco como categoria estética (relativamente) autônoma é que ela, ao incorporar o horrível, o estranho e o ridículo, declara o quão efêmeros são os ideais de beleza (e, por extensão, de bom gosto) e que o “Belo” pode incluir a mistura, o desproporcional, o bizarro e a experimentação, manchando de vez a noção de uma pureza da arte no tecido social (ECO, 2007). Conforme já havia afirmado Shakespeare (1978b; p. 119), no início da Idade Moderna, por meio de suas bruxas: “*O belo é feio e o feio é belo!*”¹².

DESFILE JOAN, DE ALEXANDER MCQUEEN, COLEÇÃO OUTONO-INVERNO 1998.



Fonte: <https://artsandculture.google.com/asset/alexander-mcqueen-autumn-winter-1998-lee-alexander-mcqueen/nAGIsA06tW8sXg>

¹² Esta é uma das possíveis traduções (feita por F. Carlos de Almeida Cunha Medeiros e Oscar Mendes), do original: “Fair is foul, and foul is fair”. Outra tradução é “O bem é o mal, o mal é o bem”, conforme traduzido Rafael Raffaelli em SHAKESPEARE, William. A tragédia de Macbeth - Edição bilíngue. Florianópolis, Editora da UFSC, 2016.

Ainda no século XIX, surge a Alta Costura com suas *Maisons* e a moda como a conhecemos hoje¹³, que tem como princípio de funcionamento a essência da modernidade ocidental: a mudança constante. A moda começa a criar suas próprias mitologias e, em oposição às leis suntuárias do Antigo Regime, inventa para si mesma o disfarce de que ela encarna a plena manifestação da democracia¹⁴. A noção de beleza, mesmo com todos os questionamentos da época, é apropriada por esta, que modifica o luxo da sociedade de corte na elegância confortável da sociedade burguesa. A partir deste período, não é mais possível pensar em roupas (para qualquer ocasião) desacompanhadas do fenômeno da moda.

Assim como para os monstros modernos, o lugar por excelência do estranho e da moda são as grandes cidades, com sua vida intensa e a constante renovação dos costumes (WAIZBORT, 2008). A historiadora Anne Hollander, ao refletir sobre as roupas elegantes femininas no fim do século XIX, com os braços, ombros, costas e parte do busto expostos, enquanto o resto do corpo ficava encoberto, comenta sobre a importância da questão do gênero:

Isto corresponde a um mito muito tenaz sobre as mulheres, o mesmo que deu origem à imagem da sereia, o monstro feminino perniciosamente dividido, a criatura herdada pelos deuses somente até a cintura. [...] Não é realmente de espantar que, ao procurar por uma vestimenta com a qual encenar sua fuga definitiva de tal mitologia, as mulheres tenham escolhido as calças (HOLLANDER, 1996, p. 81).

Simmel, em 1905, já percebeu que o mundo *fashion*, para poder legitimar a beleza, a elegância, o glamour e o luxo, precisa ele mesmo reinventar constantemente o feio, o *démodé*, o excêntrico e o simplório. Desta forma, desfiles e ensaios fotográficos ciclicamente apresentam o horroroso estilizado para, por meio da contraposição, realçar o modelo de beleza predominante, reforçando a autonomia da moda em relação às outras esferas da sociedade. Conforme o autor,

Assim, as coisas feias e repulsivas são, muitas vezes, modernas como se a moda quisesse mostrar com isso que nós, por sua causa, aceitamos o mais horrível; exatamente o acaso com que ordena uma vez o que é conveniente, outra o que é confuso, outra ainda aquilo que é estética e praticamente inócuo revela sua total indiferença em relação às normas objetivas da vida, por isso somos remetidos a outras motivações, a saber, às tipicamente sociais, como as únicas que restam. Essa abstração da moda, ancorada em seu ser mais profundo e conferindo ao moderno, por sua “estranheza em relação à realidade”, uma marca propriamente estética, mesmo em domínios totalmente extra-estéticos, se desenvolve também em fenômenos históricos. (SIMMEL, 2008; p. 4).

¹³ Ainda que, na época do surgimento das *Maisons*, as roupas da Alta Costura, que ditavam o que era considerado moda, eram feitas de maneira artesanal e “sob medida”.

¹⁴ Nisso parecem acreditar alguns autores até os dias de hoje, como LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

Desta maneira, poderíamos afirmar que a moda também pressupõe as “*coisas feias e repulsivas*”, o “*horrível*” e a “*estranheza*”, ou seja, a moda subentende a monstruosidade, e o grotesco é uma presença constante neste campo (CALEFATO, 2021).

A partir da segunda metade do século XX, acompanhando as mudanças nos costumes por meio da contracultura e da revolução sexual, o corpo ganha centralidade em todas as áreas sociais: da política ao lazer, da ciência às artes, este passa a ser cada vez mais objeto de atenção e de intervenções. Com a revolução do *prêt-à-porter* e o fim da rígida separação entre vestuário de trabalho e descanso, a moda também resgata o corpo que, a partir de então, será o foco da distinção social. Se as roupas já não situam claramente as pessoas na classificação social, os usos e a aparência do corpo o farão.

Cada vez mais, o projeto de identidade pessoal é forjado no corpo e as roupas são partes íntimas desta identidade, tendo como um dos focos a valorização da juventude e o consumo como meio de se expressar (CAMPBELL, 2006). Se durante séculos os trajes foram pensados como um tipo de disfarce que poderia nos fazer modificar o *status* social de classe, nacionalidade, idade, gênero ou profissão, a partir de então “*Em vez de um disfarce, o modo como nos vestimos ou nos adornamos deve ser pensado como uma técnica ativa para a apresentação de nosso eu físico*” (SVENDSEN, 2010; p. 55).

Da mesma forma, o tema do erotismo ganhou força não mais por meio da noção de indumentárias que podem causar excitação sexual (o fetiche), mas de uma moda fetichista que sairá do *underground* das subculturas sexuais e, a partir das décadas de 70 e 80, irá brilhar nos catálogos¹⁵ e desfiles de estilistas considerados transgressivos. “*O nível de subversão nas imagens de moda também cresce a medida em que estilistas e fotógrafos passaram a incorporar temas de sadomasoquismo e pornografia*” (CRANE, 2006; p. 397). As relações entre sexo, gênero e poder se tornam temas cada vez mais recorrentes no mundo da moda¹⁶, tirando as botas de salto alto e cano longo e os decotes profundos do mundo da prostituição e os levando para os desfiles e fotos editoriais, criando o “*pornô-chique*” (MOULINIER, 2019). Neste movimento, a estilista Vivienne Westwood foi fundamental, unindo trajes de rua e estúdios de moda¹⁷ em uma estética agressiva e erotizada. Conforme a socióloga Valerie Steele (1997; p. 166):

Roupas “bizarras” de couro entram nos corredores da moda nos anos 60 quando Yves Saint Laurent se tornou o primeiro grande estilista a fazer com que o couro estivesse na moda. O couro estava especialmente na moda nos anos 70, quando tanto a homossexualidade quanto o sadomasoquismo (“o último tabu”) se tornaram muito mais aceitos.

¹⁵ Um exemplo são as imagens do fotógrafo de moda Helmut Newton.

¹⁶ Lembrando que Simmel (2008) já refletia sobre a importância do erotismo na moda, afirmando que as cortesãs, por sua condição social ambígua, tinham mais possibilidades de experimentação nos modos e nas vestes – afinal, elas encarnavam o próprio lugar social deslocado que é característico do “estranho”.

¹⁷ Lembrando que Westwood foi a responsável por criar o visual punk na década de 70.

Neste mesmo período, ocorre outra mudança na interpretação do monstro. Os movimentos de contracultura passam a associar a monstruosidade não mais a um inimigo a ser destruído, mas à própria ordem social vigente. Dando continuidade ao processo de subjetivação do monstro, todos que não se conformassem mais às regras de normalidade de uma sociedade racista, xenófoba, classista, machista, homofóbica e capacitista poderiam se identificar como um monstro (TUCHEMAN, 1999). Os monstros e a monstruosidade passam a encarnar agora a rebeldia, a não-conformidade e a valorização da pluralidade, assim como a moda passou de um modelo padrão a várias referências.

É neste sentido que o corpo não apenas entra como tema importante na moda, mas ele mesmo se torna moda. Por isso, o universo das modificações corporais, leves ou extremas, será adotado como pertencente ao imaginário *fashion*. Os corpos modificados, ao questionarem os limites e possibilidades técnicas e cognitivas da noção de humano (CAMPOS, 2020; PIRES, 2019; STEELE, 1997), inserem o estranho e o grotesco na moda por meio de uma “antimoda” ou de uma “outra moda” (CAMPOS 2020; HOLZMEISTER, 2010; SANTOS e VICENTINI, 2020). Depois desta aliança entre vestuário, rebeldia e monstruosidade, a politização da moda cresceu constantemente.

Mas, foi nos anos 90 que, conforme Silvana Holmeister, o estranho vai surgir na moda “oficial” com mais força. Pode-se afirmar que, em tal período, o grotesco entrou definitivamente neste universo, pois “*o belo confundiu-se com o feio e as imagens de moda, ao mesmo tempo em que encantavam, causavam repulsa*” (HOLZMEISTER, 2010; p. 118). Unindo a temática das drogas, da morbidez e da desesperança, a fotografia de moda trouxe para o *mainstream fashion* o que até então era marginal ou, muitas vezes, negado nesta indústria. “*O curioso é que a vanguarda voltou-se contra o establishment, ao privilegiar, em menor escala, as imperfeições, e de maneira drástica o feio, o doente, o monstruoso, o sinistro. Isso criou uma vertente rentável para moda*” (HOLZMEISTER, 2010; p. 115).

Pierre Bourdieu e Yvete Delsaut (2006), no clássico artigo de 1975, *O costureiro e sua grife*, já haviam analisado o campo da Alta Costura como um espaço social que pode servir de modelo geral para se pensar a dinâmica da distinção, ou seja, da diferença socialmente construída, hierarquizada e com privilégios desigualmente distribuídos. Ao refletir sobre os processos de ascensão e declínio de estilistas dentro das *Maisons* já reconhecidas, no mesmo momento em que muitas delas estão se rendendo ao *prêt-à-porter*, os autores demonstram como a distinção se manifesta nos produtos assinados pelos criadores da moda, em que a exclusividade que confere a legitimidade de tal produto não advém dos objetos, mas da “inspiração criadora” do estilista — pressuposta como algo natural e raro —, gerando o que Bourdieu e Delsaut (2006; p. 154) chamam de uma “alquimia simbólica”: “É a raridade do produtor (isto é, a raridade da posição que ele ocupa em seu campo) que faz a raridade do produto.”

Para se alcançar esta posição valiosa porque escassa, os estilistas novatos devem concorrer no campo¹⁸ da moda com os mais antigos e, para isso, a estratégia fundamental é a construção de uma persona especial e excepcionalmente inspirada, mas que só pode ser

¹⁸ “Campo” no sentido bourdieusiano: um espaço social de disputas, onde os vários agentes ocupam posições distintas e mutáveis conforme acumulam ou perdem capitais, como o econômico, o social e o cultural.

consagrada depois de passar pelas instâncias de legitimação, aprender as regras do jogo e acumular os capitais valorizados naquele meio, pois é o próprio campo que produz as possibilidades de ascensão ou declínio, de subversão ou conservação.

O jogo dos recém-chegados consiste, quase sempre, em romper com certas convenções em vigor (por exemplo, introduzindo misturas de cores ou de materiais, até então, excluídos), mas dentro dos limites da conveniência e sem colocar em questão a regra do jogo e o próprio jogo (BOURDIEU e DELSAUT, 2006; p. 121).

Na época em que o artigo foi escrito, Bourdieu focava suas reflexões sobre *o que se consome* como expressão da distinção. Atualmente, com a ampla oferta de quantidade, variedade e acesso a bens culturais (inclusive indumentárias), é possível pensar que os processos de distinção social não acabaram, mas sofreram uma importante mudança: o distintivo hoje não é *o que se consome*, mas *como se consome*. A moda, mesmo a de grife, para se legitimar como “arte”, ainda hoje tem que se submeter a outras instâncias mais antigas e estabelecidas com seus espaços de autenticação, como os museus e galerias (e não apenas passarelas e lojas), conforme mostra o texto de Ábile *et all* (2020).

É dentro deste “ciclo de consagração” que podemos compreender a inserção daquilo que chamamos neste artigo de “grotesco” no universo da moda e da “monstruosidade” nas vestes. Os temas e as formas do que até então era considerado feio, a partir dos anos 90, ganham legitimidade porque novos estilistas (necessitando sempre inovar para que o jogo continue), introduziram o bizarro e o inquietante nos desfiles, em consonância com uma nova onda de popularização da temática monstruosa que já vinha desde a década de 80 em certos meios intelectuais e artísticos (ORTA, 2016). Foi assim que Rei Kawakubo e Yohji Yamamoto escandalizaram a Semana de Moda de Paris, em 1983, ao mostrar uma coleção com roupas negras assimétricas com aparência de destruídas e, alguns anos após o choque inicial, seus trajes foram considerados um ponto de ruptura e renovação (MOULINIER, 2019). Mesmo antes disso, Bourdieu e Delsaut (2006; p. 146) já haviam notado que

O acesso do cinema de horror ou da ficção científica e de tantos outros objetos simbólicos de simples consumo ao status de objetos de análise ou a transmutação de objetos técnicos desusados ou de objetos simbólicos démodés em “antigüidades”, objetos antigos que merecem ser conservados e admirados, é uma operação social extremamente análoga à que os artistas realizaram com o *ready made*: a continuidade do objeto material mascara que a subida de cotação é um processo social submetido a leis e riscos semelhantes aos da produção de uma obra de arte. Nos dois casos, a operação de alquimia social só pode ter sucesso uma vez que se constitui o aparelho de consagração e de celebração capaz de produzir e manter o produto e a necessidade deste produto.

Especialmente a partir dos anos 2000¹⁹, exemplos atualizados deste processo são o brasileiro Alexandre Herchcovitch²⁰ (em sua fase inicial), com suas imagens de caveiras e da entidade Pomba-Gira das religiões afro-brasileiras; a holandesa Iris Van Herpen²¹, com suas confecções inspiradas em temas como mumificação e coleções intituladas “*Hipnose*”; o britânico Alexander McQueen²², com suas referências monstruosas como sereias, mulheres com chifres e Joana d’Arc entre as chamas; ou até mesmo o já estabelecido e também britânico John Galliano²³, com suas mulheres centauro e que, para a primavera de 2004, elaborou na *Maison Christian Dior* uma coleção baseada na mitologia egípcia. “*Os artistas usam a habilidade do artesão, mas os objetos que criam não são nem úteis nem belos. Pelo contrário, são criados propositalmente para subverter esses valores*” (CRANE, 2006; p. 271).

DESFILE DE JOHN GALLIANO PARA A DIOR EM 2004, PRIMAVERA-VERÃO.



Fonte: <https://wwd.com/fashion-news/fashion-features/gallery/christian-dior-haute-couture-a-retrospective-photos-10328737/john-galliano-7977676-portrait/>

¹⁹ Antes deste período, podemos citar Thierry Mugler, na coleção de primavera-verão 1997, com suas mulheres-inseto – um tema típico do grotesco: a união de humanos com outros seres (Moulinier, 2019).

²⁰ <https://www.instagram.com/alexandrehercovitch/>

²¹ <https://www.irisvanherpen.com/>

²² <https://www.fashionmodeldirectory.com/brands/alexander-mcqueen/>

²³ <https://www.johngalliano.com/fr/>

Alex Moulinier (2019) já ressaltou o fato de que a moda contemporânea necessita do escândalo, pois o choque causado não apenas no meio *fashion*, mas, principalmente, fora dele, é um mecanismo fundamental para sua continuidade e relevância social. Neste sentido, ser visto como excêntrico é praticamente um pré-requisito para que alguém seja considerado um estilista inovador. Assim, desde os anos 80 do século XX, transformam-se não apenas os materiais a serem usados e as formas a serem exibidas, mas também a própria exposição destas por meio da espetacularização midiática (considerada, pelas gerações anteriores de modelistas e consumidoras de alto padrão, como algo vulgar ou cafona).

[...] o escândalo parece necessário aos criadores contemporâneos. Diante da multiplicação dos cenários da moda, o escândalo é utilizado por eles para se diferenciarem uns dos outros. (MOULINIER, 2019; p. 243).

Monstros made in Brazil

Muitas vezes, ao buscarem o extravagante e tentarem romper com o passado, estilistas e *designers* de moda acabam fazendo exatamente o oposto, remodelando um tema íntimo à lógica da monstrificação: o exotismo colonialista (MORANA, 2017; PELÚCIO, 2012). Assim, o Brasil “tropical” pôde entrar no circuito *fashion* internacional graças à sua imagem repaginada de país com povo alegre e lascivo, natureza colorida e exuberante (que desde a colonização é vista como manancial de monstros e maravilhas) e várias culturas pitorescas. Como afirma Débora Leitão, em sua pesquisa sobre a moda brasileira na França, no início dos anos 2000,

Quase sempre uma idealização, o exotismo supõe que o *outro* possa ser em grande medida imaginado (p.209). [...] Dessa forma, a definição do Brasil apresentava-se balizada pela definição daquele imaginado tal qual seu inverso, o europeu (LEITÃO, 2007; p. 209. Itálico da autora).

Neste trecho, a pesquisadora nos evoca um dos mais importantes monstros da Antiguidade e que vai sobreviver como ser “real” no imaginário europeu até aproximadamente o século XVII: os antípodas. Estes seres viviam na região Sul do planeta e eram o exato oposto dos moradores do Norte (COHEN, 2000; KAPPLER, 1994). Apesar de serem fisicamente parecidos com as pessoas de cima, os antípodas possuíam hábitos inversos destas, e sua terra compartilhava de tal avesso: lá a natureza corria ao contrário.

A cada novo ciclo em que o Brasil “entra na moda” internacional, a sociedade invertida dos antípodas parece voltar à tona para funcionar como um espelho com a imagem de cabeça para baixo. Da mesma maneira que o vestuário destes seres praticamente não é citado nos textos antigos, abrindo espaço para a imaginação (usariam trajes do avesso?), as roupas de orientação “brasileira” são muitas vezes inspiradas nos encontros tensos entre terras que se fantasiam mutuamente.

Como revela Miqueli Michetti (2014), até bem pouco tempo as brasilidades (no plural) na moda estavam em alta no mercado mundial de bens simbólicos, justamente por modificarem o discurso da “mestiçagem” racial do início do século XX (visto como algo perigoso e um dos métodos geradores de monstros), para a “diversidade” nacional do início do XXI (em conformidade com a valorização liberal do “diferente”), onde o “exótico” se nomeia agora como “diverso”, embasado no charme mercadológico da “sustentabilidade”.

O termo sustentabilidade parece surgir como o substituto contemporâneo ou, ainda, a atualização da noção de tradição, assim como o termo diversidade aparece em conjunturas nas quais a noção de exótico costumava figurar. Mas se o exótico cede espaço para o diverso, esse espaço parece ser atualmente ocupado por atores em posições semelhantes àquelas ocupadas pelo exótico, uma vez que, em boa medida, é por meio da afirmação de sua sustentabilidade e/ou de sua diversidade cultural que as modas outrora tidas por tradicionais ou exóticas tendem a globalizar-se (MICHETTI, 2014; p. 32).

Neste sentido, a monstrosidade brasileira, tão bem divulgada nas gravuras do belga Theodore de Bry²⁴ durante o século XVII, parece enfraquecer sua capacidade de assustar os estrangeiros e, provavelmente, seu viés interrogativo desafia os limites e possibilidades da humanidade apenas dentro de nossas fronteiras. Desta forma, uma nova geração de estilistas colaborativas, mais próximas da confecção de roupas como engajamento, usa suas criações para valorizar corpos e tradições e, principalmente, “empoderar” grupos historicamente subalternizados, como negros, asiáticos, homossexuais e transexuais. Assim, raça, sexualidade, identidade de gênero e outras diferenças que já foram associadas à monstrosidade criminosas e tiveram suas vestimentas desqualificadas e ridicularizadas passaram a atuar como potência transgressiva para ajudar a confeccionar a própria sociedade brasileira, declarando que a estética é também uma importante força política. Assim, novas confecções questionam a gordofobia e o racismo capilar ao mesmo tempo em que inserem na moda corpos antes vistos como intrusos neste meio (CAMPOS, 2020; SANTOS e VICENTINI, 2020).

No Brasil atual, esses movimentos são vistos muitas vezes como afronta aos “costumes” e despertam outros tipos de monstros: os da brutalidade, do ódio e da ignorância, que usam agulhas e tesouras não para costurar consensos, mas para ferir e cortar acordos sociais. Esses monstros idolatram uniformes. Este desejo de uniformização procura destacar ideais fascistas como algo “belo”, conforme nos recorda o fato de que foi Hugo Boss quem criou os uniformes nazistas.

Há uma fantasia generalizada sobre uniformes. Eles sugerem comunidade, ordem, identidade (através de postos, faixas, medalhas, coisas que declaram quem é o portador e o que é que ele fez: seu valor é reconhecido), competência, autoridade legítima e exercício legítimo da violência (SONTAG, 1986; p. 78).

²⁴ Disponíveis em: <https://www.meisterdrucke.pt/impressoes-artisticas-sofisticadas/Theodore-de-Bry/>

No início do século XX, as fardas militares eram o revestimento destas ideologias; no início do XXI, elas se fiam em outros tipos de uniformes (como os esportivos), conforme exemplificado no uso das camisetas da seleção brasileira não para torcer por um time (ELMAN e BENETTI, 2010), mas para defender valores antidemocráticos e ações violentas. A democracia está sendo surrada pelo neofascismo que, assim como o maltrapilho zumbi, teima em não morrer. Se este tipo de atitude é a de um “humano direito” e “cidadão de bem”, é preferível, então, a postura da multiartista trans argentina Susy Shock: *“Eu reivindico meu direito a ser um monstro”*²⁵.

GRAVURA DE THEODORE DE BRY: CACODEMON ATACANDO OS SELVAGENS, DO LIVRO DE 1562 AMERICAETERTIA PARS.



Fonte: <https://www.meisterdrucke.pt/impressoes-artisticas-sofisticadas/Theodore-de-Bry/68176/Cacodemon-atacando-os-selvagens,-de-&39;Americae-Tertia-Pars-....&39;,-1562.html>

*Fashion Monster?*²⁶

Atualmente, os monstros políticos são associados a criminosos e “terroristas” (ASMA, 2009), enquanto na ficção e no entretenimento, alguns destes antigos prodígios perdem seu

²⁵ Tradução minha do original: “Yo, reivindico mi derecho a ser un monstruo” Disponível em: <http://susyshock.blogspot.com/2008/03/yo-monstruo-mio.html>

²⁶ Referência à música homônima da modelo e cantora japonesa de j-pop, Kyary Pamyu Pamyu, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GivkxpAVVC4>

caráter hostil (e, respaldando o conservadorismo de nossa época, até querem casar virgens!²⁷), usando roupas casuais, ao mesmo tempo em que outros assumem o lugar de protagonistas da desordem ameaçadora e do caos social esperado, tal como os zumbis, com seus farrapos de carne e vestimentas puídas. No universo da moda, a tópica da monstruosidade é cada vez mais legitimada, tanto no tema quanto na aparência. Isso pode ser confirmado nos desfiles ou nas roupas cotidianas, como nas camisetas com os dizeres “*Satan is my sugar daddy*”²⁸.

Outro exemplo são as bonecas *Monster High*, uma franquia da empresa Mattel (a mesma da Barbie), lançadas em 2010, que tem como público-alvo meninas de 6 a 10 anos de idade. A ideia é juntar horror e moda, utilizando a narrativa de garotas adolescentes que são filhas de monstros e utilizam suas características como cicatrizes, orelhas grandes, rabos e até mesmo duas cabeças, como qualidades a serem aproveitadas e não temidas ou motivo de vergonha (WOHLWEND, 2016).

Seus nomes são sugestivos de suas genealogias: Draculaura, Frankie Stein, Cleo de Nile, Laggona Blue, Abbey Bominable e Jinafire Long (esta última uma jovem asiática filha de um dragão chinês), entre outras. Desde que entrou no mercado, as bonecas viraram desenhos animados, filmes, jogos e se tornaram objetos *cult*, com algumas chegando a valer mais de três mil reais²⁹. Os monstros (e as monstras!) agora parecem não apenas inspirar a moda, mas eles mesmos fazerem a moda (inclusive a juvenil), sendo até tema de exposição em museus, como na mostra parisiense de 2013 intitulada *Arrrgh! Monsters in fashion*³⁰. Assim, o que procurei argumentar neste artigo é que, em todos esses exemplos, o uso do grotesco, ou como chamei aqui, da monstruosidade, é fundamental para a constante inovação e renovação não apenas da moda, mas do que pode ou não ser considerado como moda.

Isso significa que os monstros foram domesticados e o universo da moda é o palco onde qualquer corpo pode brilhar? A resposta, óbvia, é não. Por mais democrática e aberta que a moda pretenda ser, ela possui temas, como tradições religiosas (MOULINIER, 2019) e, principalmente, corpos, que ainda são tabus.

Com a ampliação e popularização do acesso a roupas e marcas, é o corpo, mais do que os tecidos, que se tornou o *locus* da distinção social; é o corpo que está ou não na moda, impedindo milhares deles de se tornarem “modelos”. Por mais que exista uma moda *plus size*, por exemplo, ela parece ainda servir quase como antípoda para a lógica da moda oficial.

Assim, podemos perceber que a monstruosidade, no sentido estigmatizante do termo, não foi abolida, sendo incessantemente construída. A indústria *fashion*, muitas vezes, funciona como um dos principais mecanismos da “máquina teratológica” de que nos fala Andrea Torrano (2012). “*No mundo da moda, não há lugar para o corpo anormal – ou seja, para aquele que não respeita as normas*” (MOULINIER, 2019; p. 241). Essas normas de que

²⁷ Como os vampiros da série de livros e filmes Crepúsculo.

²⁸ (Re)produzida por algumas marcas caseiras e vendida em vários sites, como: <https://www.elo7.com.br/camiseta-satan-is-my-sugar-daddy-satiras-blusa-satanas-sata/dp/1104434>; <https://toasttee.com/tee/satan-is-my-sugar-daddy-shirt-1/>

²⁹ https://www.google.com/search?q=monster+high&rlz=1C1NHXL_pt-BRBR685BR685&sxsrf=ALiCzsb13CYbeMA0J-zdqlzzUDF5snfDm4w:1651134381430&source=lnms&tbn=shop&sa=X&ved=2ahUKewioiKDYqrb3AhXkLLkGHwvVA-YQ_AUoAXoECAIQAw&biw=1366&bih=625&dpr=1#spd=11640032578129584669

³⁰ <https://schonmagazine.com/arrrgh-monsters-in-fashion/>

fala o autor, no contexto deste artigo, podem ser compreendidas tanto como as normas do campo *fashion* quanto as normas da “máquina antropológica”.

Mas, justamente por isso, o monstro não perde seu caráter transgressivo, com seu corpo desajeitado (que jamais conseguirá fazer o *cat walk*), suas partes descobertas e seu tamanho sempre avantajado, medido não pela altura ou largura, mas pelo desconforto que provoca (MORANA, 2017). Os monstros “mostram” que é possível, sim, resistir e existir nos corpos e nas vestimentas, já que o “humano” parece ser uma grife para poucos, mas a monstruosidade é sempre uma potência aberta a qualquer um.

Respondendo à questão do título deste artigo (monstros usam roupas?), o monstro possui o guarda-roupa que sua sociedade e época lhe destinam. Em seu vestuário, curiosidades, desejos, medos, necessidades e até críticas se materializam e são indissociáveis de seu corpo, reafirmando que qualquer pele (e mesmo a nudez) é sempre cultura e que a monstruosidade e a humanidade são como a moda: estão constantemente se renovando e nunca possuem uma versão definitiva.

COLEÇÃO *EARTHRISE*, DE 2021, CRIADA POR IRIS VAN HERPEN, FEITA COM LIXO PLÁSTICO RECICLÁVEL, OUTONO - INVERNO.



Fonte: <https://www.instagram.com/irisvanherpen/>

Referências

AGAMBEN, Giorgio. **Nudez**. Belo Horizonte, Autêntica, 2014

ÁBILE, Bárbara Venturini; FERREIRA, Talitha Alessandra; MIRALDI, Juliana Closes; NICOLAU NETTO, Michel. **A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras na gastronomia e na moda**. In: **CSONline - Revista eletrônica de Ciências Sociais** (32), 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/csonline/article/view/32434>

ASMA, Stephen T. **On monsters**. New York, Oxford University Press, 2009

BLOOM, Harold. **Shakespeare, a invenção do humano**. Rio de Janeiro, Objetiva, 2000

BOURDIEU, Pierre e DELSAUT, Ivette. O Costureiro e sua Grife: contribuição para uma teoria da magia in **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Porto Alegre, RS: Zouk, 2006.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

COHEN, Jeffrey Jerome, A Cultura dos Monstros: Sete Teses, in SILVA, Tomaz Tadeu da (org.), **Pedagogia dos Monstros**, Belo Horizonte, Autêntica, 2000

CAMPOS, B. de B. S. Monstros ou seres humanos? A aparência vestimentada de corpos políticos e a transformação de uma sensibilidade deteriorada. **dObras** - revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 15, n. 30, p. 39-63, 2020. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1234/644>

CALEFATO, P. La via delle mascherine: moda, corpo, grottesco. **dObras** - revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], n. 31, p. 103-117, 2021 Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1288/671>

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**. São Paulo, SENAC, 2006

DULCI, Luciana Crivellari. Moda e modas no vestuário: da teoria clássica ao pluralismo do tempo presente. *rev. hist.* (São Paulo), n. 178, a05817, 2019 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rh/a/kHTszDTNtNJR97c88rdcWGd/?format=pdf&lang=pt>

ECO, Umberto. **História da feiúra**. Rio de Janeiro, Record, 2007

ELMAN, D.; BENETTI, M. A cor como representação: o imaginário verde e amarelo. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 4, n. 9, p. 61–71, 2010 Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/207/206>

FOUCAULT, Michel. **Resumo dos Cursos do Collège de France**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997

GIL, José, **Monstros**, Lisboa, Relógio D'água, 2006

HOLLANDER, Anne, **O sexo e as roupas**. Rio de Janeiro, Rocco, 1996

HOLZMEISTER, Silvana. **O estranho na moda: a imagem nos anos 90**. São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2010

HOMERO. **Odisseia**. Lisboa, Livros Cotovia, 2003

HUGO, Vitor, **Do Grotesco e do Sublime – Prefácio de Cromwell**, São Paulo, Perspectiva, 2002

KAPPLER, Claude. **Monstros, Demônios e Encantamentos no Fim da Idade Média**, São Paulo, Martins Fontes, 1994

KAYSER, Wolfgang, **O Grotesco**, São Paulo, Perspectiva, 1986

LEITÃO, Débora Krischke. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. **Horizontes Antropológicos** [online]. 2007, v. 13, n. 28 [Acessado 5 Abril 2022], pp. 203-230. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-71832007000200009>

LEITE JÚNIOR, J. Espiritualidades ambíguas, corpos limítrofes e roupas trocadas: das androginias da alma e travestimentos do corpo *In Nossos corpos também mudam - a invenção das categorias “travesti” e “transexual” no discurso científico*. São Paulo : annablume/ FAPESP, 2011

LINK, Luther, A aparência do diabo in **O diabo - A máscara sem rosto**, São Paulo, Cia. das letras, 1998

LUCENA, Daniela, LABOUREAU, Gisela. Vestimentas indisciplinadas en la escena contracultural de los años 80. **Cuaderno 78 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación**, n. 76 (2019). pp 143 - 160. Disponível em: <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/1062/849>

MANDAVILA, Juan de, **Libro de las maravilhas del mundo**, Madrid, Visor, 1984 MICHETTI, Miqueli Do caldeirão de culturas ao *buffet* de diversidade cultural: os usos das “brasileiridades” como discurso na moda contemporânea. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, Vol. 50, N. 1, p. 25-33, jan/abr 2014. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/csu.2014.50.1.03

MILLER, Daniel. Por que a indumentária não é algo superficial in **Trecos, troços e coisas. Estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro, Zahar, 2013

MONTAIGNE, Michel de. Dos canibais (livro I cap. XXXI) in **Ensaio**. São Paulo, Abril Cultura, 1971

MORANA, Mabel. **El monstruo como máquina de guerra**, Madrid, Iberoamericana, 2017

MOULINIER, A. Incompreensões, desconfortos e escândalos na moda contemporânea. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S.l.]**, v. 12, n. 25, p. 236–246, 2019. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/864/541>

O’CONNOR, M. John-Patrick. Satan and Sitis: The Significance of Clothing Changes in the *Testament of Job*. **Journal for the study of the Pseudepigrapha**. Vol 26, Issue 4, 2017, pp. 305-319. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0951820717718418>

ORTA, Matías. Moda fantástica. **Cuaderno 58 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación**, n. 58 (2016). pp 61-78 ISSN 1668-5229. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/541894>

PELÚCIO, Larissa. Subalterno quem, cara pálida? Apontamentos às margens sobre pós-colonialismos, feminismos e estudos queer. **Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar**. São Carlos, v. 2, n. 2, jul-dez 2012, pp. 395-418. Disponível em: <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/89/54>

PARÉ, Ambroise, **Monstruos y prodígios**, Madrid, Siruela, 2000

PETERSON, E. Teologia do Vestuário. **A Ordem**, Rio de Janeiro, v. XXIV, p. 463-471, jul./dez. 1940. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/367729/per367729_1940_00110.pdf

PFISTER, M., & BARSALINI, G. Teologia da Veste e os dispositivos de poder: notas sobre a relação nudez - veste. **Revista Pistis Praxis**, 12(3), 2020. Disponível em: <https://pucpr.emnuvens.com.br/pistispraxis/article/view/25549>

PIRES, B. F. Corpos que ultrapassam o limite, excedem a fronteira, transbordam de si. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S.l.]**, v. 12, n. 25, p. 75–94, 2019 Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/854/530>

PRIORE, Mary Del, **Esquecidos por Deus**, São Paulo, Companhia das Letras, 2000

SANTOS, M. do C. P. dos; VICENTINI, C. R. G. Moda afro-brasileira: o vestir como ação política. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 15, n. 30, p. 15–38, 2020 Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1233>.

SHAKESPEARE, William. Otelo, o mouro de Veneza in **Tragédias**. São Paulo, Abril cultural, 1978a

SHAKESPEARE, William. Macbeth in **Tragédias**. São Paulo, Abril cultural, 1978b

SHAKESPEARE, William. **A tragédia de Hamlet, príncipe da Dinamarca**. Porto Alegre, L&PM, 2012

SHAKESPEARE, William. **A tempestade** – Edição bilíngue. Florianópolis, Editora da UFSC, 2014.

SIMMEL, Georg. A moda. **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte** – São Paulo V.1 N. 1 abr./ago. 2008a. Disponível em: https://www.ufjf.br/posmoda/files/2008/07/07_IARA_Simmel_versao_final.pdf

SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel, **O Império do Grotesco**, Rio de Janeiro, Maud, 2002

STEVENSON, Robert Louis. **O médico e o monstro ou O estranho caso do Dr. Jackyll e Mr. Hide**. Rio de Janeiro, Record, (formato Epub), 2015

STEELE, Valerie. **Fetichismo: moda, sexo e poder**. Rio de Janeiro, Rocco, 1997

SVENDSEN, Lars. **Moda, uma filosofia**. Rio de Janeiro, Zahar, 2010

THOMSON, Rosemarie Garland. From Wonder to Error: A Genealogy of Freak Discourse in Modernity in THOMSON, Rosemarie Garland (org.), **Freakery – Cultural Spectacles of the Extraordinary Body**, New York, New York University Press, 1996

TORRANO, Andrea. La inmanencia de las máquinas. Sobre las máquinas antropológica e teratológica. **Espacios nueva Serie No 7, Estudios de biopolítica**, UNPA - Universidad Nacional de la Patagonia Austral, 2012: 367-378. Disponível em: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/69280>

TOUSSAINT-SAMAT, Maguelonne. **Historia técnica y moral del vestido, 1- las pieles**. Madrid, Alianza Editorial, 1994a

TOUSSAINT-SAMAT, Maguelonne. **Historia** técnica y moral **del vestido, 2- las telas**. Madrid, Alianza Editorial, 1994b

TUCHERMAN, Ieda, **Breve história do corpo e de seus monstros**, Lisboa, Veja, 1999

VERNANT, Jean-Pierre. A morte nos olhos. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1988

VIGNOLO, Paolo. Una nación de monstruos: Occidente, los cinocéfalos y las paradojas del lenguaje. **rev.estud.soc.**, Bogotá, n. 27, Aug. 2007

WAIZBORT, Leopoldo. Georg Simmel sobre a moda – uma aula. **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte** – São Paulo - v.1 n. 1 abr./ago. 2008. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/03_IARA_Simmel_versao-final.pdf

WOHLWEND, Karen. Girls, Ghouls, and Girlhoods: Horror and Fashion at Monster High. In V. Carrington, J. Rowsell, E. Priyadharshini & R. Westrup (Eds.), **Generation Z: Zombies, popular culture, and educating youth**. New York: Springer. 2016. Disponível em: <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/22824/Wohlwend2015Ghoulsdollsandgirlhoodspreprint.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

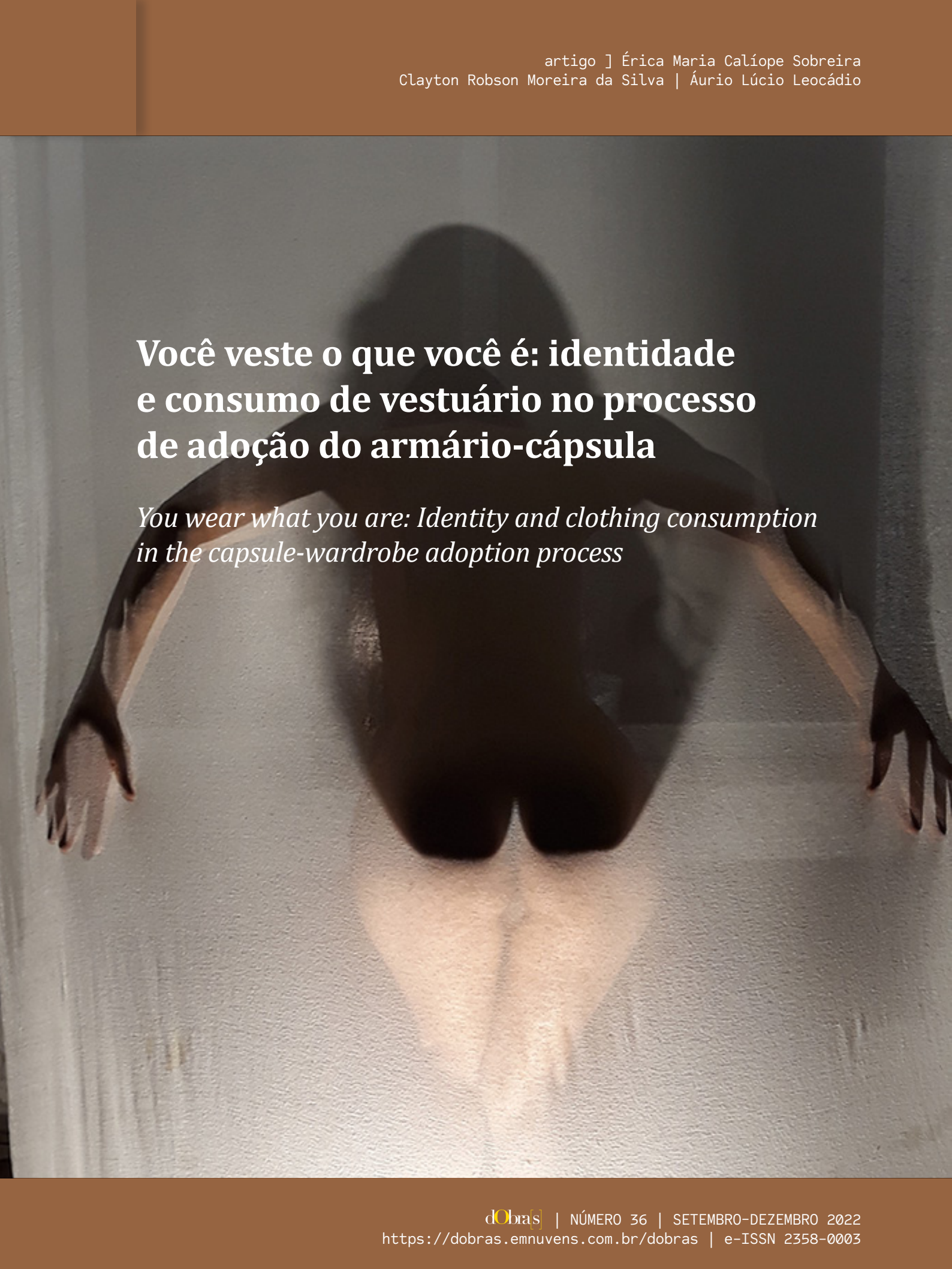
Agradecimentos

Agradeço à artista plástica e designer de moda Jéssica Inamura pelos comentários e sugestões sobre o monstro e a monstruosidade no universo da moda.

Revisora: Tamires Bonani Conti, Mestra e Doutoranda em Linguística (PPGL-UFSCar/Fapesp): tamy_bonani@hotmail.com



[artigos]



Você veste o que você é: identidade e consumo de vestuário no processo de adoção do armário-cápsula

You wear what you are: Identity and clothing consumption in the capsule-wardrobe adoption process

Érica Maria Calíope Sobreira¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7162-4676>

Clayton Robson Moreira da Silva²

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0717-2713>

Áurio Lúcio Leocádio³

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3175-3382>

[**resumo**] Esta pesquisa teve como objetivo compreender o papel da identidade e do consumo de roupas no processo de adoção do armário-cápsula. Foi desenvolvido um estudo qualitativo com treze mulheres que adotaram o armário-cápsula. Entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo foram aplicadas para coletar e explorar os dados. Com base nas descobertas, foi proposto um diagrama do processo de adoção do armário-cápsula. Os resultados indicam que o processo de adoção do armário-cápsula está intrinsecamente relacionado às mudanças na identidade e no consumo de roupas de seus adeptos. O papel da identidade nesse processo foi percebido por meio de uma transição do foco na identidade social para o foco na identidade pessoal. Portanto, com a adoção do armário-cápsula, “você veste o que você é”. Como limitações da pesquisa, mencionamos as falhas de conexão que algumas vezes interromperam o fluxo das entrevistas. Como implicações gerenciais, sugerimos que varejistas e outras empresas poderiam adaptar ou desenvolver estratégias de marketing adequadas para esse novo segmento de consumidores: os adeptos do armário-cápsula. Por exemplo, produtos focados em durabilidade e alta qualidade (por exemplo, *slow fashion*) seriam uma alternativa para atingir esses consumidores. As marcas de *slow fashion* podem focar na conexão entre identidade pessoal e consumo de moda como uma representação visual do eu dos indivíduos (ou seja, a ideia de “você veste o que você é”) em suas campanhas. Por fim, este estudo contribui para o campo acadêmico ao propor um diagrama sobre o processo de adoção do armário-cápsula. Contribui também para a literatura de estudos sobre projetos de identidade do consumidor na Teoria da Cultura do Consumidor a partir da associação da identidade com o consumo de vestuário.

[**palavras-chave**] **Identidade. Consumo de vestuário. Armário-cápsula.**

¹ Doutoranda em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: erica.mcs21@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5663270256838780>.

² Doutor em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). E-mail: claytonrmsilva@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0767035754629106>.

³ Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo (USP). Professor da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: auroleocadio42@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3637686507446252>.

[abstract] This research aimed to understand the role of identity and clothing consumption in the capsule-wardrobe adoption process. A qualitative study has been developed with thirteen women who have adopted the capsule-wardrobe. Semistructured interviews and content analysis have been applied to collect and explore the data. Based on the findings, a diagram of the capsule-wardrobe adoption process has been proposed. The results indicate that capsule-wardrobe adoption process is intrinsically related to changes in the identity and clothing consumption of its adopters. The role of identity in this process was perceived through a transition from focusing on social identity to focusing on personal identity. Therefore, with the capsule-wardrobe adoption, “you wear what you are”. As research limitations, we mention the connection failures that have sometimes interrupted the interview flow. As managerial implications, we suggest that retailers and other companies might adapt or develop appropriate marketing strategies for this new segment of consumers: capsule-wardrobe adopters. For instance, products focused on durability and high quality (e.g., slow fashion) would be an alternative to reach those consumers. Slow fashion brands might focus on the connection between personal identity and fashion consumption as a visual representation of the individuals’ self (i.e., the “you wear what you are” idea) in their campaigns. Finally, this study contributes to the academic field as it proposes a diagram regarding the capsule-wardrobe adoption process. It also contributes to the literature of studies on consumer identity projects in Consumer Culture Theory from the association of identity with clothing consumption.

[keywords] **Identity. Clothing consumption. Capsule-wardrobe.**

Recebido em: 30-05-2022
Aprovado em: 19-09-2022

Introduction

The last decades have been marked by the growing interest of researchers in investigating consumption in the sociocultural scope (ASKEGAARD; LINNET, 2011). In this sense, consumer society started to be understood as a symbolic society, in which consumption is seen by individuals and social groups as a mechanism capable of constructing, defining, and influencing notions of identity and lifestyle based on the acquisition or non-acquisition of goods (BARBOSA, 2006; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004).

Consumption is embedded in postmodern consumer culture, and people use it to situate themselves in society through products with symbolic attributes that function as their “outer skin” in the sense of expressing their “interior self”, and as a way of differentiating them from other people and groups (DITTMAR, 2008; HOKKANEN, 2014; WATTANASUWAN, 2005). Thus, those attributes act on the construction of the individuals’ identity and influence their social relations (BELK, 1988). In the context of clothing consumption, it is argued that clothes can create, maintain, or modify the image of an individual for themselves and others (SOLOMON; SCHOPLER, 1982; ROACH-HIGGINS; EICHER, 1992), forming identity due to their symbolic nature (MCNEILL, 2018; VAN DER LAAN; VELTHUIS, 2016).

Several studies have examined the individuals’ identity formation from the consumption of a particular good or service (BONSU; BELK, 2003; ESCALAS, 2013; FERREIRA; SCARABOTO, 2016; TOWNSEND; SOOD, 2012; WHITE; ARGO; SENGUPTA, 2012). In this context, there is a search for the expansion and greater recognition of studies developed in the light of Consumer Culture Theory [CCT] in Brazil (CASOTTI; SUAREZ, 2016). This research field, which emerged in the 1980s, incorporates sociocultural perspectives into consumption studies, and it is considered an autonomous school of thought (GAIÃO; SOUZA; LEÃO, 2012). Therefore, this study emerges in the context of CCT, specifically in the area of consumer identity projects that concentrate studies on personal identity, social identity, extended self, etc. This research area seeks to explain how the consumer constructs a notion of identity through consumption practices (ARNOULD; THOMPSON, 2015).

Besides, this study focuses on clothing consumption, whose research developed in the Brazilian academic field is significant in terms of fashion and consumption (RAINHO; VOLPI, 2018), and the investigated phenomenon is the adoption of a concept of minimalist wardrobe that has been diffused and gained force in North American blogs: the capsule-wardrobe (HEGER, 2016). In the context of social media, the current fashion market has been associated with changes in the aesthetic and symbolic thinking of consumers (VEHMAS et al., 2018), such as those more focused on minimalist wardrobe trends. For this reason, the adopters of the concept mentioned above will be the focus of this research.

The capsule-wardrobe is a small collection of clothes grouped to make a compact wardrobe with high-quality pieces of clothing, with long durability, and in limited quantity (DOUGHER, 2015). The concept based on the idea of limiting the number of items in the wardrobe has been well received by more conscious consumers worldwide, something that

has also happened in Brazil (KUMAR; VACCARO, 2017; REES, 2017), making this study relevant in this context. Relying on the discussion above, this research aimed to understand the role of identity and clothing consumption in the capsule-wardrobe adoption process.

Theoretical Background

Identity and Consumption

In postmodernity, the identity sought by individuals is in a constant process of formation, and it is affected by purchase decisions and consumption acts (CAMPBELL, 2006; CASTELLS, 1997; HALL, 2005). For Jyrinki (2012, p. 114), “consumers use symbolic meanings of possessions to construct and communicate their identities”, though not only possessions but also consumption reveals an individual’s characteristics and influences their social relations (RICHINS; DAWSON, 1994), since consumers may also define themselves based on other people’s perception (AHUVIA, 2005).

According to Schultz Kleine, Kleine III and Allen (1995), consumers seek to maintain personal identity by differentiating themselves from others and searching for affiliation through interpersonal connections. Therefore, the difficulty lies in reconciling the sense of personal and social identity, as well as the feeling of belonging (JYRINKI, 2012).

In this perspective, consumers may have multiple identities, including individual identity and various social identities, and consumption might create both harmony and conflict between them (REED et al., 2012; TAJFEL; TURNER, 1986). Thus, the notion of identity comprises two approaches: personal identity and social identity. While personal identity comes from the individual’s sense of self, social identity is related to the involvement with groups to which the person belongs or is associated (WHITE; DAHL, 2007). Social identity may become more relevant than personal identity when consumer socialization agents (e.g., parents, family, friends, partners, and media) influence them through consumption, making them learn to shape themselves to certain behaviors considered appropriate in society (HOKKANEN, 2014).

Elgin (2012) argues that, when determined by consumption, identity ceases to be an authentic expression of the being. In this sense, the individual possessing the good comes to be possessed by it, and identity becomes a merely attractive material representation of himself for others (ELGIN, 2012). Therefore, consumerism might promote pressures that could hinder the construction of identity, making it confusing for the individual and not representing his true “self” (CHERRIER, 2009). However, some people seem to be more attracted to forms of representation of their authentic and more satisfactory “self” anchored in new consumption alternatives, from the moment they realize that material possessions do not compensate for a life of unhappiness and stress (ZAVESTOSKI, 2002). Thus, the perspective of well-being associated with consumption would produce positive effects on identity construction (AHUVIA, 2005).

Identity is expressed through a strong connection with the symbolism of the good possessed or its consumption (DITTMAR, 2008). On the other hand, processes of detachment (i.e., an emotional distancing) would function as a distancing from oneself (ALBISSON; PERERA, 2009; CHERRIER, 2009). In this context, the development of an individual's identity is intrinsically related to possessions and consumption, even when processes of sharing and detachment are involved (ALBINSSON; PEREIRA, 2009; BELK, 1988; BALLANTINE; CREERY, 2010; CHERRIER, 2009).

Phillips and Segó (2011) have highlighted the role of disposal as part of identity formation. The authors found that an individual's identity may change due to more conscious reflections and choices, influencing behavior. In turn, Trudel, Argo and Meng (2016) found a greater tendency to recycle products when they are positively linked to identity because they have a strong connection with the consumer. This suggests that consumers avoid destroying or simply throwing away items that are tied to their identity in a positive way (i.e., items that represent them).

Clothing symbolism suggests that its consumption is part of a process of self-presentation, a vehicle of social signaling, and a way of building identity (GUY; BANIM, 2000; HOKKANEN, 2014; KUMAR; VACCARO, 2017). What an individual wears conveys a message that forms impressions that might be judged by others (BANISTER; HOGG, 2007; KAISER, 1990). In this sense, Barthes, in "Système de la Mode", brings to discussion the way how identities are played by fashion: "we see Fashion 'play' with the most serious theme of human consciousness (Who am I?)" (BARTHES, 1983, p. 257).

In this sense, consumers use their clothes in an identity negotiation process: who they are, who they want to be, and who they are not (GUY; BANIM, 2000). This includes their behavior of clothing consumption (KAISER, 1997), how they feel about their clothes (WOODWARD, 2005) and fashion, which satisfies both social identification and distinction: "It is a socially acceptable and safe way of distinguishing oneself of the others and, at the same time, satisfies the individual need for adaptation and social imitation" (GRONOW, 1997, p. 84).

Capsule-Wardrobe

Although popularized in 2015 by Caroline Rector, author of the un-fancy blog, the capsule-wardrobe concept is a term that has been originated in the 1970s by a fashion boutique owner in London. Dougher (2015) states that the concept is based on a small collection of seasonal clothing, composing a capsule with high-quality pieces of clothing, with long durability, and in limited quantity. The composition of the chosen pieces should value the versatility and reflect the personal style of each person (KARG, 2015), providing, besides the focus on pieces that evoke strong emotions, the opportunity to save and respond to the rampant consumerism stimulated by fast fashion (KUMAR; VACCARO, 2017).

Rees (2017) states that she used to have a distorted view of what it meant to dress well. For her, having style was synonymous with following the latest fashion trends. Besides,

she thought there was only one version of style, one way of dressing well, which she should follow and reproduce. After reflecting on fashion consumption patterns, Rees (2017) came to understand that dressing well goes beyond following trends, you can have a functional wardrobe and express yourself through it. This view resembles the typical view of capsule-wardrobe adopters, who begin to take into account the notion that less is more (HEGER, 2016). This concept is also related to sustainability since it encourages the consumer to increase the number of times clothes are worn (FLETCHER, 2014), functioning as a more viable solution to consumerism problems.

Rector (2015) outlines some guidelines for adopting the capsule-wardrobe: (i) separate your clothes into 37 pieces; (ii) use these 37 pieces for three months; (iii) do not buy anything new during these three months; (iv) plan and shop for the next capsule in the last two weeks of the three months; (v) the amount of purchases depends on the individual. Therefore, it is assumed for this study that the process of adopting the concept is intrinsically related to changes in the identity and clothing consumption of its adopters. The research design outlined for this study will be presented next.

Method

Our study has been developed through an exploratory and qualitative approach. Qualitative research aims to study “the things in their natural environment, trying to understand or interpret the phenomena in terms of the meanings that people give them” (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 17). In this perspective, an exploratory qualitative study was carried out to reach the objective of this study (MERRIAM, 2009) since the capsule-wardrobe is a relatively new concept to be researched.

Data were collected through thirteen in-depth semistructured interviews with thirteen female adopters of the concept. We decided to interview women since they are known, according to Heger (2016), as the main adopters of the capsule-wardrobe. The interview script was divided into questions related to the capsule-wardrobe adoption process, based on the motivations for its adoption and the post-adoption period, as well as questions about the interviewees' profile. The first contact with the interviewees and the invitation to participate in this research occurred in three Facebook groups that had the capsule-wardrobe as the main topic. Two women spontaneously expressed interest in participating in the study, and the others were invited to participate through private messages.

As for the profile, the interviewees were named with pseudonyms related to their personality or lifestyle. Those characteristics were observed by the researchers or mentioned by the interviewees during the interview (Table 1). For instance: one of them said many times that she liked to travel and provided narratives using a travel-related context. For that reason, her pseudonym was chosen as *Miss Traveler*.

TABLE 1 - INTERVIEWEES' PROFILE

Pseudonym	Age	Occupation	Marital status	City
Miss Spontaneous	27	Journalist	Married	Salvador (BA)
Miss Planner	27	Advertising professional	Single	São Paulo (SP)
Miss Traveler	32	English teacher	Single	Salvador (BA)
Miss Self-reflective	18	Architecture student	Single	Presidente Prudente (SP)
Miss Pragmatic	30	Forestry engineer	Single	Rio de Janeiro (RJ)
Miss Politicized	21	Anthropology student	Single	Belo Horizonte (MG)
Miss Balanced	25	Art and Advertising Director	Married	Novo Hamburgo (RS)
Miss Mature	19	Psychology student	Single	Parnaíba (PI)
Miss Meticulous	28	Social media professional	Single	São Paulo (SP)
Miss Decided	21	Production engineering student	Stable union	Salvador (BA)
Miss Wordy	25	Doctor	Single	São Paulo (SP)
Miss Excited	23	Cook and Makeup Artist	Single	São Paulo (SP)
Miss Messy	27	Psychology student	Single	Salvador (BA)

SOURCE: Elaborated by the authors.

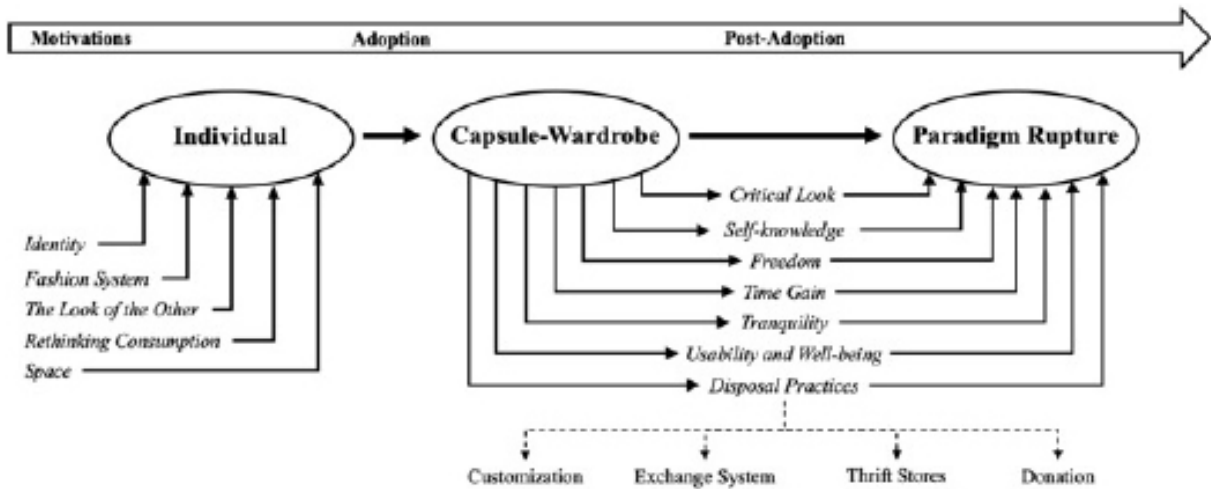
The interviewees were mostly single women, about 25 years old, and living in different regions of Brazil, except for Miss Spontaneous, who was living in France during the study. The interviews were performed via Skype or Facebook, and they were carried out until saturation was reached (FRANCIS; JOHNSTON; ROBERTSON, 2010; SPIGGLE, 1994). All narratives from the interviews were recorded and transcribed for later data analysis. They lasted twenty-one minutes on average, totaling four and a half hours of recording and eighty pages of testimonials. Among the difficulties in data collection, we emphasize that sometimes the dialogs were interrupted due to connection failures. We have used content and categorical analysis techniques to explore the data. Content analysis followed Bardin's (2011) approach. We opted for the categorial analysis technique, which works through the "division of text operations into units, into categories according to analog regroupings" (BARDIN, 2011, p. 120). The interview content was analyzed and categorized according to: (i) motivations for the capsule-wardrobe adoption, and (ii) capsule-wardrobe post-adoption. Based on our findings we propose a diagram of the capsule-wardrobe adoption process.

Discussion and Data Analysis

Capsule-Wardrobe Adoption Process

The results allowed us to propose a diagram of the capsule-wardrobe adoption process organized by themes or categories (Figure 1). The findings regarding the categories are discussed in the following section.

FIGURE 1 - CAPSULE-WARDROBE ADOPTION PROCESS.



SOURCE: Elaborated by the authors.

Initially, we mapped the capsule-wardrobe adoption process guided by the narratives on the motivations for its adoption, which involved issues related to identity, the influence of others (e.g., third person) and fashion, a way of rethinking consumption, and lack of space. The post-adoption moment revealed new disposal practices and senses of self-knowledge, tranquility, freedom, and time. A critical look at purchasing, the increased usability of clothing, and the well-being associated with it were also themes observed in the narratives. Finally, we found a paradigm rupture due to the adoption of this concept.

Motivations for Adopting the Capsule-Wardrobe

Some reasons motivated the adoption of the concept. According to the category “*The look of the other*”, the interviewees’ testimonials suggest that they would like to be less pressured by colleagues and friends about their exposure for wearing clothes that have been used on other occasions. “*The influence of fashion*” category represents the pressure from the fashion industry. In this category, the interviewees stated that they used to buy and wear fashionable pieces, encouraged by the dominant fashion system, but after a short time, those pieces no longer served them. The following reports evidence those ideas:

“[...] I was one of those people that say ‘oh, I’m not going to wear this outfit because they saw me wearing it last week’” (Miss Self-reflective).

“I was buying some fashionable clothes, and I would follow fashion and I would buy ripped jeans. I do not even see myself in ripped jeans” (Miss Spontaneous).

The results indicate that the individuals feel social pressures, which is reflected by the concern regarding people's judgment about their clothes (BANISTER; HOGG, 2007; KAISER, 1990). Moreover, they felt pressured to follow fashion trends. During the phase that motivated the CW adoption, the identity of the adopters ceased to be considered as an authentic expression of themselves to become an attractive material representation to people, which might influence their social relations and behaviors (ELGIN, 2012; RICHINS; DAWSON, 1992).

Since the interviewees oriented their consumption and identity formation at that time based on concerns with other peoples' opinions, it was observed that social identity overlapped with personal identity, making it difficult to reconcile their multiple identities (AHUVIA, 2005; JYRINKI, 2012 REED et al., 2012). This was due to the involvement or association with individuals or groups (WHITE; DAHL, 2007) in the form of consumer socialization agents (HOKKANEN, 2014), identified in the figure of "others".

The "Identity" category revealed that the interviewees did not feel represented by the clothes they were buying because they did not identify themselves with their current pieces. Here are some testimonials:

"I did not feel like my clothes represented me, so that was what caught my attention the most" (Miss Mature).

"[...] I started looking at things in my closet that did not mean anything to me, which I did not use, which I did not really like [...]" (Miss Politicized).

The fact that the items that were in the interviewees' wardrobe did not have a positive meaning evidenced problems associated with what Guy and Banim (2000) point out as an identity negotiation process. That is, there was a difference in the notion of 'who I am, who I am not and who I want to be' of the interviewees in terms of the clothes they wore and how they felt about them (WOODWARD, 2005). The non-incorporation of clothes as an expression of "self" made the definition of identity complicated for the investigation subjects, considering that they did not feel positively connected with their clothes (DITTMAR, 2008).

The "Rethinking consumption" category evidenced the interviewees' dissatisfaction with items available in the wardrobe which were seen as fruits of consumerism.

"At first, I've rethought a little. That was what made me want to have the capsule-wardrobe, to have a minimalist life, it is this consumerism issue" (Miss Traveler).

"Lack of space. My wardrobe is small, it's two doors. And what happens: it's two doors for two people. So, it's hard, isn't it?" (Miss Spontaneous).

This finding is in line with the one suggested by Cherrier (2009) about consumerism being able to promote pressures that would hinder the construction of identity, making it confusing for the individual, so that it does not represent the individual's true "self". Concerning the "Space" category, a practical issue was observed: the lack of space in the wardrobe.

Capsule-Wardrobe Post-Adoption

In general, some of the interviewees revealed to adopt the capsule wardrobe without realizing it, even before knowing the concept, others had adopted the concept less than a year ago, while others had adopted it at least two years ago. The following are some of the example excerpts:

"[...] I was already doing it without realizing it and, out of nowhere, I saw that I was already in it [in the adoption of the concept]" (Miss Pragmatic).

"I think it's been less than a year, it was after last year's winter ended" (Miss Planner).

"About two years ago" (Miss Decided).

The post-adoption period brought significant changes for CW adopters in terms of consumption and disposal, self-knowledge, feelings of well-being, and sense of tranquility. In this sense, the "Freedom" category showed that the interviewees related freedom: (i) to social pressures, since they no longer follow standards considered imposed by others or self-imposed; and (ii) consumption, resulting in its reduction. Here are some of them:

"[...] you realize that you no longer have to follow a pattern: what everybody wears, what everybody has" (Miss Decided).

"With each piece I took from the wardrobe, I felt freer" (Miss Mature).

By revealing a greater sense of freedom, the adopters' identity approach began to emphasize personal rather than social identity, that is, distancing oneself from the pressures of others (SCHULTZ KLEINE; KLEINE III; ALLEN, 1995). The pressures initially experienced have been overcome in the direction of achieving greater autonomy in relation to certain behaviors encouraged by others (i.e., socialization agents) regarding clothing (WHITE; DAHL, 2007; HOKKANEN, 2014). Still, this consumption reduction allowed the construction of the identity of the interviewees even in the face of reduction processes, according to the literature (ALBINSSON; PEREIRA, 2009; BELK, 1988; CHERRIER, 2009; BALLANTINE; CREERY, 2010).

Another finding was the “*Disposal Practices*” category. The incorporation of new forms of clothing disposal by the interviewees was triggered by the capsule-wardrobe adoption, such as reuse and customization, shopping in thrift stores, and exchanges between friends:

“I always try to reuse. Like, when a pair of pants rips off, I make shorts or something like that” (Miss Self-reflective).

“[...] I think it’s ecologically correct, even because I buy a lot of things at thrift stores nowadays” (Miss Politicized).

“Just making exchanges between friends already changes your whole wardrobe” (Miss Spontaneous).

Besides, an expressively mentioned habit among the interviewees was the preference to donate pieces, mainly for street dwellers or charities, such as churches, namely:

“And I give a lot to homeless people, sometimes I carry a coat in my handbag, and I give to them” (Miss Traveler).

“[...] I give to some entity or a clothing campaign, or I take to a church that there is here in the city center [...]” (Miss Balanced).

Within this perspective, the role of the disposal linked to identity formation was identified. The reflections that motivated the interviewees to adopt the capsule-wardrobe led them to better choices regarding the disposal of clothes. This view resembles that of Phillips and Segó (2011) on changes in the identity of individuals according to more conscious choices that influence behavior. Discarding practices such as reuse and customization suggest that the interviewees started to present a stronger connection with their clothes, positively linking to their identities because they seek to keep the pieces and avoid throwing them away (TRUDEL; ARGÓ; MENG, 2016).

Categories such as “*Time Gain*” and “*Tranquility*” presented the feeling of tranquility and more time obtained by the interviewees when they decide to select what to wear because fewer options offer more possibilities of choice and time to try out different combinations of pieces. Also, it was identified the “*Self-knowledge*” category, which is related to themselves and style:

“I have time, I have plenty of time. I do really have plenty of time” (Miss Spontaneous).

“I think after adoption [...] like, from the whole lifestyle, it was tranquility, you know?” (Miss Balanced).

“[...] I feel more myself, I have learned to be who I am. And I found my style for sure” (Miss Self-reflective).

The acquired self-knowledge reinforced the notion of the interviewees' personal identity, which was given through a new way of consuming clothing according to what preaches the capsule-wardrobe concept (i.e., opt for a number of items considered sufficient, reduced, of better quality, longer durability and that reflect your style) (KARG, 2015). This allowed the adopters to express their identities through clothes that represented them in a more authentic and satisfactory way, and from that, they felt more themselves (DITTMAR, 2008; GUY; BANIM, 2000; SCHULTZ KLEINE; KLEINE III; ALLEN, 1995; WHITE; DAHL, 2007; ZAVESTOSKI, 2002).

The “*Usability and Well-being*” category revealed that the interviewees started to really wear and enjoy their clothes. We noted that the experienced well-being after adopting the CW started to produce positive effects in the construction of the interviewees' identity (AHUVIA, 2005). On the other hand, the “*Critical Look*” category showed the most discerning view gained on the judgment of topics such as durability, price, and quality of pieces, mainly to make the investment worth it.

“[...] really, well, I've worn all my clothes” (Miss Traveler).

“[...] If I have to invest much money in an outfit, I think it's worth you to pay dearly for one piece that you'll always have [...]” (Miss Planner).

Finally, the “*Paradigm Rupture*” category represented a moment after the adoption, in which the logic of the capsule-wardrobe goes beyond its association with clothing consumption. The interviewees revealed that the CW worked as an opening concept to other areas of life and other concepts:

“There are so many concepts interconnected in the capsule-wardrobe that I have to speak about conscious consumption, minimalism, ecology, simple life. Because, to me, everything is related, but the capsule-wardrobe does not preach any of the other concepts, it is an opening for them” (Miss Spontaneous).

Thus, in general, the results suggested that the capsule-wardrobe adoption process is intrinsically related to changes in the identity and clothing consumption of its adopters. The role of identity in this process was perceived through a transition of focusing on social identity and its pressures (e.g., the *other* and the *fashion* system) to focus on personal identity and changes in clothing purchasing, consumption and disposal practices. We understand that, after going through the capsule-wardrobe adoption process, individuals start wearing clothes that really represent them. Therefore, with the capsule-wardrobe adoption, “**you wear what you are**”, not the other way around (i.e., you are what you wear), going against the capitalist logic of excessive consumption and the influence of trends dictated by the mainstream of fashion system for consumers. Ultimately, all changes brought by the adoption process led to a paradigm rupture, that is, a shift of the way of thinking and consuming that has been incorporated into other areas of the adopters' lives.

Final Remarks

This research aimed to understand the role of identity and clothing consumption in the capsule-wardrobe adoption process. We proposed a diagram of the capsule-wardrobe adoption process based on findings. The results confirmed the assumption that the capsule-wardrobe adoption process was intrinsically related to changes in the identity and clothing consumption of its adopters. In this sense, identity has been shifted from a focus on social identity (before the adoption) to focusing on personal identity (post-adoption). Besides, the way of purchasing, consuming and disposing clothes has also changed.

The adopters have acquired self-knowledge, a sense of tranquility, and gained time, reinforcing the notion of personal identity, which surpassed the social identity that prevailed before the adoption of the concept. Furthermore, the sense of freedom concerning social pressures was observed. Also, the process of reducing clothing consumption did not prevent the development of identity. On the contrary, they began to wear and enjoy their pieces, feeling satisfied and represented by them. Thus, we understand that the capsule-wardrobe adoption leads individuals to transfer their own self to their clothes, reinforcing the idea that **“you wear what you are”**. In addition, a critical look at purchasing decisions, a greater consumption awareness, its reduction and new disposal practices were incorporated with the adoption of the concept. Besides, the capsule-wardrobe was an opening for new concepts and areas of life, functioning as a paradigm rupture for its adopters.

Managerial Implications

As managerial implications, companies might incorporate materials or design concepts that would result in products with greater durability and quality in their product development processes once CW adopters demonstrated to be more likely to purchase and keep those kinds of clothes. Also, retailers might promote slow fashion, a type of sustainable fashion consumption (MCNEILL; SNOWDON, 2019; SOBREIRA; SILVA; ROMERO, 2020), since consumers who adhere to the capsule-wardrobe are changing their consumption habits towards valuing attributes such as higher quality and durability. Besides, capsule-wardrobe supporters are also reducing their consumption of clothing, which makes them more likely to seek out items with these attributes. Therefore, in terms of marketing communication, slow fashion brands and companies might emphasize these product attributes in their campaigns, focusing on the connection between personal identity and fashion consumption as a visual representation of the individuals' self (i.e., the “you wear what you are” idea).

Sustainability is not always connected to the acquisition of new products, so companies cannot fail to consider other more accessible ways in which capsule wardrobe adopters can acquire pieces with these attributes, for example through services or other forms of access that facilitate collaborative fashion consumption (BECKER-LEIFHOLD; IRAN, 2018; IRAN; SCHRADER, 2017). In this sense, Sobreira, Silva and Romero (2021) argue that the acquisition of exchanged, rented, second-hand, vintage or recycled clothes can be an alternative for consumers who want to be part of more sustainable fashion

segments, since sustainability “needs durability, prolonging the use phase and using the existing maximum capacity of the existing product” (IRAN, 2018, p. 7).

Thus, incorporating new forms of clothing disposal (e.g., reuse and customization, shopping in thrift stores, exchanges between friends, and donations) that occurred during the adoption process leaves room for collaborative fashion consumption practices to be encouraged by retailers that want to adapt their marketing communications to a segment of consumers that are CW adopters. Moreover, it is an opportunity for new business models that focus on collaborative fashion consumption practices (e.g., fashion libraries and thrift stores) to expand their activities and reach new costumers. Finally, fashion brands might use the capsule wardrobe concept as a positioning tool that could be integrated to the brands’ communication strategy.

Limitations, Contribution and Future Research

As research limitations, we mention the difficulties in data collection due to connection failures that have sometimes interrupted the interview flow. In addition, as it is not the focus of this work, other limitation involves the lack of an analysis from the socio-economic point of view of the interviewees, since it may influence issues of access and purchasing power of higher quality and durable garments, which tend to have higher prices. This is an interesting aspect to note when analyzing examples of alternative fashion consumption, such as the adoption of the capsule wardrobe, which may involve greater financial capacity to acquire this type of clothing. Therefore, we suggest that future studies can make an analysis considering the purchasing power in the lives of capsule wardrobe adopters and how this contributes to facilitate or hinder the adoption of this concept in terms of consumption.

As for academic contribution, we mention the construction of a diagram regarding the CW adoption process. It also contributes to the literature of studies on consumer identity projects in CCT from the association of identity with clothing consumption. Future research might develop a questionnaire and quantitatively verify the manifestation of the proposed categories by the diagram, among other adopters of the concept. We also encourage researchers to study the male audience as a target or expand to the general public. Finally, considering that the capsule wardrobe functions as a paradigm rupture towards other concepts, it is suggested that future studies may relate this concept to other themes such as conscious consumption, minimalism, sustainable fashion, slow fashion, collaborative fashion consumption, consumer empowerment, among others. Also, we encourage scholars to explore this concept overseas, mainly in different countries and continents, since people from different cultures might present different experiences and perspectives regarding the adoption of this minimalist wardrobe concept. Furthermore, future studies might analyze the existence of congruence between the brand’s message around capsule wardrobes and the consumers’ identity that comes from this wardrobe adoption.

Referências

- AHUVIA, A. Beyond the extended self: Loved objects and consumers' identity narratives. **Journal of Consumer Research**, v. 32, n. 1, p. 171-184, 2005.
- ALBINSSON, P.; PERERA, B. From trash to treasure and beyond: The meaning of voluntary disposition. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 8, n. 6, p. 340-353, 2009.
- ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Introduction: Consumer Culture Theory: Ten years gone (and beyond). **Consumer Culture Theory**, v. 17, p. 1-21, 2015.
- ASKEGAARD, S.; LINNET, J. Towards an epistemology of consumer culture theory. **Marketing Theory**, v. 11, n. 4, p. 381-404, 2011.
- BALLANTINE, P. W.; CREERY, S. The consumption and disposition behaviour of voluntary simplifiers. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 9, n. 1, p. 45-56, 2011.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Almedina Brasil, 2011.
- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. O Estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Org.), **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BARTHES, R. **The fashion system**. Berkeley: University of California Press, 1983.
- BANISTER, E. N.; HOGG, M. K. Consumers and their negative selves, and the implications for fashion marketing. In: HINES, T.; BRUCE M. (Eds.), **Fashion Marketing: Contemporary Issues**. Oxford: Elsevier Ltd, 2007.
- BECKER-LEIFHOLD, C.; IRAN, S. Collaborative fashion consumption—drivers, barriers and future pathways. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 22, n. 2, p. 189-208, 2018.
- BELK, R. W. Possessions and the extended self. **Journal of Consumer Research**, v. 15, n. 2, p. 139-168, 1988.
- CAMPBELL, C. Eu compro; logo, sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Org.), **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio De Janeiro: Editora FGV, 2006.
- CASTELLS, M. **The power of identity**. Oxford: Blackwell, 1997.
- CASOTTI, L. M.; SUAREZ, M. C. Dez anos de Consumer Culture Theory: delimitações e aberturas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 3, p. 353-359, 2016.

CHERRIER, H. Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. **Journal of Business Research**, v. 62, n. 2, p. 281-190, 2009.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

DITTMAR, H. **Consumer culture, identity and well-being: The search for the 'good life' and the 'body perfect'**. Hove: Psychology Press, 2008.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

DOUGHER, K. **You're doing the "capsule wardrobe" wrong**. 2015 Disponível em: <<http://fashionmagazine.com/fashion/youre-doing-the-capsule-wardrobe-wrong/>>. Acesso em: 20 abr. 2022.

ELGIN, D. **Simplicidade voluntária: em busca de um estilo de vida exteriormente simples, mas interiormente rico**. São Paulo: Cultrix, 2012.

ESCALAS, J. Self-identity and consumer behavior. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. 5, p. 15-18, 2013.

FERREIRA, M. C.; SCARABOTO, D. My plastic dreams: Towards an extended understanding of materiality and the shaping of consumer identities. **Journal of Business Research**, v. 69, n. 1, p. 191-207, 2016.

FLETCHER, K. **Sustainable fashion and textiles: Design journeys**. London: Earthscan, 2014.

FRANCIS, J.; JOHNSTON, M.; ROBERTSON, C. What is an adequate sample size? Operationalizing data saturation for theory-based interview studies. **Psychology Health**, v. 25, n. 10, p. 1229-1245, 2010.

GAIÃO, B. F. S.; SOUZA, I. L.; LEÃO, A. M. S. Consumer Culture Theory (CCT) já é uma escola de pensamento em marketing?. **Revista de Administração de Empresas**, v. 52, n. 3, p. 330-344, 2012.

GRONOW, J. **The sociology of taste**. London and New York: Routledge, 1997.

GUY, A.; BANIM, M. Personal collections: Women's clothing use and identity. **Journal of Gender Studies**, v. 9, n. 3, p. 313-327, 2000.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HEGER, G. **The capsule closet phenomenon: A phenomenological study of lived experiences with capsule closets**. 2016. Thesis (Master in Textile Management) – The Swedish School of Textiles, University of Borås, 2016.

HOKKANEN, S. **Fashion brands and consumption in postmodern consumer culture: The construction of self and social identities**. 2014. Thesis (Master in Textile Management) – The Swedish School of Textiles, University of Borås, 2014.

IRAN, S. Sustainable Fashion: from production to alternative consumption. In: JASTRAM, S.; SCHNEIDER, AM. (Eds.) **Sustainable Fashion**. Cham: Springer, 2018, p. 139-159.

IRAN, S.; SCHRADER, U. Collaborative fashion consumption and its environmental effects. **Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal**, v. 21, n. 4, p. 468-482, 2017. <http://dx.doi.org/10.1108/jfmm-09-2016-0086>.

JYRINKI, H. Pet-related consumption as a consumer identity constructor. **International Journal of Consumer Studies**, v. 36, n. 1, p. 114-120, 2012.

KAISER, S. B. **The social psychology of clothing: Symbolic appearances in context**. New York: Macmillan Publishers, 1990.

KAISER, S. B. **The social psychology of clothing**. New York: Fairchild Publications, 1997.

KARG, C. **New fashion minimalism in an affluent society: A paradigm shift?**. 2015. Thesis (Master in Textile Management) – The Swedish School of Textiles, University of Borås, 2015.

KUMAR, R.; VACCARO, K. An experimentation engine for data-driven fashion systems. In: AAAI 2017 SPRING SYMPOSIUM, 4., 2017, Illinois, **Anais...** Illinois: AAAI Publications, 2017, p. 389-394.

MCNEILL, L. S. Fashion and women's self-concept: A typology for self-fashioning using clothing. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 22, n. 1, p. 82-98, 2018.

MCNEILL, L. S.; SNOWDON, J. Slow fashion–Balancing the conscious retail model within the fashion marketplace. **Australasian Marketing Journal**, v. 27, n. 4, p. 215-223, 2019.

MERRIAM, S. **Qualitative research: A guide to design and implementation**. New York: Jossey-Bass, 2009.

PHILLIPS, B. J.; SEGO, T. The role of identity in disposal: lessons from mothers' disposal of children's possessions. **Marketing Theory**, v. 11, n. 4, p. 435-454, 2011.

RAINHO, M. C. T.; VOLPI, M. C. Looking at Brazilian fashion studies: Fifty years of research and teaching. **International Journal of Fashion Studies**, v. 5, n. 1, p. 211-226, 2018.

RECTOR, C. **How to Create a Capsule Wardrobe**. 2015. Disponível em: <<http://theeverygirl.com/how-to-create-a-capsule-wardrobe>>. Acesso em: 20 abr. 2022.

REES, A. **Os segredos do guarda-roupa europeu: um método simples para descobrir seu estilo e montar o armário dos seus sonhos**. São Paulo: Paralela, 2017.

REED, A.; FOREHAND, M. R.; PUNTONI, S.; WARLOP, L. Identity-based consumer behavior. **International Journal of Research in Marketing**, v. 29, n. 4, p. 310-321, 2012.

RICHINS, M. L.; DAWSON, S. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. **Journal of Consumer Research**, v. 19, n. 3, p. 303-316, 1992.

ROACH-HIGGINS, M. E.; EICHER, J. B. Dress and identity. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 10, n. 4, p. 2-9, 1992.

SCHULTZ KLEINE, S.; KLEINE III, R. E.; ALLEN, C. T. How is a possession 'me' or 'not me'? Characterizing types and an antecedent of material possession attachment. **Journal of Consumer Research**, v. 22, p. 327-343, 1995.

SOBREIRA, É. M. C.; SILVA, C. R. M.; ROMERO, C. B. A. Do empowerment and materialism influence slow fashion consumption? Evidence from Brazil. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 24, n. 3, p. 415-435, 2020.

SOBREIRA, É. M. C.; SILVA, C. R. M.; ROMERO, C. B. A. Consumo Colaborativo de Moda e Slow fashion: percursos para uma moda sustentável. **Modapalavra e-periódico**, v. 14, n. 34, p. 35-60, 2021.

SOLOMON, M.; SCHOPLER, J. Self-consciousness & clothing. **Personality & Social Psychology Bulletin**, v. 8, n. 3, p. 508-514, 1982.

SPIGGLE, S. Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research. **Journal of Consumer Research**, v. 21, n. 3, p. 491-503, 1994.

TAJFEL, H.; TURNER, C. J. **The social identity theory of intergroup behavior**. Chicago: Nelson-Hall, 1986.

TOWNSEND, C.; SOOD, S. Self-affirmation through the choice of highly aesthetic products. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. 2, p. 415-428, 2012.

TRUDEL, R.; ARGO, J. J.; MENG, M. D. The recycled self: consumers' disposal decisions of identity-linked products. **Journal of Consumer Research**, v. 43, n. 2, p. 246-264, 2016.

VAN DER LAAN, E.; VELTHUIS, O. Inconspicuous dressing: a critique of the construction-through-consumption paradigm in the sociology of clothing. **Journal of Consumer Culture**, v. 16, n. 1, p. 22-42, 2016.

VEHMAS, K.; RAUDASKOSKI, A.; HEIKKILÄ, P.; HARLIN, A.; MENSONEN, A. Consumer attitudes and communication in circular fashion. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 22, n. 3, p. 286-300, 2018.

WATTANASUWAN, K. The self and symbolic consumption. **Journal of American Academy of Business**, v. 6, n. 1, p. 179-184, 2005.

WHITE, K.; DAHL, D. W. Are all out-groups created equal? Consumer identity and dissociative influence. **Journal of Consumer Research**, v. 34, n. 4, p. 525-536, 2007.


WHITE, K., ARGO, J. J.; SENGUPTA, J. Dissociative versus associative responses to social identity threat: the role of consumer self-construal. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. 4, p. 704-719, 2012.

WOODWARD, S. Looking good: Feeling right – Aesthetics of the self. In: KÜCHLER, S.; MILLER, D. (Eds.). **Clothing as Material Culture**. Oxford: Berg Publishers, 2005. p. 21-40.

ZAVESTOSKI, S. The social-psychological bases of anticonsumption attitudes. **Psychology and Marketing**, v. 19, n. 2, p. 149-165, 2002.

Agradecimentos

Revisora do texto: Márcia Cristianne Campelo Lima Mororó, Graduada em Letras - Inglês (UESPI), Especialista em Língua Inglesa (UESPI).



**Os Corpos Periféricos
são um Equívoco!
Sobre a impossibilidade de
soterrar a chegada da favela
nas passarelas de moda**

*Peripheral Bodies are an Equivocation!
About the impossibility of burying the
arrival of the favela on the fashion catwalks*

Cristiane Maria Medeiros Laia¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9720-2570>

[resumo] Um documentário de moda que narra a criação de uma agência de modelos na Favela do Jacarezinho, zona norte do Rio de Janeiro. Os desfiles de passarela que têm, nos últimos anos, diversificado as cores, traços e texturas dos corpos que os compõem. A ideia de direito das gentes, que Achille Mbembe desenvolve para dizer dos lugares que são cedidos a cada corpo na divisão colonial do mundo. O Multinaturalismo que, oferecido por Eduardo Viveiros de Castro, aparece como um contraponto aos modelos multiculturalistas ocidentais, e traz o Equívoco como uma possibilidade de múltiplas vozes no lugar de discursos unívocos de mundo. Ailton Krenak e Denilson Baniwa, com as cosmologias de seus povos que despertam a vontade de entender os fenômenos do Ocidente por outras perspectivas. Aparecida Vilaça e os relatos que nos oferece sobre xamanismo do povo Wari'. A ideia de tradução de mundos, presente em algumas cosmologias indígenas, que surge como alternativa para pensar fenômenos ocidentais. É na junção de tudo isso que se ergue esse escrito. Uma tentativa, um exercício em curso de olhar para a chegada de corpos periféricos nas passarelas de moda, inspirados em formas não ocidentalizadas de entender o mundo e suas relações. Uma esperançosa proposta de novas leituras e apropriações de mundo, que atendam às convocações éticas, estéticas, políticas e sensíveis dos tempos atuais.

[palavras-chave] **Moda. Favela é Moda. Tradução de Mundos. Periferia.**

[abstract] A fashion documentary that narrates the creation of a model agency in Favela do Jacarezinho, north of Rio de Janeiro city. The fashion shows that have, in recent years, diversified the colors, traits and textures of the bodies that compose them. The idea of the “law of peoples”, which Achille Mbembe develops to say about the places that are given to each body in the colonial division of the world. The Multinaturalism that, offered by Eduardo Viveiros de Castro, appears as a counterpoint to Western multiculturalist modes, and brings the Equivocation as a possibility of multiple voices in place of univocal discourses of the world. Ailton Krenak and Denilson Baniwa, with the cosmologies of their peoples that awaken the desire to understand the phenomena of the West through other perspectives. Aparecida Vilaça and the accounts she offers us about the shamanism of the Wari' people. The idea of worlds' translation, present in some indigenous cosmologies, comes as an alternative to thinking about Western phenomena. It is at the junction of all this that this writing stands. An attempt, an ongoing exercise to look at the arrival of peripheral bodies on fashion catwalks, inspired by non-westernized ways of understanding the world and its relationships. A hopeful proposal for new readings and appropriations of the world, which meet the ethical, aesthetic, political and sensitive calls of today.

[keywords] **Fashion. Favela é Moda. Translation of worlds. Periphery.**

Recebido em: 26-06-2022

Aprovado em: 28-08-2022

¹ Doutoranda no PPG Artes, Culturas e Linguagens, do IAD/UFJF. Mestre pelo PPG em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas, da FEBF/UFJF. Licenciada e Bacharel em Educação Artística, pela UFJF. Professora de Artes. Costureira e criadora da Cris Maria Atelier de Criação. E-mail: crismilaia@yahoo.com.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4499749890015517>.

O Começo

Em dezembro de 2020, na edição online do Festival Feed Dog Brasil², quando a pandemia e seus desdobramentos seguiam soterrando tantas gentes, o documentário “Favela é Moda”, emergiu para mim. Como uma daquelas coisas que vem ao nosso encontro em meio a tantas outras, “Favela é Moda” achou-me ali, sentada no sofá de casa, onde entrou por todas as frestas e sem a mínima cerimônia, com a altivez de sua imagem de divulgação que trazia uma menina negra, com seus cabelos afro trabalhados em tranças, cuja potência ressaltava entre tantas outras imagens naquela plataforma virtual e naquela plataforma de moda.

“Favela é Moda” é um documentário brasileiro, do diretor Emílio Domingos. Produção da Osmose Filmes em parceria com o canal Curta, em 2019, ele compõe com outros dois documentários do mesmo diretor, “Deixa na Régua” e “A Batalha do Passinho”, o que Domingos (2019, p.15) chama de “Trilogia do Corpo” – “uma sequência sobre práticas corporais das juventudes das favelas e periferias cariocas”.

O documentário narra a história e a atuação da Jacaré Moda, uma agência de modelos criada na comunidade do Jacarezinho, no Rio de Janeiro, “formada por modelos auto reconhecidos como negros e mestiços, moradores de territórios periféricos” (DOMINGOS, 2019, p.10). O fio condutor desta narrativa é Júlio César, morador da comunidade, idealizador e criador da agência, cujo objetivo é inserir os jovens da favela nas agências de modelos da zona sul do Rio e nas passarelas de desfile das grandes grifes do país e do mundo.

Ao oferecer uma espécie de cartografia do território onde a história dessa agência se desenrola, com seus atores e seus cotidianos retratados em imagens e discursos, o documentário traz à luz também a forma como as relações se constroem nesse espaço periférico, que é geográfico, mas também conceitual e afetivo. E cede pistas de como acontecem as relações para além dali, no trânsito entre a favela e a passarela. A forma como se dão as negociações nesse trânsito, com seus recuos e avanços, lutas e resistências, é o que levanta o escrito que se segue.

Deslocamentos

Favela é Moda

Uma festa em um barracão de escola de samba de uma comunidade do Rio de Janeiro, conduzida por um jovem homem negro, visivelmente entusiasmado, abre o documentário. O evento é um desfile de moda na Favela do Jacarezinho, regado à muita música, gente dançando, comemoração, ansiedade, esperança e alegria. O jovem homem é Júlio César, criador da Jacaré Moda e figura central do documentário que se desenrola a partir de sua história pessoal de vida e do sonho de trabalhar com moda, que cultivou desde a adolescência.

² Feed Dog: Festival Internacional de Documentários de Moda. Em 2020, excepcionalmente, ele aconteceu 100% de forma virtual, pelas restrições impostas pela pandemia de Covid19.

Nascido em um território periférico, Júlio César se deparou muito cedo com possibilidades de acesso a determinados espaços físicos e conceituais reduzidas tanto pela escassez dos recursos financeiros, quanto pela geografia que seu corpo ocupava e pelos desdobramentos disso na realidade brasileira. Tão logo o sonho de trabalhar com moda começou a se construir, os primeiros entraves para a sua realização também se colocaram. E diante da impossibilidade de cursar uma faculdade e/ou de outros caminhos que o levassem para o circuito da moda, intensificados pela necessidade de entrar ainda muito jovem no mercado de trabalho, Júlio César tornou-se porteiro de prédios na zona sul do Rio, na década de 1990. A realidade dele, diga-se de passagem, não configura, ainda nos dias de hoje, nenhuma exceção nos espaços periféricos, circuitos onde os sonhos, não raras vezes, são soterrados pela própria terra que garante os frutos da sobrevivência.

Após alguns anos de trabalho, no entanto, recolhendo os lixos que desciam dos apartamentos, Júlio começou a encontrar revistas de moda. O entusiasmo com tais achados transformou-se rapidamente na leitura desse material e o que, a princípio, servia para passar o tempo na portaria, aos poucos foi se tornando mais frequente, tomando uma grande parte do seu dia e suscitando nele observações minuciosas e atentas acerca das modelos, das roupas, dos padrões, dos corpos, das palavras, dos conceitos, dos códigos e de tudo o mais que compunham aquelas edições. Foi daí que veio a constatação da ausência de pessoas negras nessas revistas, assim como da semelhança, aos seus olhos, entre a beleza e o porte das modelos que ali posavam e das meninas da favela.

Com o desejo da juventude reavivado pelo frescor dessa observação e sentindo-se convocado a agir, surgiu então a ideia que guiaria o seu trabalho a partir dali: criar condições para que aquela beleza da favela, com os corpos que a compõe, chegasse naquele mundo da moda. Criar condições, a partir de seu sonho, para que os sonhos de tantos outros da favela que sonhavam com a moda, se realizassem também.

Acreditando que a maior dificuldade para a chegada das meninas da periferia nas agências de modelos seria o contato entre esses dois mundos, Júlio criou duas estratégias iniciais para uma mediação nesse sentido. Uma delas foi a busca por agências da zona sul do Rio que se interessavam por modelos tidas como fora do padrão usualmente procurado para os trabalhos de passarela. E a outra foi a organização de desfiles na comunidade do Jacarezinho, para selecionar, entre as meninas que queriam seguir carreira de modelo, aquelas que ele e uma equipe de jurados (a maioria da própria favela e arredores) julgavam estar mais preparadas para isso. Após a seleção, as escolhidas eram logo encaminhadas para as agências onde estabeleciam, a partir de então, relações de trabalho não mais mediadas por Júlio César.

Com o passar do tempo, no entanto, ele percebeu que apenas essa seleção e encaminhamentos iniciais, suficientes para a chegada das modelos da favela nas agências, não garantiam a sua permanência lá. Tampouco a certeza de algum tipo de trabalho nesse meio. Muitas delas voltavam após o primeiro ou nenhum contrato remunerado e as dificuldades, que ele pensava, inicialmente, serem em sua maior parte relativas ao primeiro acesso, revelavam-se desafios para além de questões logísticas. Havia outros ruídos nesse caminho que impossibilitavam que o sonho e o esforço já empreendidos ganhassem corpo nas passarelas, ou seja, impediam a efetivação da inserção dos corpos que seguiam das margens no circuito da moda, muito embora os mesmos fossem requisitados em muitas situações.

Atento a isso então, Júlio percebeu que entre essas questões, algumas das meninas, por exemplo, nunca haviam se deslocado até a zona sul do Rio e a maioria delas nunca tinha feito nenhum trabalho publicitário ou de outra natureza no circuito da moda. A dificuldade, nesse sentido, ia ainda além para muitas que não podiam fazer esse trajeto mais de uma vez por semana para se prepararem nas agências. Fosse por falta de dinheiro para o transporte ou pela impossibilidade de se ausentarem por muitos dias dos trabalhos (comumente esporádicos e informais) que garantiam algum ganho mensal para a família, já que as agências geralmente não ofereciam salários e/ou ajuda de custo antes dos trabalhos de passarela em si.

Somando-se a isso, os referenciais e conceitos de moda das meninas da favela, assim como seus corpos, cores, traços, texturas e narrativas, eram distintos, em medidas variáveis, do que era praticado enquanto referência na zona sul, sobretudo nas agências de modelo, se considerarmos que essas praticam (ainda e em sua maioria) uma ideia de moda, beleza e estética voltadas para padrões eurocentrados. E que as periferias, muito embora não sejam um outro mundo desvinculado do mundo globalizado e daquele da zona sul, são construções sociais que marcam diferenças importantes e irredutíveis em relação a esses. Carregam, nas mais diversas nuances de suas construções, traços de culturas que não vieram da Europa e de seus padrões, mas que foram formados por sujeitos que descendem, em sua grande maioria, daqueles que foram jogados para as margens, dos desprestigiados ao longo dos processos de colonização que se sucedem no Brasil, desde o ano 1500. E têm feições próprias e diversas que divergem, não raras vezes, das possibilidades de categorização e homogeneização correntes nas ideias globais generalizadoras.

Tudo isso, que reverberava em tantas outras coisas do cotidiano das modelos da favela e que o documentário narra de uma maneira muito direta, fazia com que as modelos da periferia já chegassem com um tipo de “desvantagem” em relação às modelos que vinham de lugares sociais e geográficos que compartilhavam de referências iguais ou muito próximas às do mundo da moda de passarela. Como resultado, entre outras coisas, as propostas de trabalho sem contrapartida financeira eram correntes para as meninas da periferia e apareciam em discursos que sugeriam ser essa a única possibilidade de experiência para elas. O que não acontecia com modelos vindas de outros espaços. Por fim, Júlio percebeu que a ausência de muitos dos códigos que autorizariam o acesso ao circuito da moda de passarela, era uma lacuna que o outro lado preenchia com o preconceito, sob a mais comum das justificativas: não se encaixa no perfil.

Diante da necessidade de lidar e, de alguma maneira, resolver o que embargava, mais uma vez, esse acesso desejado, as ações de Júlio foram ampliadas para uma espécie de acompanhamento sistemático e cuidadoso dos selecionados durante algum tempo após os desfiles. Assim, às seleções, que começaram a abranger também os meninos, ambos cis ou transgênero, seguiam-se reuniões semanais para aulas de etiqueta e conteúdos de moda, história do Brasil colonial e formação das favelas no Rio; para rodas de conversa sobre racismo, violência sistêmica e lugares sociais de direito; para trabalhos com o corpo, experiências com modelagem, fotografia, conteúdo digital e para apoio psicológico. As reuniões aconteciam em espaços na própria favela, o que facilitava a frequência dos modelos. E as instruções partiam de referenciais que eles já conheciam na comunidade e nas realidades

que habitavam, e não de códigos aos quais eram completamente alheios, o que garantia a integração e a interação com os assuntos que eram tratados. A partir disso, novas linguagens, das mais diversas naturezas, necessárias para chegarem no mundo da moda zona sul, eram apresentadas a eles com perspectivas reais de apreensão. E abriam a possibilidade de chegarem ao então outro mundo cientes das resistências que encontrariam, munidos de formas de driblá-las e de reconhecer o que precisariam negociar e do que não poderiam abrir mão.

O projeto resultou na criação da Jacaré Moda, com o conceito “moda resistência”, e ampliou os eventos de seleção para outras favelas do Rio. Dessa maneira, as condições dignas e legais de trabalho, pela primeira vez para muitos deles, se tornaram uma garantia, impondo as primeiras barreiras às propostas que sugeriam a gratuidade do trabalho como uma forma desses corpos adentrarem espaços que “não são (eram) deles por direito.”³

Ao abordar desde os sonhos e dificuldades da vida prática e de acessos que os modelos das periferias encontram, até a exclusão que o mundo da moda pratica com os corpos que se desalinham de seu padrão originário (leia-se, eurocentrado), o documentário oferece uma história do trajeto favela-passarela e das negociações que se configuram nesse caminho, da qual eu me aproprio para pensar os corpos que fazem essa travessia, como corpos que atravessam mundos. E que deslocam consigo todo um corpo social, político, histórico, cultural e estético para o outro lado de uma ponte que é imaginária e real ao mesmo tempo, promovendo, com isso, intervenções de muitas ordens em circuitos historicamente homogêneos, excludentes e exclusivistas.

Biopoder

Até o ano de 2009, a São Paulo Fashion Week (SPFW), maior evento de moda do Brasil e o quinto maior do mundo, contava com menos de 3% de modelos negros ou indígenas no seu casting. Nesse mesmo ano, o Ministério Público de São Paulo firmou um Termo de Ajuste de Conduta (TAC) junto aos organizadores do evento, para que esse percentual fosse de pelo menos 10%⁴. Em 2020, a organização do SPFW, em um tratado articulado pelo Coletivo Pretos na Moda⁵, e seguindo uma tendência mundial informalmente chamada de efeito BAME⁶ (do inglês: black, asian and minority ethnic), definiu que a partir da sua edição seguinte, todas as grifes participantes deveriam manter, obrigatoriamente, o mínimo de 50%

³ Referência ao conceito de “direito das gentes” (MBEMBE, 2018)

⁴ Fonte: <http://jornalnacional.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,MUL1161691-5605,00-SPFW+QUER+COTA+DE+DE+MODELOS+NEGROS+EM+DESFILES.html>

⁵ Fonte: <https://www.instagram.com/pretosnamodabr/>

⁶ Termo criado nos anos 1960 para se referir a pessoas não brancas que viviam no Reino Unido e que foi apropriada pelo mundo da moda para explicar o atual momento da indústria, em termos de diversidade e representatividade.

de modelos negros, afrodescendentes, indígenas e/ou asiáticos em seus castings⁷. Na edição do ano 2020⁸ o crescimento de modelos não brancos já foi expressivo e em 2021⁹ chegou a 61%. Nesse mesmo ano, além desse percentual recorde, o evento recebeu o projeto Sankofa, um coletivo que reúne oito marcas de estilistas negros, que receberão mentoria da SPFW durante 3 anos. O que pode ser entendido como um resultado direto dos debates raciais propostos cerca de uma década antes, a partir do termo de ajuste de conduta de 2009.

Os debates de uma década antes, no entanto, não foram propostos à toa. Entre outras coisas e para além do efeito BAME, os debates propostos a partir de 2009, se ergueram na toada de tempos em que, no Brasil, experimentamos, pela primeira vez, políticas públicas de distribuição de renda e de acessos que dispararam, em alguma medida e como consequência, uma redistribuição, ou uma tomada de lugares sociais, econômicos e simbólicos, antes reservados ao que Ailton Krenak (2019) chama de uma “humanidade escolhida”. Ou seja, em um momento em que uma variedade maior de cores, corpos, estéticas e culturas passaram a aparecer na visualidade do asfalto, ocupando lugares diferentes da servidão; em um momento em que essa variedade passou a movimentar também as cifras financeiras e simbólicas do mercado. E ainda que isso aconteça em uma proporção relativamente pequena, já convoca à atualização dos lugares dentro de toda uma estrutura social firmada nos processos coloniais. E o SPFW responde à essa convocação. Seja para se alinhar a movimentos do mundo todo nesse sentido, seja em resposta direta a questões de representatividade que buscam legalmente seus direitos. Mirando nas questões mercadológica, econômica e legal em si, ou tendo-as como pano de fundo.

Porém, se pensarmos que esse é um movimento que se faz por meio de corpos que se deslocam de seus lugares geográficos e conceituais situados às margens de um centro legitimado de produção de moda, e se encaminham justamente para esse centro, cavando lugares em espaços onde antes não podiam entrar e impondo ali, visualmente, suas estéticas, cores e texturas de vida, é muito reducionista olharmos para esse fenômeno pelo prisma econômico e legal. Ou melhor, ele corre o risco de ser reduzido e capturado pela lógica do mercado global, transformando-se em ideologia empacotada para o consumo, quando o olhar que se volta para ele parte, inicialmente, disso.

Indispensável ao desenvolvimento do capitalismo e, por consequência, da lógica de mercado global como a conhecemos, a regulamentação de corpos por meio de práticas disciplinares, ou a sociedade disciplinar, que desenvolveu-se a partir do final do século XVII e início do século XVIII, ofereceu ao mundo o que Michel Foucault chamou de biopoder. Segundo o autor, nesse tempo, as estruturas de poder baseadas na teoria da soberania do rei passaram a não dar conta de manter a ordem, diante do crescimento populacional e da expansão industrial. E sobrepondo-se a isso foi instituído o poder disciplinar, por meio de técnicas “que permitem o controle minucioso das operações do corpo, que realizam a sujeição constante de suas forças e lhes impõe uma relação de docilidade-utilidade” (FOUCAULT, 1987, p.126).

⁷ <https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2020/10/spfw-institui-cota-racial-obrigatoria-para-50-dos-modelos-nos-desfiles.html>

⁸ Fonte: <https://elle.com.br/moda/natasha-soares-fala-como-o-pretos-na-moda-esta-mudando-a-spfw>

⁹ Fonte: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-brasil/2021/06/26/em-formato-festival-sao-paulo-fashion-week-avanca-em-debates-raciais.htm>

Tais técnicas, práticas já conhecidas nos conventos e outras instituições reguladoras que existiam então, passaram a ser usadas maciçamente nas fábricas, manicômios, escolas, prisões, hospitais e outras instituições criadas e tornadas indispensáveis na sociedade a partir daí. Garantindo uma ordem social que mantinha também econômica e politicamente cada classe social no lugar estabelecido por essa estrutura.

Ao adotar o conceito de biopoder desenvolvido por Foucault para pensar a sociedade moderna e contemporânea, Michel Hardt (apud PELBART, 2000, p.27) propõe uma inversão do uso feito pelo primeiro. Para ele, o biopoder pode se operar tanto como a administração da vida, ou seja, de cima para baixo em uma estrutura social, quanto de baixo para cima, como “poder de criação da vida, ou seja, produção das subjetividades coletivas, de sociabilidade, de formas de vida emergentes”. Dessa forma, se ele serve à manutenção do poder vigente a partir do controle social, serve também como mecanismo de contestação desse poder por parte dos descontentes desse processo.

Partindo disso, pensamos que se propusermos um olhar para fenômeno da entrada de corpos periféricos no circuito da moda que segue padrões eurocentrados de beleza e estética, que se paute, antes, na sua nuance de biopoder, no seu aspecto de desobediência ideológica, o que temos é, senão a emergência de outros mundos possíveis (de entendimento, de produção de conhecimento e de reconhecimento de saberes, de multiplicidades), pelo menos uma possibilidade de rasgo no tecido homogêneo e excludente desse circuito. É esse o aspecto que interessa abordar aqui. Acreditando que essas heterogeneidades que se instalam em hegemônicos espaços ainda de privilégios, abrem frestas, rachaduras na terra já seca que ainda tenta manter soterrada a diversidade, por meio dos mecanismos da redução, da exclusão e do apagamento.

Saberes

Em *Crítica da Razão Negra*, Achille Mbembe (2013) nos fala do Ocidente, especificamente da Europa, como o lugar que, a partir da sua pretensão de domínio universal (que se desdobrou, entre outras coisas, nos processos de colonização), inventou as regras que definem quais lugares cada corpo poderá ocupar no planeta, assim como o valor desses corpos e o direito de posse sobre eles.

Em sua ávida necessidade de criar mitos destinados a fundamentar seu poder, o hemisfério ocidental considerava-se o centro do globo, a terra natal da razão, da vida universal e da verdade da humanidade. Sendo o rincão mais ‘civilizado’ do mundo, só o Ocidente foi capaz de inventar um ‘direito das gentes’ (MBEMBE, 2013, p.29)

Esse pensamento construído e instituído como senso comum, traz em sua base ideológica a ideia de civilização em oposição à selvageria. Estando os povos civilizados não só no direito, como no dever humano de civilizar os selvagens, em uma tentativa de fazê-los melhor, ou, minimamente, de oferecer a eles condições de exercerem a subserviência e a servidão, para as quais tinham nascido. Para isso, eles contavam com práticas que destituíam

os “povos selvagens” desde suas terras até de seus referenciais de origem e de suas famílias, considerando que eram menos gente que as gentes civilizadas (ou que nem eram gente e precisavam se tornar algo próximo disso). O que se daria a partir de um processo civilizatório, à força e sob o regime da escravidão. E

se, no início, essas práticas eram prosaicas, disparatadas, mais ou menos sistemáticas, foram subseqüentemente erigidas em costumes e tomaram corpo nas instituições, leis e técnicas, e seus vestígios podem ser historicamente retrçados e seus efeitos descritos. (MBEMBE, 2013, p.106)

Essa espécie de oficialização dessas práticas, assim como a sua normalização, é o que permitiu o prosseguimento da aniquilação das diferenças pelo mundo e garantiu a permanência da Europa no seu centro. O que se desdobrou em uma hegemonia europeia que define, a partir daí, o que é ou não legítimo no mundo Ocidental. O entendimento do que é conhecimento, de como se fazem os saberes e das ciências, do empirismo, da antropologia como únicas formas creditáveis de conhecer, catalogar, experimentar e mapear o mundo, parte disso. O conceito de belo universal, pautado na beleza branca e nas características físicas dos sujeitos da Europa, também é parte dessa construção, que sustenta, entre outras coisas, o conceito de moda que rege grande parte desse setor no Ocidente. Ao desconsiderar a multiplicidade de gentes e existências, essa estrutura restringe, muitas vezes, a própria ideia de humanidade.

A fala de Mbembe encontra ressonância no pensamento do artista plástico indígena Denilson Baniwa¹⁰. No Episódio 5 da Segunda Temporada do Traduções¹¹, ele nos diz da prática Ocidental de soterrar a ideia de existir outras gentes/outras humanidades, como uma forma que o Ocidente encontrou de se eximir da responsabilidade, ou mesmo de justificar o massacre e a aniquilação de povos. Mecanismo de redução das diferenças que está na base ideológica tanto dos processos de escravização quanto de colonização, alicerçando, portanto, toda a estrutura que mantém o Ocidente de pé. E assombrando, por isso mesmo, todos os processos de decolonização de corpos, de espaços, de maneiras, de políticas e de economias que são intentadas.

Para o povo ameríndio do qual Baniwa¹² faz parte e para vários outros povos indígenas, as relações são concebidas de uma forma que se difere das concepções ocidentalizadas, sobretudo por considerar justamente a existência de vários tipos de gente, como ele explica: “Tudo o que existe no cosmos é gente ou já foi gente em algum momento. Ou dentro do seu próprio mundo são gente, como a gente se acha gente no nosso próprio mundo”, em uma espécie de existência compartilhada. Isso se refere tanto aos seres que no Ocidente não são considerados humanos, como é o caso dos animais, por exemplo, quanto aos próprios humanos que pertencem a outras cosmologias de existência que escapam ao entendimento, à lógica europeia de construção de mundo.

¹⁰ Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=zhzDePKbI10>

¹¹ Traduções é uma série de lives realizada pelo Observatório jornalismo(S) - UFOP, em parceria com o Núcleo de Jornalismo Audiovisual - NJA/UFJF. Coordenação e apresentação: Lara Linhalis e Evandro Medeiros

¹² Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=zhzDePKbI10>

Essa ideia de uma humanidade compartilhada compõe o que o antropólogo brasileiro Eduardo Viveiros de Castro (2004) chama de Perspectiva Multinaturalista, e que ele nos oferece como um contraponto à ideia Multiculturalista de existência, em pleno curso no nosso modo ocidental de viver. O Multinaturalismo surge como parte das teorizações que Viveiros de Castro faz sobre o modo de vida de alguns povos ameríndios, com quem conviveu durante um trabalho de campo. Uma espécie de tradução de parte dessa cosmologia que se constrói a partir de analogias com conceitos que são conhecidos no Ocidente.

Na Perspectiva Multinaturalista, segundo o autor, alguns povos originários (com variações de entendimentos dentro de suas cosmologias) consideram que a condição de existência, ou a alma (em uma analogia a um conceito ocidental) é única para todos os seres. Ou seja, como ponto de partida, todos os entes da floresta, humanos ou não, têm um âmago em comum em torno do qual se fazem corpos diferentes.

Se na Perspectiva Multiculturalista, ou seja, no entendimento Ocidental de mundo, existe um único mundo e seres com perspectivas, formas diferentes de olharem e apropriarem-se dele, na cosmologia ameríndia, os seres diferentes não se apropriam de formas diferentes de um mesmo mundo, mas eles vivem, de fato, em mundos diferentes. Isso se explica porque se “o sítio da diferença de perspectiva para os europeus é a alma [...], para os índios, é o corpo”. (VIVEIROS DE CASTRO, 2004, p.241) Assim, corpos diferentes habitam mundos diferentes porque criam mundos diferentes a partir de suas perspectivas. Corpos parecidos criam mundos parecidos, à medida em que, convivendo socialmente entre seus iguais, os códigos, assim como a perspectiva a partir da qual existem, é compartilhada. Corpos diferentes criam mundos diferentes.

Mas existe nessa lógica uma possibilidade de convivência. Aliás, não só uma possibilidade, mas a condição básica para que todos existam é o compartilhamento da vida, a partir da convivência. Exatamente ao contrário do que acontece nas configurações ocidentais, essa convivência não se dá pela redução da diferença entre eles. Nem entre os mundos, nem entre os corpos. Isso se dá, antes, pela afirmação, pelo reconhecimento da diferença enquanto condição primária para que exista a relação entre eles. A condição básica para o relacionamento, portanto, não é a diferença em si, mas o reconhecimento de sua existência. Porque é a partir desse reconhecimento que é possível estabelecer uma comunicação que não parte de um único ponto de vista. Uma forma de se relacionar que se ergue a partir do que Viveiros de Castro chama de equívoco.

Equívoco não é aqui o contrário de entendimento, mas o contrário do unívoco. A ideia de que em qualquer relação existe como ponto de partida o entendimento, é a ideia de que nessa relação apenas uma voz aparece desde o início (unívoca), apenas um ponto de vista é considerado. Logo, não existe relação nem, sequer, comunicação, apenas sobreposição de pontos de vista, de vozes. Assim, “a equivocação não é aquilo que impede a relação, mas aquilo que a funda e a impulsiona: uma diferença de perspectiva.” (VIVEIROS DE CASTRO, 2018, pp.256).

A partir do reconhecimento da diferença, assume-se, portanto, um equívoco, assume-se que uma coisa não é a mesma em mundos diferentes. É daí que brota a possibilidade de uma negociação. E é nessa rachadura promovida na terra que soterra a diferença, que

brotam o entendimento de que existem vários mundos. Porque quando se sabe que entes diferentes não enxergam mundos diferentes, mas têm mundos diferentes, vivem em mundos diferentes, admite-se que muitos mundos são possíveis. E aparece então não só a necessidade, mas a possibilidade de atravessá-los para negociar formas de todos existirem, sem tirar ninguém da roda. E sem reduzir ninguém a um igual.

O atravessamento de mundos, para os povos indígenas acessados por Viveiros de Castro e para os Baniwa, é uma prática cujo xamã ou pajé é o especialista, porque detém conhecimento para ir, negociar e voltar para traduzir aos que ficaram no seu mundo, o que tem no outro. É assim que acontece, por exemplo, nos rituais de cura.

Se a pessoa tem uma gripe, por exemplo, o pajé analisa aquele espírito daquela doença e vai até o mundo daquela doença ou do senhor daquela doença para negociar com ele. Só que pra negociar nesses mundos a gente não pode ir com as nossas carinhas como é assim. [...] o pajé precisa conhecer o outro mundo e, de certa maneira, se vestir ou se transformar no outro para negociar. [...] o pajé se transforma no ser daquele mundo para negociar com aquele mundo. Mas também ele precisa estar com alguma coisa que o reconecte de volta ao seu próprio mundo [...] é preciso conhecer como ir, como se transformar um pouco no outro, e como retornar também. [...] É preciso ter consciência antes do que somos, para retornar ao nosso mundo original.¹³

A grosso modo, o pajé atravessa o mundo para conversar com os espíritos que trouxeram a doença e negociar uma possibilidade de cura. É por meio do seu corpo que acontece esse processo. Ele transforma-se em um ser do outro mundo para ir até lá e conversar, para entrar no mundo deles. Porém, ele volta para o seu corpo em seguida e para o seu mundo.

Aparecida Vilaça (2018), em “Paletó e eu: memórias do meu pai indígena”, nos fala do atravessamento de mundos, a partir do relato de uma mulher indígena com quem conviveu nos tempos em que viveu com os Wari¹⁴. To’o, essa mulher, conta uma história que se passou com sua mãe e, por meio da qual, descobriram que ela era uma xamã. Ela narra que em uma ocasião seu pai havia matado muitos macacos prego na floresta e sua mãe foi encontrá-lo, como se já soubesse o que havia acontecido. Chegando lá, ela

mordeu o pescoço de um macaco, cru ainda, e bebeu todo o sangue. Logo depois ela cuspiu, e To’o e outras pessoas viram que o que saiu de sua boca não foi sangue, mas restos de chicha de milho. Para os Wari’, o que nós vemos como sangue, a onça vê como chicha. A mãe de To’o, tendo se identificado com as onças, passou a ter dois corpos simultâneos, um humano e outro animal, e fazia um tipo muito particular de tradução. Em vez de substituir uma palavra por outra, como fazem os nossos tradutores, transformava, em seu corpo, uma coisa em outra. (VILAÇA, 2018, p.93)

¹³ Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=zhzDePKbIL0>

¹⁴ Os Wari’ são um povo indígena que habita o norte do estado brasileiro de Rondônia, mais precisamente as Terras Indígenas Lage Velho, Lage Novo, Igarapé Ribeirão, Tanajura, Capoeirinha, Santo André, Limoeiro, Piranha, Sotério, Rio Negro Ocaia, Sagarana, Bahia da Coca, Deolinda, e Barranquilha.

De certa forma isso não se distancia dos processos de cura de que falamos, também feitos pelos xamãs. Não raramente, nesses momentos, eles retiram do corpo do doente objetos que ninguém viu serem inseridos e que, talvez, nem tenham sido de fato colocados lá. Mas que são retirados por eles e mostrados para os que acompanham de perto, como que em uma simbologia (usando aqui um termo ocidental) de que a doença foi retirada. Ou seja, nos rituais xamânicos, o corpo é não só a fisicalidade que atravessa mundos, mas também o lugar onde coisas são transformadas, traduzidas.

Quando Baniwa¹⁵ fala do atravessamento de mundos, ele propõe uma analogia entre a figura do xamã e do artista. Mais especificamente dele próprio como artista indígena. Em seu trabalho ele diz fazer uma espécie de tradução quando cria, quando transforma a cultura de seu povo e seus elementos em imagens que o Ocidente codifica, sem descaracterizá-la enquanto ritual. Nesse percurso, segundo ele, a comunicação só é possível porque existe o reconhecimento da diferença entre os mundos: ele negocia a partir desse equívoco. Assim como um xamã, Baniwa transforma os rituais em imagens a partir do seu corpo (corpo intelectual, orgânico e físico) porque ele sabe que de uma forma diferente dessa, não conseguirá se comunicar com o outro lado. Ele bebe o sangue do macaco e cospe a chicha de milho, quando ele “engole” a cultura do seu povo e “cospe” uma simbologia ocidental. Além disso, ao acessar o outro mundo, o mundo ocidental das artes, ele se apropria dos conhecimentos processuais de produzir arte e dos meios de distribuir seu trabalho. Mas volta para o seu mundo, porque permanece com seu outro corpo que, então, coexiste com a figura de artista com que ele se veste no mundo ocidental.

Baniwa, nos inspira, com isso, a pensar situações, relações, modos ocidentais a partir dessa perspectiva ameríndia. A partir dessa experiência dos povos originários na lida com a diferença de perspectivas. A partir desse movimento de se despir de algumas características de seu mundo, se apropriar de características do outro mundo em que é preciso chegar, para fazer o atravessamento necessário de ida e volta, sem o perigo de não voltar. O perigo de não voltar seria o risco de ter as diferenças reduzidas, de ter a morte de uma perspectiva diferenciante e, logo, de um mundo.

Aqui, propomos olhar para a chegada de corpos periféricos no mundo da moda, a partir dessa perspectiva. Tendo na experiência da Jacaré Moda, um ancoradouro.

Levante

Pensar a moda por meio de um agenciamento inspirado em algumas cosmologias indígenas é o que consideramos um ponto interessante dessa construção de pensamento. Isso porque, entre outras coisas, a ideia de agenciamento é, antes de tudo, fundada no encontro e é produtora de enunciados, fazendo com que ele seja sempre coletivo e constituído por heterogeneidades, pela junção de elementos de naturezas diferentes, de campos possíveis. E seus enunciados sejam formações novas, impossíveis em combinações anteriores, possíveis a partir de tais encontros.

¹⁵ Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=zhzDePKbIL0>

Um agenciamento comporta dois segmentos, um de conteúdo, outro de expressão. De um lado ele é agenciamento maquínico de corpos, de ações e de paixões, mistura de corpos reagindo uns sobre os outros; de outro, agenciamento coletivo de enunciação, de atos e de enunciados, transformações incorpóreas atribuídas aos corpos. (DELEUZE e GUATTARI, 1996, p.29)

Em *Diferença e Repetição* (2009), Gilles Deleuze nos fala que diante de esquemas vigentes que não possuem signos para designar encontros que acontecem, a gente precisa abrir esses esquemas e experimentar, arriscar novas combinações dentro deles, para criar novos signos ou para que os existentes sejam “diferenciados”, nos termos do próprio autor. E para que, com isso, deem conta da multiplicidade que os convoca a partir dos encontros e suas infindas combinações possíveis.

Ao trazermos um fenômeno do circuito da moda (historicamente pautada em referenciais eurocentrados de beleza e estética), que se configura a partir da inserção nesse espaço de corpos periféricos de “modelos auto reconhecidos como negros e mestiços” (DOMINGOS, 2019, p. 10), para ser lido por meio de um mecanismo ameríndio de entendimento de mundo, o que estamos propondo é justamente isso. Um agenciamento que propicia um encontro de heterogeneidades em um mesmo território: um sistema que define os corpos que irão compor o circuito da moda, corpos que se desalinham dos conceitos que pautam inicialmente esse sistema, e uma abordagem que se difere da maneira de apropriação de mundo desse sistema e oferece o reconhecimento das diferenças e da multiplicidade como condição de existência. A partir do que acreditamos erguerem enunciados coletivos de outros modos, de outros signos, de outras configurações menos excludentes e em maior consonância com a diversidade de sujeitos que compõem a realidade em questão.

Assim, ao propor um olhar para o fenômeno da entrada de corpos periféricos no mundo da moda, tendo no atravessamento de mundos dos povos indígenas uma inspiração, o que temos é, senão a emergência de outros mundos possíveis (de entendimento, de produção de conhecimento e de reconhecimento de saberes, de multiplicidades), pelo menos uma possibilidade de equívoco com a heterogeneidade que se instala como forma de existir no Ocidente. Um contraponto aos discursos unívocos, empenhados no apagamento da diversidade de narrativas, abordagens e modos de existência, assim como dos corpos que as compõem.

Embora não convencional e, talvez, justamente por isso, consideramos adequada a aproximação que propomos, entre o atravessamento de mundos que acontece quando corpos periféricos se deslocam das margens para o centro de uma construção legitimada, e o atravessamento de mundos que os xamãs fazem em seus rituais de cura. Entre outras coisas, porque ambos os atravessamentos passam, literalmente, por uma tradução que acontece tendo o corpo como plataforma. Uma tradução análoga ao que acontece com o corpo da mãe de To’o ao beber o sangue e cuspir chicha de milho.

Quando os modelos deixam a favela e chegam nas agências e desfiles da zona sul (um outro mundo), eles levam o seu corpo periférico com as características que o definem assim. No entanto, eles se vestem com um outro corpo: o corpo de modelo treinado por Júlio César, com códigos do mundo da moda, para desfilarem nos moldes que são aceitos nesse

mundo. Eles não perdem o seu corpo de periferia, mas passa a coexistirem neles dois corpos simultaneamente, assim como no caso da mãe de To'ó. Pois, tão logo eles se deslocam para o mundo da moda da zona sul, já não são mais quem eram na favela. E tão logo chegam de volta na favela, já não são mais quem eram na zona sul. Mas, de fato, são as duas coisas, os dois corpos que se mostram e recolhem o tempo inteiro em negociações.

Além disso, essas negociações são o que garantem a relação, a comunicação de fato (e não o seguimento de discursos unívocos). Logo, se elas só vêm a partir do reconhecimento das diferenças, por meio do qual o equívoco se ergue em comunicação, a presença de um número cada vez maior desses corpos periféricos no mundo da moda, põe a mostra que algum reconhecimento se faz aí, na medida suficiente para que eles sigam, em número crescente, ocupando um espaço que, na divisão colonial do mundo, pelo “direito das gentes”, não era deles e nem de todo o corpo social que suas cores, cabelos e traços trazem junto. O que sugere, talvez, o início de um levante pela redistribuição de lugares simbólicos, no que esse termo tem de mais concreto.

E isso é o que interessa aqui. Um tipo de tradução muito específica e refinada é feita nesse fenômeno e possibilita esse levante. Uma tradução que passa exclusivamente pelos corpos das periferias, que só são possíveis nesses corpos e a partir deles, desfazendo a ideia colonial de que o decolonialismo parte de fora para dentro.

Talvez o equívoco esteja justamente aí. Nesses corpos. Quando vozes que não ecoavam passam a ecoar, ou melhor, quando vozes que já ecoavam, mas ainda nos seus lugares recuados - no entanto, fortes e potentes o suficiente para não sucumbirem ao massacre colonial - passam a ser ouvidas por quem parte de uma concepção de mundo eurocentrada, começam a chegar os equívocos, porque reconhecem-se as diferenças.

Assim, talvez os corpos periféricos sejam o equívoco em si, já que é neles que reside a diferença inaugural precursora da exclusão. É neles, portanto, que residem as possibilidades de negociação. E ainda que, por hora, essas vozes, esses corpos periféricos ainda cheguem no mundo da moda em um número pequeno, e que, para isso, precisem ser cancelados por essa instituição legitimada, eles estão chegando. E chegar é o suficiente para o rompimento inicial com o apagamento ao qual estão sujeitos desde a colonização. Porque quando chegam, mostram que existem.

Movimentos Vivos

Esse é um trabalho que está em curso. E o escrito é uma tentativa, assim como o agenciamento empenhado aqui é uma aposta. Uma tentativa de compilar o que já se construiu até aqui. Uma aposta em uma proposta de perspectiva alternativa às formas unívocas de entender fenômenos que têm tantas nuances quanto as multiplicidades de existências que os compõem.

Aqui voltamos o olhar para um movimento vivo em todas as suas derivações, e para as suas processualidades. A moda como movimento vivo. As margens e o centro e suas constantes reconfigurações espaciais e conceituais, como movimentos vivos. A invenção de existências e resistências nos espaços periféricos, como processos vivos e mutáveis também.

Embora não tenha sido o objetivo do artigo aprofundar uma discussão sobre os sentidos que regem a moda hegemônica, vale reiterar que ela é baseada em uma concepção eurocentrada de beleza e de estética. E que, portanto, prega e se firma em padrões distantes do mundo das periferias e mais próximos do mundo da moda da zona sul do Rio, ainda que esta apresente variações nesse sentido. Logo, quando os corpos, traços, texturas e estéticas que partem das margens desses padrões, adentram esse território historicamente reservado àqueles que se enquadram na beleza prevista por tais referenciais, eles mexem na hegemonia desse território, convocando toda uma construção que é social, política, econômica e cultural a rever os princípios que a regem. O que, a nosso ver, se configura como um rasgo, uma ruga, uma fissura nesse tecido ainda majoritariamente homogêneo.

Até o momento nos parece que esses movimentos não são isolados. Assim como são muitas as possibilidades, as perspectivas através das quais podemos voltar nossos olhares para eles. Parece-nos também que, independentemente dos nossos olhares ou do lugar que situemos cada um desses fenômenos, e a despeito do quanto de tentativas de contê-los exista, eles seguem se instaurando como potentes formas de resistência. Seguem mexendo na visualidade de um mundo colonial. Seguem obrigando, de alguma maneira, esse mesmo mundo a rever espaços, lugares de privilégios, de exclusividade e de exclusão. A rever as vozes que contam suas histórias. Seguem se erguendo das margens, em corpos periféricos que, à maneira das graminhas que, insistentemente, nascem entre os paralelepípedos das ruas, desafiando a lógica concreta de uma estrutura firmada sobre o seu soterramento, se apropriam aos poucos de espaços exclusivistas e excludentes, de lugares não previstos para eles, onde não deveriam transitar, e de sonhos que Júlio César, há poucas décadas atrás, nem podia sonhar.

Referências

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição**. Tradução de Luís Orlandi e Roberto Machado. São Paulo. Graal, 2009.

DOMINGOS, Emílio R. S. **Favela é Moda: uma etnografia de uma agência de modelos periférica**. Ana Lucia Enne, orientadora. Niterói, 2019. 116 f. Disponível em: https://www.academia.edu/45147221/FAVELA_%C3%89_MODALA_UMA_ETNOGRAFIA_DE_UMA_AGANCIA_DE_MODELOS_PERIF%C3%89RICA. Acesso em: 23/11/2021.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: história da violência nas prisões**. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

GUATTARI, Felix. **Caosmose – um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MBEMBE, Achille. **Crítica da Razão Negra**. São Paulo: n-1 edições, 2013.

PELBART, Peter Pál. **A vertigem por um fio \ políticas da subjetividade contemporânea**. São Paulo: Iluminuras, 2000.

VILAÇA, Aparecida. **Paletó e eu: memórias de meu pai indígena**. São Paulo: Todavia, 2018.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. Perspectivismo e multinaturalismo na América indígena. In: DANOWSKI, Déborah, PEREIRA, Luiz Carlos (orgs.). **Revista “O que nos faz pensar”**, n.18. Rio de Janeiro, RJ: Cadernos do Departamento de Filosofia da PUC-Rio, 2004. Disponível em: <http://www.oquenofazpensar.fil.puc-rio.br/index.php/oqfnfp/article/view/197>. Acesso em: 15/10/2021.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. Antropologia perspectivista e o método da equivocação controlada. Tradução de Marcelo Giacomazzi Camargo e Rodrigo Amaro. In: **Aceno - Revista de Antropologia do Centro-Oeste**, 5 (10): 247 - 264, agosto a dezembro de 2018. ISSN: 2358-5587. Disponível em: https://www.academia.edu/5164633/Viveiros_de_Castro_Filia%C3%A7%C3%A3o_intensiva_e_alian%C3%A7a_demon%C3%ADaca. Acesso em: 15/10/2021.

Sites

Coletivo Pretos na Moda. em: <https://www.instagram.com/pretosnamodabr/>. Acesso em: 17/04/2022

Feed Dog Brasil 2020 em: <https://br.in-edit.tv/feeddog>. Acesso em: 12/2020

SPFW em: <https://extra.globo.com/mulher/sao-paulo-fashion-week-implanta-cota-racial-de-50-em-desfiles-24721326.html> - cotas 2020 Acesso em: 17/04/2022

SPFW em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2020/10/spfw-institui-cota-racial-obrigatoria-para-50-dos-modelos-nos-desfiles.html> Acesso em: 17/04/2022

SPFW em: <https://elle.com.br/moda/natasha-soares-fala-como-o-pretos-na-moda-esta-mudando-a-spfw> Acesso em: 17/04/2022

SPFW em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-brasil/2021/06/26/em-formato-festival-sao-paulo-fashion-week-avanca-em-debates-raciais.htm> Acesso em: 17/04/2022

SPFW em: <http://jornalnacional.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,MUL1161691-5605,00-SPFW+QUER+COTA+DE+DE+MODELOS+NEGROS+EM+DESFILES.html> Acesso em: 17/04/2022

Traduções Episódio 5 em: <https://www.youtube.com/watch?v=zhzDePKbIl0> Acesso em: 21/09/2021

Agradecimentos

Revisor do texto: Evandro José Medeiros Laia, doutor em Comunicação (UFRJ), professor do curso de Jornalismo da UFOP. E-mail: evandro.medeiros@ufop.edu.br



[galeria]



Oficina “Sentidos da Pele”, por Gal Oppido e Lucilene Moreira, 2019. Performer/
Modelo: Lucilene Moreira. Fotos: Beatriz Ferreira Pires.

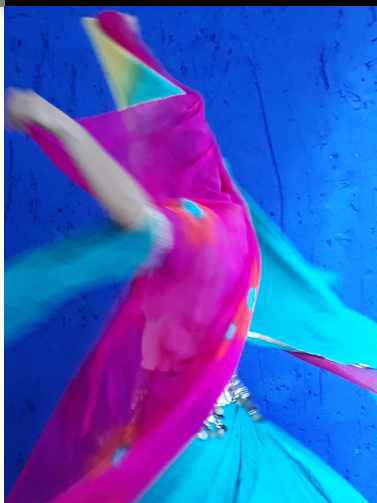


Oficina “Sentidos da Pele”, por Gal Oppido e Lucilene
Moreira, 2019. Performer/Modelo: Lucilene Moreira.
Fotos: Beatriz Ferreira Pires.





Oficina “Sentidos da Pele”, por Gal Oppido e Lucilene
Moreira, 2019. Performer/Modelo: Lucilene Moreira.
Fotos: Beatriz Ferreira Pires.



Oficina “Sentidos da Pele”,
por Gal Oppido e Lucilene
Moreira, 2019. Performer/
Modelo: Lucilene Moreira.
Fotos: Beatriz Ferreira Pires.





Oficina “Sentidos da Pele”, por Gal Oppido e Lucilene Moreira, 2019.
Performer/Modelo: Lucilene Moreira. Fotos: Beatriz Ferreira Pires.





Oficina "Sentidos da Pele", por Gal Oppido e Lucilene Moreira, 2019.
Performer/Modelo: Lucilene Moreira. Fotos: Beatriz Ferreira Pires.





Oficina “Sentidos da Pele”, por Gal Oppido e Lucilene Moreira, 2019. Performer/Modelo: Lucilene Moreira. Fotos: Beatriz Ferreira Pires.





Oficina “Sentidos da Pele”, por Gal Oppido e Lucilene Moreira, 2019. Performer/Modelo: Lucilene Moreira. Fotos: Beatriz Ferreira Pires.





Oficina "Sentidos da Pele", por Gal Oppido e Lucilene Moreira, 2019. Performer/Modelo: Lucilene Moreira. Fotos: Beatriz Ferreira Pires.



Oficina "Sentidos da Pele", por
Gal Oppido e Lucilene Moreira,
2019. Performer/Modelo:
Lucilene Moreira.
Fotos: Beatriz Ferreira Pires.



Oficina "Sentidos da Pele", por
Gal Oppido e Lucilene Moreira,
2019. Performer/Modelo:
Lucilene Moreira.
Fotos: Beatriz Ferreira Pires.



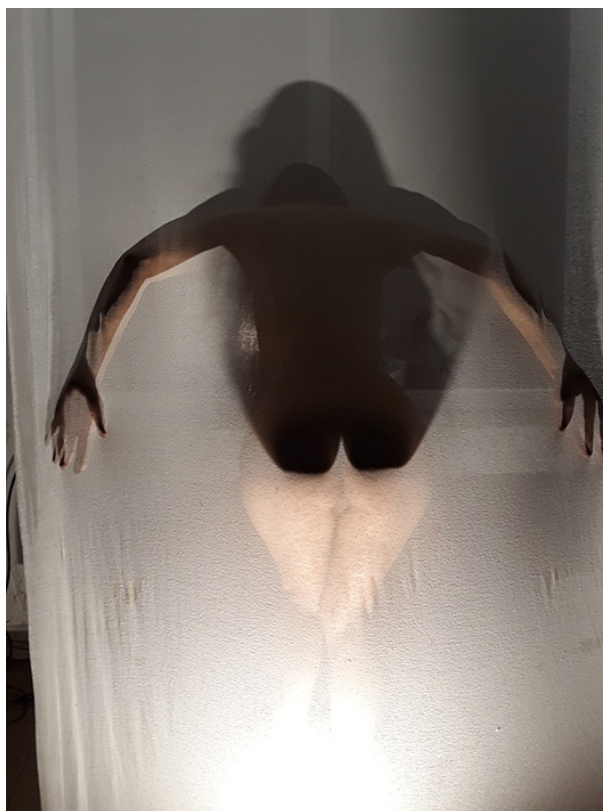


Oficina “Sentidos da Pele”, por Gal Oppido e Lucilene Moreira, 2019. Performer/Modelo: Lucilene Moreira.
Fotos: Beatriz Ferreira Pires.





Oficina “Sentidos da Pele”, por Gal Oppido e Lucilene
Moreira, 2019. Performer/Modelo: Lucilene Moreira.
Fotos: Beatriz Ferreira Pires.





ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA