

Volume 18 • número 44
maio-agosto 2025

dobras



e-ISSN 2358-0003

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

abepem
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA

COMITÊ EDITORIAL

EDITORA | EDITOR

Valéria Faria dos Santos Tessari
Felipe Goebel

EDITOR-EXECUTIVO

Henrique Grimaldi Figueredo

ASSISTENTE EDITORIAL

Leticia Calvano Teixeira

MÍDIAS SOCIAIS

Fernanda Marczak

GESTORA FINANCEIRA

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

CONSELHO CIENTÍFICO

Profa. Dra. Agnes Roccamora (London College of Fashion, Inglaterra); Prof. Dr. Aldrin Moura de Figueiredo (Universidade Federal do Pará, Brasil); 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. Camila Borges da Silva (Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil); Profa. Dra. Caroline Evans (Central Saint Martins, Inglaterra); Profa. Dra. Christine Greiner (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil); Profa. Dra. Claudia Schemes (Universidade Feevale, Brasil); Profa. Dra. Elisabeth Murilho da Silva (Universidade Federal de Juiz de Fora, 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. Kathia Castilho (pesquisadora independente); Profa. Dra. Luz Neira García (Fashion For Future, Milão, Itália); Profa. Dra. Maria Claudia Bonadio (Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil); Dra. Maria do Carmo Rainho (Arquivo Nacional, Brasil); Profa. Dra. Maria Eduarda Araujo Guimaraes (Senac São Paulo, 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 Morais 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

Marcello Max a partir de imagem de João Pedro Silva (fotografia) e Marta Nunes (ilustração)

IMAGENS

João Pedro Silva | @joaopedrosilvaimages
Marta Nunes | @martanunesilustra

DIREÇÃO DE ARTE | PROJETO GRÁFICO

Marcello 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 obra[s]/2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA (ABEPEM)

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

Nota: O conteúdo dos textos publicados é de exclusiva responsabilidade da autora/do autor, bem como a correção gramatical e adequação às normas ABNT.

EDITORIAL

5

A MODA NAS EMOÇÕES, AS EMOÇÕES NA MODA

Felipe Goebel

Valéria Faria dos Santos Tessari

APRESENTAÇÃO DOSSIÊ

8O OUTRO LADO DA MODA: EMOÇÃO,
MEMÓRIA, SENTIMENTO

Rafaela Norogrande

Ana Mónica Pereira Reis de Matos Romãozinho

14DA MEMÓRIA ENCARNADA AO SABER/FAZER: AS
TRAMAS DA RENDA DE SAUBARA (BAHIA)

Renata Pitombo Cidreira

Renata Costa Leahy

31CAMINHOS DA MEMÓRIA, QUAIS HISTÓRIAS
CONTAM AS ROUPAS? CONSTRUÇÃO DE UMA
LINHA DO TEMPO A PARTIR DE FOTOGRAFIAS
E MEMÓRIAS COMPARTILHADAS

Laiana Pereira da Silveira

Suelen Vicente Vieira

Anderson da Silva Honorato

48MARKETING DE INFLUÊNCIA E O DESIGN
DE PRODUTOS VIRAIS: EXPLORANDO O CASO
DA CLUTCH DA MARCA JW ANDERSON

Thaissa Schneider

Laura Pedri Pereira

69ROUPAS E MEMÓRIA: O SIMBOLISMO DO
VESTUÁRIO NA CONSTRUÇÃO AFETIVA

Gutianna Michelle de Oliveira Dias

Simone Grace de Barros

85BRUXAS MODERNAS E GOLAS ANTIGAS: A ALQUIMIA
HISTÓRICA NO FIGURINO DE WANDINHA ADDAMS

Stella Mendonça Caetano

107FROM TARTAN TO TURMOIL: SENSORY
ENGAGEMENT AND HISTORICAL NARRATIVES IN
ALEXANDER MCQUEEN'S "HIGHLAND RAPE"

Andjela Bisevac

122DAS CAPAS DE DISCOS PARA AS RUAS DE
TERRA VERMELHA: MODA PUNK NO INTERIOR
PAULISTA NO INÍCIO DOS ANOS 1980

Carlos Eduardo Marquioni

ARTIGOS

143FASHIONING IDENTITY: SARTORIAL SYMBOLISM
AND CULTURAL NEGOTIATION IN TANZIMAT
LITERATURE OF THE OTTOMAN EMPIRE

Şakir Özüdoğru

170A MODA FEMININA SOB A PERSPECTIVA
INTERDISCIPLINAR DA SEMIÓTICA
E DA PSICANÁLISE

Adriana Lúcia de Escobar Chaves de Barros

Ednéia Albino Nunes Cerchiarí

Vicente Sarubbi Júnior

183UM GUIA DE BOAS MANEIRAS DOS ANOS
1950: MICRO-INTERAÇÕES E PRÁTICAS
INTERPESSOAIS EM UMA LEITURA DE "BOAS
MANEIRAS", DE CARMEN D'ÁVILA

Luís Mauro Sá Martino

200MARÍA TERESA DE VEGA: DE ACTRIZ DE FELLINI
A DISEÑADORA DE MODA DE LA JET SET

José Antonio Fernández Fernández

220MULHERES ARTISTAS E A INTEGRAÇÃO DA
ARTE NA VIDA COTIDIANA: O IMPACTO
DAS ARTES DECORATIVAS TÊXTEIS NO
DESENVOLVIMENTO DAS VANGUARDAS RUSSAS

Tamires Moura Gonçalves Leite

Antonio Takao Kanamaru

ENTREVISTA

236TRAJES TÍPICOS GERMÂNICOS: DA ORIGEM À
CONCEPÇÃO, ENTREVISTA COM ROSWITHA ZIELEntrevistadoras: Cristiani Maximiliano e Tania
Maria Costa**243**

GALERIA

[editorial]



A moda nas emoções, as emoções na moda

Felipe Goebel – Editor

<https://orcid.org/0000-0002-0585-6890>

Valéria Faria dos Santos Tessari – Editora

<https://orcid.org/0000-0002-7959-909X>

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1972>

Chegamos ao meio de 2025 e, com satisfação, lançamos a edição 44 da revista dObras[s].

Em primeiro lugar, lembramos que desde a edição 43 retomamos a sequência numérica anual de “volume” nos indexadores, neste ano a revista está no volume 18. Atente-se para esse detalhe quando forem atualizar seus currículos Lattes. Outra novidade é que a partir de agora o DOI (Digital Object Identifier) de cada artigo constará no próprio corpo do texto, o que facilitará o acesso a ele. Adicionalmente, retomamos de maneira plena e bem sucedida a seção de Fluxo Contínuo.

A presente edição abre com o dossiê “O outro lado da moda: emoção, memória e sentimento”, um levantamento provocativo de artigos, organizado pelas Prof^{as}. Dr^{as}. Rafaela Norogrande e Ana Mónica Pereira Reis de Matos Romãozinho, ambas da Universidade da Beira Interior - Portugal.

A coletânea de artigos centra-se nas relações próximas e íntimas estabelecidas entre corpo e objeto, especialmente roupas e acessórios, o que gera vínculos incondicionais entre a moda e as emoções e sensações.

Dessa forma, entende-se a moda como uma poderosa ferramenta de comentário e discussão social. As discussões levantadas podem ser sintetizadas nas palavras das próprias organizadoras: “Somos progressivamente estimulados a olhar para a Moda com maior profundidade, pelo modo como desperta emoções e memórias, pelo facto de dizer sempre algo sobre nós e, sobre o modo como nos posicionamos no mundo ou como ação de empoderamento no mesmo, uma afirmação da nossa visão cultural, de ativismo e crítica a um contexto socioeconômico dominante.

Na seção Artigos, que retomamos após uma necessária e breve pausa, apresentamos cinco contribuições. O primeiro artigo, “*Fashioning identity: Sartorial symbolism and cultural negotiation in Tanzimat literature of the Ottoman Empire*”, de Şakir Özüdoğru, da Eskişehir Technical University (Turquia), explora o simbolismo da indumentária do período Tanzimat do Império Otomano em dois romances do período. No artigo é proposto uma gramática visual para a realização de um exame comparativo do caráter dos arquétipos do *alafanga* e do cavaleiro otomano, mesclando análise literária, contexto histórico, teorias pós-coloniais e estudos de moda.

O artigo “A moda feminina sob a perspectiva interdisciplinar da semiótica e da psicanálise”, de autoria conjunta de Adriana Lúcia de Escobar Chaves de Barros, Ednéia Albino Nunes Cerchiari e Vicente Sarubbi Júnior, versa e explora as relações entre moda e formação

da individualidade. Debruça-se sobre a moda feminina pela perspectiva interdisciplinar da Semiótica e da Psicanálise, realizando um levantamento bibliográfico das conexões dessas áreas com a moda. Destaca, assim, como as representações simbólicas do vestuário têm impacto na construção da subjetividade das mulheres, bem como na reprodução ou na desconstrução de estereótipos e padrões culturais em relação ao feminino.

Os três últimos artigos da seção, de certa forma, se comunicam pois versam, cada um a seu modo, sobre casos específicos de mulheres que construíram relações de proximidade (e, ousado dizer, de afeto como proposto pelo dossiê) com materiais têxteis e empregaram a moda para a construção de imagens públicas.

Luís Mauro Sá Martino, em “Um guia de boas maneiras dos anos 1950: micro-interações e práticas interpessoais em uma leitura de ‘Boas Maneiras’, de Carmen D’Ávila”, se debruça sobre um manual de etiqueta e civilidade da década de 1930 escrito por Carmen D’Ávila. O autor destaca como os cuidados com a aparência e com o vestir estavam vinculados com a emergência do conceito de polidez no ambiente urbano burguês moderno, com as dinâmicas e os limites das interações e com o objetivo das falas, gestos e expressões corporais.

O artigo de estudo de caso “*María Teresa de Vega: de atriz de Fellini a diseñadora de moda de la jet set*”, de José Antonio Fernández Fernández, da Universidade Rey Juan Carlos (Espanha), versa sobre o trabalho e a contribuição da atriz María Teresa Vega para o mercado de alta moda espanhola e o uso que fez das aparências para se consolidar como empresária do ramo.

Por fim, em “Mulheres artistas e a integração da arte na vida cotidiana: o impacto das artes decorativas têxteis no desenvolvimento das vanguardas russas”, de Tamires Moura Gonçalves Leite e Antonio Takao Kanamaru, aborda o papel das mulheres no desenvolvimento da arte russa do século XIX e do início do século XX, com foco nas artes decorativas e nas relações entre as artes aplicadas e as artes plásticas. Destacando o trabalho e capacidade técnica das artistas, os autores propõem que ao misturarem técnicas tradicionais com estilos mais modernos elas inovaram na produção de materiais têxteis. Dessa forma, as artistas vincularam-se às vanguardas russas ao abrirem caminho para o *design* e a integração da arte na vida cotidiana, sobretudo com introdução de motivos vanguardistas nos tecidos tradicionais.

Na seção de Entrevistas, temos a contribuição intitulada “Trajes típicos germânicos: da origem à concepção”, com Roswitha Ziel, realizada por Cristiani Maximiliano e Tania Maria Costa. A entrevistada é especialista e precursora na criação dos trajes típicos germânicos usados nos festivais da cidade de Blumenau-SC.

Para finalizar, as provocativas e belas imagens que compõem essa edição são do ensaio artístico híbrido feito pelo fotógrafo João Pedro Silva, com ilustrações de Marta Nunes e trabalho com corda de Ana Gonçalo (*in memoriam*). Contamos ainda com um belo ensaio de apresentação destas imagens, que reflete sobre as relações turbulentas entre moda, consumo, capitalismo e afetos.

Esperamos que essa edição de alguma forma afete leitoras, leitores e leitories, tal como proposto pelo dossiê. Boa leitura!

[dossier]



O outro lado da Moda: Emoção, Memória, Sentimento

Rafaela Norogrande¹

ORCID: 0000-0001-9813-4944

Ana Mónica Pereira Reis de Matos Romãozinho²

ORCID: 0000-0003-0616-5845

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1973>

O nome do dossiê foi pensado pela relação comparativa da moda por seu lado dileto ao sistema capitalista onde são deflagradas ações de poluição e degradação humana e um auto-ostracismo crítico. O outro lado seria pela relação mais intimista ou criativa, a ligação física e emocional com o objeto, como que buscando o avesso das dObra[s] e algo que no início não se projetava de maneira tão volátil. Ainda assim, um dossiê traz a vantagem de contributos diversos que dialogam por entre estas duas faces e toda a abrangência estimulada em nossa proposta — própria da dimensão da conexão de temas. Desta maneira, o leitor recebe neste dossiê alguns dos “outros lados da Moda” evidenciando a complexidade desta área que estimula e necessita de olhares multifacetados como um espectro tridimensional, tal como é a roupa sobre o corpo. Na chamada de artigos para o presente dossiê apelava-se a uma reflexão sobre a Moda enquanto fonte de emoções e memórias, como comunicação do eu, de um posicionamento e empoderamento no mundo, afirmação de uma visão cultural, de ativismo e crítica a um contexto socioeconômico dominante.

Ao contrário de outras áreas do Design, a Moda desprende-se definitivamente do rótulo tantas vezes impositivo da funcionalidade e do mero utilitarismo, herança da modernidade. Por outro lado, o Design de Moda sempre se beneficiou das rupturas e experimentações operadas no campo das Artes, enquanto possível veículo de linguagens inovadoras e denunciadoras de uma atitude inconformista que se pode traduzir em produtos portadores de significados e emoções, logo possivelmente menos voláteis e descartáveis (Romãozinho, 2024). Talvez pela relação mais próxima e íntima que se estabelece entre corpo e objeto, aceitamos de modo mais incondicional as emoções e sensações que a moda nos proporciona. É o que De Carli (2002) reforçou sobre a dinâmica da experiência da vivência do aqui e agora e o jogo dos sentidos nesse “sensacional da moda”. Ou como coletado por Merlo (2015), os discursos que são construídos e perpetuados dessa memória. Por outro lado, a Moda enfrenta grandes desafios em função do estado do mundo, das alterações climáticas, do individualismo e liberdade paradoxais que caracterizam a chamada “hipermodernidade” analisada por Lipovetsky (2020). Como constata Silvano (2021) a volatilidade das imagens que caracterizou as últimas décadas trouxe consigo uma distanciação face aos objetos que

¹ CIAUD, Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design; ID+ | Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura; LabCom | Unidade de Investigação em Comunicação e Artes; Universidade da Beira Interior – Portugal. E-mail: rafaela.norogrande@ubi.pt

² iA* Unidade de Investigação em Artes; Universidade da Beira Interior – Portugal.

explica, em parte, a pobreza da relação que estabelecemos com eles e a consequente facilidade do seu descarte. A procura de resposta a este estado das coisas refletiu-se em fenômenos como o *slow fashion* pela revisão do consumo e a consciência sobre a cadeia produtiva. Segue-se uma valorização da aquisição de roupa de segunda mão, aplicativos de serviços de *personal styling* ou da revalorização da manutenção das peças, muitas vezes herdadas da mãe ou da avó – e por aqui novas histórias, individualidades, estetizações de uma construção narrativa.

O dossiê contempla variadas reflexões que se cruzam com o desafio lançado, com incidência mais focada na indumentária enquanto herança cultural e evocação de memórias coletivas, na análise de técnicas associadas ao artesanato que foram apagadas pelas marcas da colonização e influência do Ocidente, desenhando-se agora um futuro através da moda que nasce de uma escavação mais profunda de uma cultura vernácula e autêntica, na imagética poderosa da moda enquanto exercício de memória no cinema, na televisão ou por outra reprodução narrativa. A memória, assim como o corpo e nossas relações com os objetos são trazidos por nossos autores por diferentes aportes teóricos — tais como: Bauman (2013), Le Breton (2007), Miller (1987, 2010), Mauss (2003), MacLuhan (2006), Merleau-Ponty (1994), Pollak (1989), Stallybrass (2012), Dohmann (2010) entre outros. Assim como para Appadurai (1986), para quem os objetos, ao circularem socialmente, constroem “biografias” que os tornam agentes culturais, refletindo práticas simbólicas e valores atribuídos pelas pessoas, os estudos aqui trazidos auxiliam a compreensão da relação subliminar e complexa da roupa como segunda pele e objeto de conexão social. No contexto da primeira vertente, assinalamos “Da memória encarnada ao saber/fazer”, onde Renata Pitombo Cidreira e Renata Costa Leahy reforçam a importância da arte de um conhecimento aplicado à manualidade e a sua partilha oral como elemento de identidade, memória e conexão de grupo — a transmissão de legado só existe pela relação interpessoal e coletiva. Com foco nas rendas, em particular a tradição de bilros de Saubara, as autoras tecem reflexão sobre o fenômeno da ativação da memória através do corpo e o modo como este patrimônio de manualidades perpetua uma memória coletiva, não silenciada, contribuindo para a identidade cultural de comunidades. No artigo “Caminhos da memória, quais histórias contam as roupas?”, Laiana Pereira da Silveira, Suelen Vicente Vieira e Anderson da Silva Honorato abordam, num primeiro momento, autores e teorias com enfoque no vínculo entre memória, cultura material e vestuário. Em seguida, apresentam o projeto IFSC Gaspar 60+, assente num estudo piloto com um público sênior, que consistiu no desenvolvimento de uma oficina em que os participantes foram incentivados a sentirem-se integrados a um grupo e refletir sobre o papel do vestuário nas suas vidas, tendo como objetivo demonstrar a importante função da moda na evocação das memórias do grupo. Na chamada do dossiê, abria-se ainda portas às emoções e sentimentos vinculados à vertente performática da Moda e sua interligação com outras áreas da criação, nomeadamente o cinema, plataformas digitais entre outras mídias. Como Benetti e Norogrande (2016) apontam, as emoções e sentimentos vinculados às áreas performáticas da Moda e da Música estariam relacionados a um sonho ou delírio em uma busca pelo intangível em uma fantasia aos desejos pessoais. Que, segundo Anjos (2020), se não criamos estas imagens acabamos por consumi-las, pois, esta ação está ligada à relação pessoal daquilo que emociona e uma marca é como uma pessoa (Carvalho, 2020). No artigo

“Marketing de influência e o design de produtos virais”, Thaissa Schneider e Laura Pedri Pereira abordam as estratégias de alinhamento de marcas de moda ao nível do Design com o TikTok, em uma busca de interações e propagações de imagens em uma consagração da crença de partilha de emoções positivas, o que desencadeia um fluxo viral que se reflete em vendas. Assim, a emoção e a narrativa são ingredientes fundamentais para o envolvimento do público enquanto consumidor ativo no contexto de infobesidade e imediatismo, próprios de nossa “virtuência” (virtual + vivência). Em “Roupas e memória: o simbolismo do vestuário na construção afetiva”, Gutiana Michelle de Oliveira Dias e Simone Grace de Barros analisam o papel da Moda enquanto veículo de memórias e lembranças, em particular em situações de perda. Recorre-se à análise de *studycases* representativos do mundo do cinema e da televisão pelo modo como os figurinos/as roupas espelham a função de evocar memórias em conexão física às experiências vividas, aos sentimentos e às pessoas. O artigo “Bruxas modernas e golas antigas” de Stella Mendonça Caetano, constitui, do mesmo modo, uma reflexão crítica sobre a construção de um imaginário ancorado numa história de opressão e perseguição encenada pelo poder religioso e no modo como esta narrativa seria reinventada pelas mídias, contribuindo para a construção de um discurso de empoderamento no feminino através de um figurino composto de dualidades. Ainda pelo espetáculo, em “Do tartan ao tumulto” Andjela Bisevac faz uma desconstrução do *storytelling* que serviu de suporte para a criação de uma coleção de moda de McQueen que explora a dimensão dramática da histórica e resiliência do ser humano. Por fim, a moda, impulsionada pela música, pode funcionar como afirmação, como ativismo e instrumento de ruptura e construção de identidade(s) no contexto socioeconômico dominante. No artigo “Das capas de discos para as ruas de terra vermelha” Carlos Eduardo Marquioni perpassa a relação do sentimento vivido e consequentemente partilhado entre a uniformidade e a singularidade do vestir. Exemplifica as teorias através da influência exercida pelo punk rock no processo de construção de identidade no início dos anos 1980, partilhando declarações de músicos e análises de imagens, demonstrando a força simbólica e emocional que as roupas exercem.

A moda tem o poder de perpetuar memórias e emoções, seja pela transmissão de tradições e técnicas que marcam a história do traje, como de reinventar estas memórias e emoções reconstruindo discursos e narrativas que possam contribuir para uma visão crítica do mundo e novos modos de “vestir”, logo, novas formas de “comunicar”. Novamente, demonstrou-se “a necessidade de conexões, por meio do design, com elementos da nossa humanidade, em contextos que tragam sensibilidade, emoção e empatia na configuração, narrativa e apropriação dos objetos a um estilo de vida, uma identidade e uma nova memória de nossas construções materiais e sociais” (NoroGrando, 2022, p. 26). É construção sensível para uma reconciliação com partes do passado esquecidas ou propositadamente apagadas e com a natureza, para a construção de um futuro mais resiliente que considera a realidade, mas também o sonho e a ficção.

Referências

ANJOS, Nathalia. **O Cérebro e a Moda**. São Paulo: SENAC, 2020.

APPADURAI, Arjun (Ed.). **The social life of things: commodities in cultural perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BENETTI, Alfonso; NOROGRANDO, Rafaela. Linguagens, emoções e memórias: relações entre música e moda. In: NOROGRANDO, Rafaela; BENETTI, Alfonso. **Moda, Música e Sentimento**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

CARVALHAL, André. **A moda imita a vida: Como construir uma marca de moda**. Paralela, 2020.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe. **O sensacional da moda**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

DOHMANN, M. O objeto e a experiência material. **Revista Arte & Ensaio**. Rio de Janeiro: n.20, jul. 2010. p.70-77.

IZQUIERDO, I. **Memória**. Porto Alegre: Artmed, 2018.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Trad. Sonia M. S. Fuhrmann. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade da sedução: democracia e narcisismo na hipermodernidade liberal**. São Paulo: Editora Manole, 2020.

MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 399-422.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 2006.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. Trad. C. A. de Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption**. Oxford and New York: Basil Blackwell, 1987.

MILLER, Daniel. **Stuff**. Cambridge: Polity Press, 2010.

NOROGRANDO, Rafaela. Second Skin's Sensitivity: Memories and Consciousness. In: RAPOSO, Daniel, MARTINS, Nuno; BRANDÃO eds) Human Dynamics and Design for the Development of Contemporary Societies. **AHFE (2022) International Conference**. AHFE Open Access, vol 25. AHFE International, USA, 2022. <http://doi.org/10.54941/ahfe1001367>

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989, p. 3-15.

ROMÃOZINHO, Mónica. Assemblage+ Waste+ Memory = Jewel. In: CUNHA, J., BROEGA, A., CARVALHO, H., PROVIDÊNCIA, B. (eds). **Advances in Fashion and Design Research II**. 6th International Fashion and Design Congress, CIMODE 2023, 497-506. Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2024

SILVANO, Filomena. **Antropologia da moda**. Lisboa: Documenta, 2021.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**. 4a. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

O trabalho das autoras deste texto é financiado por fundos nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do Projeto Estratégico com a referência UID/04008: Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design.

Apresentação das imagens

A moda veste-nos o corpo, o consumismo despe-nos a alma

Os corpos aprisionados libertam-se em cordas de emoções, devolvendo às formas naturais as memórias desassombradas de um tempo em que o vestuário era apenas uma segunda pele.

As identidades formadas na voracidade do capitalismo do “ter” distinguem-se das simplicidades existenciais de outras formas de “ser”. Encostados às cordas, acordamos, concordamos, e seguimos cordialmente as linhas com que a moda nos cose.

Somos Maria Antonieta em Versailles, somos Fred Flintstone em Bedrock. A moda é um espartilho social, com muitos nós e poucos elos. Diferencia, anula, exige e obriga. A natureza veste-se de acordo com as estações, o sistema da moda veste-nos com o acordo das marcas para cada estação.

A relação do corpo com materiais fabricados é um contraponto à fusão da fotografia com a ilustração, tal como é sugerido no ensaio. Por tempos mais lentos, por corpos mais livres, por uma moda que sirva à natureza humana.

A relação primeva do ser humano com a natureza vê-se representada nas cordas que realmente amarram o corpo despido e nas flores que figurativamente ornamentam as imagens.

Fotografia: João Pedro Silva

Ilustração: Marta Nunes

Trabalho c/ corda: Ana Gonçalo (*in memoriam*)

Da memória encarnada ao saber/fazer: as tramas da renda de Saubara (Bahia)

*From embodied memory to know-how/making
of: the lace weaves of Saubara (Bahia)*

Renata Pitombo Cidreira¹

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

Renata Costa Leahy²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4940-1617>

[resumo] Este artigo tem como objetivo refletir como corpo e memória se engajam e culminam no saber/fazer artesanal, especialmente a renda de bilros em Saubara, na Bahia. Trata-se de uma discussão teórica, ancorada em uma realidade como exemplo de reflexão, que enfatiza a destreza manual do processo de criação e foca na dimensão sensível da atividade. Reconhecemos que as práticas culturais, moldadas e mantidas pela memória coletiva, desempenham um papel crucial na construção da identidade da comunidade, servindo como âncora que preserva o conhecimento e a memória sobre o saber/fazer da renda de bilros, ao tempo em que serve de base para o desenvolvimento do saber/fazer de cada rendeira. As mãos, dotadas de uma destreza singular, despontam como a própria essência desse corpo, manifestando-se plenamente no ato de rendar por meio de sua experiência encarnada e da interação com o mundo ao seu redor. Para a reflexão, utilizamos um arcabouço conceitual que abrange desde a fenomenologia do corpo de Merleau-Ponty (1994) e da sociologia de Mauss (2003) e Le Breton (2007), aos estudos sobre memória, cultura e renda, com Pollak (1989) e Fachine (2013), e às investigações e levantamentos sócio-históricos sobre as rendas, como em Ramos e Ramos (1948), Girão (1984) e Felippi (2021). A investigação contribui para as reflexões acadêmicas sobre práticas artesanais ao apresentar uma abordagem fenomenológica, promovendo uma articulação entre os estudos do corpo e da memória.

[palavras-chave] **Renda de bilros. Corpo. Memória. Saber/fazer. Saubara (Bahia).**

¹ Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), com estágios de pós-doutorados em Sociologia (Paris V – Sorbonne, França) e em Comunicação e Artes (UBI – Covilhã, Portugal). Professora dos cursos de Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Líder do Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura (CNPq-UFRB/UFBA). E-mail: pitomboc@yahoo.com.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2005557247744604>

² Doutora em Cultura e Sociedade pelo Pós-Cultura (UFBA), e em Civilisations Romanes pela École Doctorale Lettres, Langues, Spectacles (Université Paris X - França). Membro do Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura (CNPq-UFRB/UFBA). E-mail: renatagr@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8670255964132550>

[abstract] This article aims to reflect how body and memory engage and culminate in artisanal know-how/making of, especially on the issue of bobbin lace in Saubara, Bahia. This is a theoretical discussion, anchored in a reality as an example of reflection, which emphasizes the manual dexterity of the creation process and focuses on the sensibility dimension of the activity, based on the activation of memory through the body. We recognize that cultural practices, shaped and maintained by collective memory, play a crucial role in the construction of the community's identity, serving as an anchor that preserves knowledge and memory about the know-how/making of bobbin lace, while also serving as a basis for the development of each lacemaker's know-how/making of. The hands, endowed with a singular dexterity, emerge as the very essence of this body, fully manifesting themselves in the act of lace-making through their embodied experience and interaction with the world around them. For reflection, we use a conceptual framework that ranges from the phenomenology of the body by Merleau-Ponty (1994) and the sociology of Mauss (2003) and Le Breton (2007), to studies on memory, culture and lace-making, with Pollak (1989) and Fachine (2013), and socio-historical investigations and surveys on lace, as in Ramos and Ramos (1948), Girão (1984) and Felippi (2021). The research contributes to academic reflections on artisanal practices by presenting a phenomenological approach, promoting an articulation between studies of the body and memory.

[keywords] **Bobbin lace. Body. Memory. Know-how/making of. Saubara (Bahia).**

Recebido em: 16-02-2025

Aprovado em: 07-05-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1905>

Introdução

Atividades de trançamentos de materiais remontam as épocas mais antigas, como as cestarias, redes e trançamentos de fios em tecidos, realizados sobretudo por mulheres (Ramos e Ramos, 1948). As rendas como as conhecemos hoje, sem data e local precisos de surgimento, começaram a se destacar por volta do século XV, principalmente na moda e decoração europeias, partindo das regiões que compreendem Itália e Bélgica e se espalhado, em prática e tipos, por outros países da Europa. Se consideradas as técnicas de execução, a renda é apresentada em duas principais modalidades: a de agulha, que evoluiu a partir do bordado (Felippi, 2021), e a de bilros, como provável derivação dos entrançados e nós do macramê³ e do *filet*⁴ (Wolf, 1962, [s.p.]).

Diferente da renda de agulhas, que conduz um único fio a partir dela em pontos de laçada ou de casear, a renda de bilros conduz numerosos fios por igualmente variável quantidade de bilros – objetos em formato de hastes ou bobinas, que cabem nas mãos e por elas são hábil e agilmente manuseados. Os fios vão sendo conduzidos e trocados de lugar sobre desenhos-guia traçados em papelão (o pique), pousados em grandes almofadas – ou “descansando” em longos alfinetes pregados dos seus lados –, onde são torcidos para compor uma diversidade de modelos.

No Brasil, a prática da renda de bilros teria sido trazida por mulheres de famílias portuguesas (Girão, 2006; Ramos e Ramos, 1948). Especialmente nas localidades de Vila-do-Conde e Peniche, e outras como Setubal, Viana-do-Castelo e Ilha da Madeira (Ramos e Ramos, 1948), a renda de bilros se desenvolveu e foi transmitida de geração em geração, em famílias que geralmente viviam da pesca, contexto de onde se empregava o ditado “onde há redes, há rendas”.

Rendas de agulha e de bilros viriam a originar tipos como renascença, irlandesa, tricô, crochê, filé, crivo e nhanduti pelo Brasil (Felippi, 2021). Ao chegarem ao país, a partir do século XVII, assumiram características locais, em materiais e modos de fazer. Assim como em Portugal, os locais de produção de rendas no Brasil foram fortemente fixados próximos ao mar ou rios. Propagada principalmente pela costa brasileira⁵, hoje a renda faz parte da cultura do país, agenciando modos de vida e modos de fazer, se configurando, ainda, como patrimônio – Ceará e Florianópolis, por exemplo, são polos

³ O macramê, amarrações de fios em nós, é uma das técnicas mais antigas de trançamentos. Ainda que em muitos contextos não seja comum considerar o macramê como renda, Felippi (2021) observa que é assim classificado pela bibliografia estrangeira. Em um primeiro momento, Felippi considera a classificação por instrumentos (agulhas ou bilros), para, após, agrupar o macramê dentre “[...] três grandes grupos: as rendas produzidas com bilros, com agulhas e com nós.” (p. 64). Compreendendo que o macramê estaria nas origens da própria renda de bilros, para este trabalho consideramos a classificação das rendas em dois tipos (agulha e bilros), sem, no entanto, deixar de reconhecer a importância histórica e a beleza da técnica e do material: franjas ornamentais, formando os mais variados desenhos geométricos nas barras de tecidos.

⁴ A renda *filet*, que remete a “rede” em francês, ou filé no Brasil, é uma técnica de trançamento de fios que existe desde o século XVI e consiste em tecer uma espécie de rede e preenchê-la com pontos bordados, formando desenhos (Felippi, 2021).

⁵ Conforme mapa elaborado por Felippi (2021, p. 54).

importantes; a atividade também é realizada na cidade de Saubara, no recôncavo da Bahia, foco da nossa reflexão.

A renda de bilros está no rol das atividades entendidas como manuais e artesanais, como na definição abrangente da Unesco (1997, p. 7, tradução nossa), que entende que:

produtos artesanais são os produzidos por artesãos, totalmente à mão ou com ajuda de ferramentas manuais, ou, ainda, com a utilização de meios mecânicos, desde que a contribuição manual direta do artesão seja o componente mais importante do produto acabado.

Também há definições mais detalhadas, como a apresentada por Barroso (2002), que considera tanto a destreza quanto a capacidade de a atividade fomentar cidadania, e parte de uma definição por “formas de olhar”, para classificações que vão desde arte popular e artesanato indígena, a artesanato conceitual e artesanato doméstico, dentre outras. Temos, ainda, a abordagem apresentada pelo Sebrae (2004), que compreende o valor cultural do artefato e da própria prática, bem como a importância de ambas em tradição:

Sua importância e seu valor cultural ocorrem do fato de ser depositária de um passado, de acompanhar histórias transmitidas de geração em geração, de fazer parte integrante e indissociável dos usos e costumes de um determinado grupo (Sebrae, 2004, p. 22).

Destacam-se, assim, ao menos dois aspectos da produção da renda de bilros, tanto das rendas acabadas, que instigam por sua beleza e apuro visuais, quanto pela complexidade e certa raridade do saber/fazer.

Em primeiro lugar, a importância do fazer renda enquanto atividade e objeto memorial, por sua capacidade de agenciar as relações sociais e valorizar o modo de vida local a partir da memória coletiva como ancoragem identitária. Vale pontuar, no entanto, que com a crescente industrialização a partir do início do século XX no Brasil, já se percebia a ação do mercado na produção de rendas, prezando mais pela quantidade que pela qualidade (Oiticica, 1967). Além disso, houve gradativo aumento da falta de interesse no aprendizado da técnica pelas pessoas mais jovens (Ramos e Ramos, 1948). Felippi (2021) observa, a partir de dados mais recentes de estudos feitos pelo Ministério da Cultura, em 2006, e pelo IBGE, em 2014, uma desaceleração da produção de rendas artesanais no Brasil.

Em segundo lugar, destaca-se desse processo a manualidade, capaz de produzir dos mais simples aos mais complexos trançamentos de fios, que não só atraem o toque e o olhar ao material acabado, mas, especialmente, à hábil atividade do saber/fazer. Esse apreço que emerge das tramas indecifráveis da renda de bilros se vincula também às artes das mãos, à sua capacidade de materializar história e memória em tramas. O rendar das localidades e comunidades que possuem essa atividade como tradição são um contraponto às práticas industriais, que já apresentam uma variedade de rendas, mas desprovidas da vida humana impressa pela manualidade. Isso porque devemos considerar que nos processos manuais há o corpo vivo: carregado de história, experiências e memórias pessoais e coletivas, daquelas que operam os vínculos sociais e identitários locais.

Deste modo, estamos diante de um processo complexo das mãos: sensível, pois corporal, em que o saber/fazer ultrapassa a objetividade da materialização da renda ao vincular a cultura e as subjetividades das rendeiras em intersubjetividade no empenho manual. Cada rendeira, como um ser no mundo, tem seu corpo como mediador das experiências, da cultura, do ambiente e das relações. É esse arcabouço corporal que realiza, pelas mãos com bilros, a atividade do rendar, enquanto uma operação sensível de materialização da cultura e da memória.

Estudos recentes sobre práticas artesanais, principalmente atividades de trançamentos de materiais, como as rendas, têm dado conta de catalogar os tipos feitos em todo o Brasil. O já citado trabalho da pesquisadora Vera Felippi (2021) é exemplar nesse sentido, “[...] contemplando desde os processos manuais e os industriais de produção até as diferentes técnicas empregadas para tecê-las” (2021, p. 16). Outros trabalhos se voltam a investigar os aspectos identitários e educacionais provenientes da dimensão comunitária das práticas artesanais, como os artigos presentes no livro organizado por Fachine, Nascimento e Assis (2013). Há, ainda, os olhares às rendas sob a perspectiva da moda, tanto em sua relação com o desenvolvimento regional (Silva; Sobrinho, 2021) quanto ao design e à sustentabilidade (Alencar et al., 2022). Encontramos uma lacuna nos estudos das práticas artesanais, especialmente das rendas, no que diz respeito à reflexão sobre os aspectos sensíveis, como o empenho do corpo, dos gestos, da percepção e da memória – reflexão que podemos encontrar, por exemplo, no trabalho de Cruz (2020) sobre a dimensão sensível da gestualidade criadora de Arthur Bispo do Rosário. Assim, trazemos como contributo a fenomenologia do corpo com os estudos da memória à temática do fazer artesanal e da renda.

Vamos observar, portanto, essa dimensão sensível da atividade do rendar no agenciamento das memórias a partir do corpo para a prática das rendas de bilros. Nossa questão de pesquisa é avaliar de que maneira corpo e memória operam e contribuem para o desenvolvimento do saber/fazer artesanal, como a renda de bilros, em uma perspectiva sensível. A metodologia se debruça sobre as rendeiras de bilros de Saubara (Bahia) como estudo de caso, através de uma abordagem reflexiva conceitual fenomenológica, que aciona os estudos do corpo e da memória. O aporte conceitual será acionado a partir da fenomenologia do corpo de Merleau-Ponty (1994) e da sociologia de Mauss (2003) e Le Breton (2007); dos estudos sobre a memória, a cultura e as rendas com Pollak (1989) e Fachine (2013); e das investigações e levantamentos sobre as rendas, a partir de Ramos e Ramos (1948), Girão (1984) e Felippi (2021). Partimos, ainda, do trabalho realizado pelas rendeiras de bilros de Saubara como objeto das observações e reflexões, tendo como suporte a pesquisa de Leahy (2012).

A cultura no rendar memorial

Saubara, município localizado a 110km de Salvador, é um dos locais onde a prática da renda de bilros se instalou em algum momento da colonização portuguesa, e lá prosperou. Geralmente senhoras realizam a atividade, no interior ou nas portas de suas casas, no convívio com a vizinhança, um vínculo de relacionamento e trocas habituais no local. Desde 1992, foi fundada a Associação de Artesãos de Saubara, que atualmente é composta por “[...] 110 associadas, das quais 25 são ativas na renda de bilros e 12 ativas no trançado de palha.” (Casa..., c2025, [s.p.]). A Associação possui a Casa das Rendeiras de Saubara, onde as rendeiras comercializam o artesanato e também muitas vezes se juntam na atividade do rendar, produzindo renda de bilros aos metros e peças de jogos de cama, toalhas de mesa e banho, acessórios em renda, entre outros (Leahy, 2012).

Em Saubara, os modos de fazer da renda de bilros foram adaptados às características socioculturais e ambientais do local. O município, praieiro como as localidades da renda de bilros em Portugal, também atrelou atividades pesqueiras ao rendar, pois também em Saubara “onde há redes, há rendas”: é típico da região a pesca e a mariscagem, esta realizada principalmente pelas mulheres, muitas delas também rendeiras, que têm o artesanato como complemento financeiro (Leahy, 2012). Desse modo, é a maré quem estabelece o tempo, do mariscar e do rendar.

Os bilros, “hastes de madeira, cilíndricas e terminadas, numa das extremidades por uma esfera” (Girão, 1984, p. 10), medindo de 12cm a 17cm, já foram simples pedaços de chumbo na Itália e passaram ao formato mais parecido ao atual de bobina, com materiais como osso, marfim e madeira. As adaptações correram o tempo e os espaços; em locais na França, por exemplo, há bilros com cabos mais finos e formato piriforme, enquanto em Saubara o bilro é mais grosso, com delimitação clara da canela (a haste de madeira) – formada com madeiras disponíveis na região, como a paparaíba – e cabeça – a partir do aproveitamento da semente de buri. No contato com as mãos das rendeiras, os bilros vão escurecendo e naturalmente se tornando lustrosos, como se envernizados, resistindo por gerações.

Também as almofadas, suporte para as rendas, passaram por adaptações curiosas à realidade de Saubara. O tipo mais comum no Brasil é o modelo francês que, segundo Ramos e Ramos (1948), se parece com os modelos de Espanha e Portugal: formato cilíndrico ou arredondado (Girão, 1984).⁶ Em Saubara, as almofadas cilíndricas variam entre 40cm e 70cm de comprimento – já tendo chegado a 1 metro de comprimento, segundo relato das rendeiras da região (Leahy, 2012) – e são feitas a partir de grandes sacos de cebola, preenchidos principalmente com folhas de bananeira da vegetação local e recobertas com chita, tecido muito usado no nordeste em diversas finalidades.

FIGURA 1 – IMAGENS DE MODELOS DE ALMOFADA E BILROS, EM SAUBARA (ESQ.) E EM LIGNIÈRES-SONNEVILLE, FRANÇA (DIR.)



FONTE: Leahy, 2012 e site da Association La Petite Maison du Lin⁷.

⁶ Existem tantos outros modelos, principalmente espalhados na Europa e mesmo no Brasil: “[...] redondo, quadrado, achatado ou alongado, conforme os países e as regiões. Na Bélgica, são chatos e pequenínissimos” (Ramos e Ramos, 1948, p. 44).

⁷ Disponível em: <https://www.petitemaisondulin.fr/-/dentelles-aux-fuseaux/>. Acesso em: 24 fev. 2023.

A prática da renda de bilros em Saubara possui suas características próprias, conferindo ao local e às rendeiras laços identitários através das gerações. Ainda que atualmente possua sua Associação, ao longo dos anos enfrentou dificuldades na manutenção da prática e comercialização da renda, como relata dona Maria do Carmo, presidente da Associação e sua porta-voz por anos (Leahy, 2012). Por isso, procuram estabelecer parcerias, como com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), Instituto Mauá, Centro de Cooperativas e Empreendimentos Solidário (UNISOL), dentre outras (Casa..., c2025, [s.p.]). Uma importante parceria foi realizada com a estilista Márcia Ganem, que levou fibra de poliamida para ser utilizada no lugar do fio de algodão, resultando na nova forma em renda e na coleção de moda *Flor da Maré*.

FIGURA 2 – DETALHE DAS PÉTALAS DA RENDA FLOR DA MARÉ.



FONTE: Ricardo Fernandes.

A renda de bilros faz parte das práticas artesanais que vivem na berlinda do esquecimento na contemporaneidade, ora pelo avanço do sistema produtivo capitalista e industrial, que relega práticas então cotidianas ao esquecimento de uma antiguidade considerada incompatível com a novíssima atualidade em moda; ora por processos sócio-históricos de opressão que, no Brasil, muito se ancoram na persistência da estrutura colonial, racista e patriarcal. Temos o exemplo da tradição da renda de bilros em Saubara, localidade interiorana e de população negra, cuja transmissão se dá pela tradição manual e oral.

Ao refletir sobre as dinâmicas que provocam esquecimento e silenciamento da memória, Pollak (1989) mostra que a memória coletiva é fruto de um processo, elaborado a partir de interpretações do passado que se queira salvaguardar, e que é capaz tanto de reforçar sentimentos de pertencimento quanto fronteiras entre grupos. Quando essa memória é organizada por instâncias dominadoras, “[...] resume a imagem que uma sociedade majoritária ou o Estado desejam passar e impor” (Pollak, 1989, p. 8) e que relegam outras narrativas e práticas não hegemônicas a terem suas memórias silenciadas.

Ao mesmo tempo que esse “enquadramento da memória”, como nomeia o autor, tem nos objetos e materialidades poderosos pontos de ancoragem rememorativa, que são muitas vezes instrumentos hegemônicos, podem ser articulados oportunamente como ícones de reabilitação do que chama de “memórias subterrâneas” de uma coletividade. Acrescentamos que as práticas culturais que são forjadas na e pela memória coletiva também possuem, por sua vez, o relevante papel de ancoragem identitária, capaz de mediar as práticas socioculturais, de modo a evitar o esquecimento – do saber/fazer e da memória da renda de bilros.

É a partir da coletividade que a atividade da renda acontece, tanto no ensino do saber/fazer quanto em momentos do rendar em grupo, de trocas orais e mesmo mudas, somente pela presença. Grupos de rendeiras em Saubara costumavam sentar-se nas portas das casas ou em esteiras no chão, debaixo de árvores, de acordo com relato de rendeiras do local (Leahy, 2012). Segundo contam, as crianças eram ensinadas nesse contexto, nas esteiras ao pé de árvores, observando as mais velhas “trocarem” os bilros. Uma das rendeiras lembra que, dessa observação, surgiam as brincadeiras, em que imitavam o rendar a partir de bilros que as próprias crianças confeccionavam com pequenos pedaços de graveto enfiados em limões, que prendiam com linhas aos dedos dos pés.

Ao pesquisar sobre a renda Renascença na Paraíba, Fachine (2013) reflete sobre a importância da troca de saberes que forjam a memória coletiva.

Enfatiza-se a valorização dos conhecimentos, da memória e da compreensão de que a renda contribui para a formação da identidade das rendeiras em um espaço ilimitado e indeterminado onde os saberes circulam e se arquetam com fins socializáveis de informações e compartilháveis cooperativamente. Identifica-se a renda como elo entre cultura, identidade, saber e memória das artesãs (Fachine, 2013, p. 107).

No ensinar, aprendem, e alimentam identidade em diversos âmbitos desse processo, que vai do produto acabado da renda à construção e alicerçamento do saber/fazer. Este é colocado em prática constante, mas também em questão, a cada momento de sua feita. Estamos diante da dinâmica própria da cultura, de transmissão de práticas tradicionais e sua perene reelaboração: o rendar com bilros se adapta e se reinventa no tempo e no espaço. Segundo Fachine (2013, p. 109-110), uma “arte nômade”, que se desterritorializa e se reterritorializa em transmissão, promovendo “[...] uma comunicação entre culturas e memórias, por intermédio das migrações, trânsitos de pessoas e saberes [...]”.

Pelo dizer pode-se informar sobre pontos e trançados, mas que serão aprendidos na prática manual: só assim podem ser incorporados enquanto técnicas do rendar, emaranhamento

de mãos e bilros de tilintar eloquente. De outro lado, podemos considerar também as estórias, aquelas que “talvez tenham acontecido”, compondo o conjunto de referências e saberes que orientam as práticas do ser em comunidade e do fazer das manualidades. O dizer das mais velhas se mescla às estórias da renda de bilros, como uma que circula entre rendeiras em Saubara, de uma possível “origem da renda no mundo”: uma mulher queria se casar, e seu pai, sem dinheiro para tal, pede uma graça em oração. Eis que, um dia, uma almofada lhe cai do céu, munida de linhas e bilros; obra de Nossa Senhora, que preparou a almofada com papelão e espinhos de mandacaru. A mulher, então, pôde fazer rendas de bilros e, com a venda, enriquecer e se casar (Leahy, 2012).

A oralidade tem um importante papel na transmissão das práticas tradicionais, como a renda de bilros. No entanto, no fazer renda há a dimensão latente da manualidade e dos gestos, do aprendizado pelo fazer corporal. O fazer renda se apresenta, assim, não como tradução do dito, mas do vivido de forma global: palavras, olhares, paisagens; esteiras, estórias e afetos; limões e fios; bilros e mais bilros nas mãos a dançar por anos. O fazer se realiza como aprendizado pela presença no mundo, em uma cultura; um saber do corpo como motricidade encarnada.

Tanto as práticas quanto as histórias e estórias são passadas de geração em geração e se vinculam a cada rendeira como memória coletiva e individual na vida presente do corpo, resultando em seus modos de fazer, nas manualidades. A cultura preenche o corpo-sujeito, funcionando como bojo no qual as memórias são sedimentadas e expressas através das mãos, desse corpo presente. Na dinâmica das ações corporais, podemos dizer de sua condição sensível e ativa na experiência no mundo, instâncias que promovem a sua existência (Merleau-Ponty, 1994). A dinâmica corpo-ação-ambiente apreende e realiza modos de fazer, do ser e do render, que trazem uma memória encarnada contextual.

A existência do corpo no mundo implica as dimensões pessoal, social e cultural, como defende Le Breton (2007). Essa relação baliza tanto as formas de percepção dos indivíduos quanto 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). Podemos dizer, portanto, da memória que é encarnada no bojo da cultura, tomando-a como um guia comum para as realizações humanas.

Assim, para além da oralidade, temos na manualidade e na presença em comunidade processos eficientes de transmissão do render com bilros, tanto do saber/fazer quanto das memórias da coletividade, em uma relação de simbiose e mutualismo. Uma memória que, forjada no coletivo e operada por cada indivíduo, orienta o corpo, as mãos, o fazer; e o corpo, pela manualidade, que realiza as rendas, elas mesmas como materialização da memória.

Corpo e memória

Na perspectiva fenomenológica merleau-pontiana, o corpo procura ser compreendido para além do objetivismo e do subjetivismo. O corpo, portanto, não é nem objeto, algo observável apenas de fora e passível de uma dissecação; mas também não é a sede de uma visada meramente pessoal, centrada no indivíduo, em que se valorizam apenas os sentimentos, desprezando

a realidade objetiva. “O corpo vivo [...] se levanta em direção ao mundo” (Merleau-Ponty, 1994, p.144). O corpo se adapta às necessidades da vida; é efêmero, movente e transformador em suas manifestações; sua unidade é sempre implícita e confusa: “ele é sempre outra coisa que aquilo que ele é, [...] enraizado na natureza no próprio momento em que se transforma pela cultura nunca fechado em si mesmo e nunca ultrapassado” (Merleau-Ponty, 1994, p.269).

O corpo próprio, como denomina Merleau-Ponty, constitui-se a partir de alguns elementos estruturantes, a saber: o perspectivismo, a inseparabilidade ontológica e a afetividade / o sentir. No que diz respeito ao primeiro elemento, sabemos que percebemos o mundo através de perspectivas, pois não temos capacidade de perceber de uma só vez todas as faces de um objeto, de uma paisagem ou de alguém. Com o nosso corpo vivenciamos um jogo instigante de antecipação, ocultamento e promessas de novas faces a serem percebidas. No simples ato de vestir, por exemplo, como nos diz Merleau-Ponty (1994, p.134), “se não tirasse minha roupa nunca perceberia seu avesso”.

A inseparabilidade ontológica, por sua vez, chama atenção para a condição de permanência e presença primordial do corpo, da qual não podemos prescindir; não podemos nos ausentar do nosso corpo, nem deixar de manejá-lo e inspecioná-lo a partir de um olhar exterior, pois ele existe conosco. “Não posso desdobrá-lo com o meu olhar” (Merleau-Ponty, 1994, p.134).

Já a afetividade, essa dinâmica privilegiada do sentir, articula a adesão ou recusa do corpo próprio em relação aos artefatos e às pessoas que se encontram no seu entorno, que lhe solicitam algum tipo de atenção/ação. Enquanto dimensão fronteira, o corpo é o meio pelo qual nos inscrevemos no mundo e somos afetados por ele na nossa dimensão sensível. Existe uma interação que passa pelo afeto, que faz com que certas experiências perceptivas sejam absorvidas e integrem o nosso cenário existencial.

Para o autor, o corpo é o veículo do ser no mundo, e ter um corpo é, para um ser vivo, “juntar-se a um meio definido, confundir-se com certos projetos e empenhar-se continuamente neles” (Merleau-Ponty, 1994, p.122). O corpo é o meio de nossa comunicação com o mundo, entendido não como soma de objetos determinados, mas compreendido enquanto horizonte latente de nossa experiência.

Nesse sentido, Merleau-Ponty introduz uma sutil diferenciação entre o que ele denomina de *corpo habitual* e de *corpo atual*. São duas camadas distintas, em que na primeira encontram-se gestualidades sedimentadas que podem ser ativadas pela segunda. “O corpo habitual pode aparecer como fiador do corpo atual” (Merleau-Ponty, 1994, p. 123).

O corpo, como agente perceptivo, é o *locus* no qual convergem a transcendência do meu horizonte interno e o horizonte do mundo. Sujeito de percepção e sujeito de horizontes, meu corpo se dirige sempre ao mundo que o transcende, mas permanece continuamente no horizonte de suas intenções significativas.

As experiências passadas – e por isso ainda possíveis, isto é, a memória sensível – se atualizam à medida que novas experiências me são solicitadas nas circunstâncias vividas; juntos, corpo habitual e corpo atual se articulam em gestualidades que instituem sentido. Trata-se, assim, de uma memória ainda não intelectual, não representável; mas fundadora e originária. A memória sensível está encarnada e é atualizada a partir de novas situações em que meu corpo se lança no tempo e no espaço.

Nesse sentido, como corrobora Irene Pardelha (2007), ao retomar as considerações merleau-pontianas,

Se o meu corpo enquanto sujeito perceptivo é o lugar onde a percepção acontece, enquanto sujeito de horizontes, ele também é sujeito de memória. Desta forma concebemos por um lado que uma memória que se diga sensível só pode ter no espaço privilegiado do meu corpo de carne e osso o germe da sua fundamentação e, por outro, que antes de ser memória de um Visível que encontra no corpo o veículo da sua expressão – como acontece no plano ontológico – ela é memória de um corpo, do meu. (Pardelha, 2007, p. 83)

Trata-se, portanto, de reconhecer a memória incrustada em nossa corporeidade, contida em disposições comportamentais e hábitos motores, gestuais, que uma vez assimilados, se traduzem em atos espontâneos, não-passíveis de explicações assertivas. “A sedimentação das vivências constitui um halo de generalidade e de anonimato intencional que aqui descrevemos como memória sensível e que serve de fundo a todo o gesto perceptivo actual” (Pardelha, 2007, p. 3).

A memória sensível seria o conjunto de ações e situações reiteradas e assimiladas que, aos poucos, se sedimentam de forma gestáltica, refutando a descrição ou a representação. Não se constitui enquanto momentos específicos do passado que podem ser atualizados; a memória sensível, enquanto acúmulo de ações, pode ser apreendida como um *know-how* tácito. É um âmbito da memória e da cognição que se encontra para além de uma redução representacional. Como afirma Pardelha (2007, p. 98), a partir de Merleau-Ponty (1994), a memória sensível é “experiência adquirida, movimento vivido, corpo habitual, que suporta a percepção e que a impede que se perca de si mesma” ou, em outras palavras, a memória sensível é um fundo latente de comportamento sedimentado no corpo.

A memória sensível equiparando-se ao fundo de latência sedimentado no nosso esquema corporal, está assim a salvo de qualquer tentativa de representá-la, ainda que dela esteja dependente todo o sistema representacional. É necessário compreendê-la como um estilo, uma potencialidade, uma maneira entre outras do meu corpo se referir atualmente a si mesmo, e, ao mesmo tempo, se projectar em direcção a um sentido de ser (Pardelha, 2007, p. 118).

Nesta mesma perspectiva, encontramos o trabalho de Rodrigo Benevides (2020), que também a partir de Merleau-Ponty vai tentar compreender essa dimensão latente de uma memória corporal, recuperando a noção de *intencionalidade operante*, descrita pelo autor na *Fenomenologia da Percepção*, sua obra de 1945. Vale mencionar que a noção de *intencionalidade operante* se contrapõe a de *intencionalidade de ato*, em que a primeira é “aquela que forma a unidade natural e antepredicativa do mundo e de nossa vida”; enquanto a segunda é “aquela de nossos juízos e de nossas tomadas de posição voluntárias”⁸

8 Merleau-Ponty (1994) elucida que a *intencionalidade*, responsável por este laço entre sensibilidade e motricidade, não é pura “consciência de algo”. A *intencionalidade* significará justamente conceber o homem não mais como consciência, mas como *existência*.

(Merleau-Ponty, 1994, p.16). A *intencionalidade de ato* condensaria nossa potência intelectual de representar mundos. Já *intencionalidade operante* encontra-se na instância da presença e do desejo e não da vontade, uma vez que atua a partir do nosso corpo próprio.

O autor estabelece uma correspondência entre a *intencionalidade operante* em Merleau-Ponty e a noção de *memória implícita*, oriunda dos trabalhos de Fuchs (2012) e Schacter (1996)⁹ citados por Benevides (2020), para afirmar que “o saber-como da memória implícita diz respeito ao ato de fazer emergir o passado no presente de tal modo que hábitos, competências e disposições adquiridas se tornem um passado-vivente”. E conclui que esse passado é “trazido à tona continuamente por meio de contextos recorrentes que exigem respostas incessantemente criativas” (Benevides, 2020, p.218).

Nesse sentido, Benevides reafirma uma fenomenologia da memória corporal, voltada para o caráter irrefletido, antepredicativo e não-proposicional das habilidades corporais adquiridas e efetivadas como *know-how*, como podemos compreender a partir das considerações de Merleau-Ponty. Na sua reflexão sobre o membro fantasma, especialmente, Merleau-Ponty procura estabelecer os elos entre a dimensão fisiológica e o âmbito psíquico, evidenciando a presença de uma memória latente encarnada. É essa memória sensível que faz com que determinados ímpetos gestuais sejam ativados em circunstâncias específicas, fazendo com que um gesto que depende de um braço ou de uma perna se lance no mundo, ainda que este mesmo braço e esta mesma perna estejam ausentes no esquema corporal. Essa é a sensação descrita na patologia do membro fantasma.

Há uma modulação de motricidade encarnada no corpo habitual e ao se lançar no mundo. Na interação com os objetos, o corpo atual ativa uma gestualidade sedimentada, mesmo que não consiga efetivamente executar o gesto pretendido. É esta mesma motricidade encarnada que se faz presente em algumas “performances” cotidianas, a exemplo de dirigir um carro, de tocar um instrumento, de digitar um texto num teclado ou, ainda, na prática de fazer renda.

Pode-se saber datilografar sem saber indicar onde estão, no teclado, as letras que compõem as palavras. Portanto, saber datilografar não é conhecer a localização de cada letra no teclado, nem mesmo ter adquirido, para cada uma, um reflexo condicionado que ela desencadearia quando se apresenta ao nosso olhar. Se o hábito não é nem um conhecimento nem um automatismo, o que é então? Trata-se de um saber que está nas mãos, que só se entrega ao esforço corporal e que não se pode traduzir por uma designação objetiva. O sujeito sabe onde estão as letras no teclado, assim como sabemos onde está um de nossos membros, por um saber de familiaridade que não nos oferece uma posição no espaço objetivo. O deslocamento dos seus dedos não é dado ao datilógrafo como um trajeto espacial que se possa descrever, mas apenas como certa modulação da motricidade [...] Frequentemente se coloca a questão como se a percepção de uma letra escrita no papel despertasse a representação da mesma letra que, por sua vez, despertaria a representação do movimento necessário para alcançá-la no teclado. Mas esta

⁹ Trabalhos da neurociência contemporânea.

linguagem é mitológica [...] Quando a datilógrafa executa os movimentos necessários no teclado, esses movimentos são dirigidos por uma intenção, mas essa intenção não põe as teclas do teclado como localizações objetivas. É verdade, literalmente, que o sujeito que aprende a datilografar integra o espaço do teclado ao seu espaço corporal. (Merleau-Ponty, 1994, p. 199-201)

Observa-se, assim, que é possível pensar em uma presença ambivalente de uma gestualidade. Conservação de um modo de ser no mundo; um modo de a corporeidade – em sua memória implícita – desvelar e perceber o contexto de ação. O ato de render, de dançar, de digitar ou mesmo de andar etc., implica numa atualização de um saber/fazer tácito. Compreendemos, assim, que existe uma dialética contínua entre corpo-ação-ambiente.

Saber/fazer, saber render: da memória sensível às manualidades

“Os bilros passam, os fios se torcem, mas quase impossível é apanhar a operação, porque não gastam nem um segundo trocadilho.” (Oiticica, 1967, p. 29). A observação de Oiticica, ao pesquisar a arte da renda no Nordeste brasileiro na década de 1920, evidencia a beleza da renda de bilros para além de sua materialidade, do objeto acabado. Antes, há uma beleza percebida no apuro do fazer, em que almofada e pique, bilros e linhas são instrumentos ao trabalho operado pelas mãos.

Para as rendeiras de bilros de Saubara (Leahy, 2012), por exemplo, quase não é necessário o olho a serviço das mãos que dançam, pois já sabem o que fazer e quais são os pares de bilros a serem escolhidos dentre os que se amontoam no topo da almofada ou dos lados, pendentes das agulhas. O olho zela pela renda que vai tomando forma sobre o papelão, na complexa tradução da ideia, e também da mente e da vida, operadas pelas mãos. Não se trata de um saber objetivo sobre onde estão os bilros; as rendeiras já os possuem em seu corpo, posse proporcionada pelo saber/fazer encarnado. Mãos e bilros se trançam como uma unidade. A atenção é realocada do saber/fazer tácito e da habilidade ao distanciamento da mente: “[...] com a prática, aprendem essa operação difícil da divisão da atenção e, enquanto trabalham, o espírito sai a vagar por este mundo além [...]” (Oiticica, 1967, p. 26).

Nesse fazer, muitas vezes não é possível descrever os rápidos e certos movimentos manuais. As mãos das rendeiras se movem e dançam como seres viventes, como se dotados de um saber próprio. Trata-se, primeiramente, de um saber/fazer construído no curso do tempo do corpo, que a prática constante e a motricidade corporal encarnam, desenvolvendo e compondo modos e gestos elaborados desde séculos às maneiras contemporâneas coletivas e individuais do render. Podemos dizer que compõem um conjunto de técnicas do corpo (Mauss, 2003), modos pelos quais cada qual sabe servir-se de seu corpo em cada época e situação. O sociólogo e antropólogo Marcel Mauss reconhece as maneiras corporais como inatas, adquiridas pela educação do corpo em contextos, conformando os modos humanos e as técnicas do corpo para além do que lhe foi dado pela natureza. E assim, no decorrer das migrações, das famílias e das gerações de parentesco ou vizinhança, o fazer renda foi aprendido e reelaborado no modo de vida das comunidades, em sua memória, seus corpos e mãos.

Para o render, o saber/fazer da renda de bilros é especialmente desenvolvido em conjunto com instrumentos materiais. Em contato direto com as mãos, os bilros as ensinam

e condicionam, o corpo incorpora, compondo uma técnica que se traduz em modo de fazer. É nesse exercício, já encarnado nas mãos e no corpo, que dedos, palmas e bilros se mesclam como uma unidade quase indissociável. Uma posse dos bilros pelo corpo como se eles fizessem parte das mãos, figurando, como diria McLuhan (2006), como extensões do corpo da rendeira, tecnologia em bilros que prolonga e trança os dedos: só assim a técnica é apreendida, de modo que o fazer se torna, ele mesmo, mão, corpo. O bater dos bilros com rapidez vai tilintando um rendar sonoro e, de forma indecifrável, vai dando forma à visualidade espetacular da renda de bilros.

Podemos dizer, ainda, que as mãos que têm vida própria correspondem à vida própria desse corpo do qual fazem parte, e se realizam no rendar a partir do seu saber/ser no mundo. Como vimos com Merleau-Ponty (1994), quanto aos elementos estruturantes do corpo próprio, é a presença do sujeito no mundo, através da experiência do seu corpo, em sua inseparabilidade ontológica, que conforma o seu modo de ser. É no perspectivismo da experiência, de uma cultura e de uma subjetividade em corpo próprio, que cada mão apreende e desenvolve seu modo de rendar – é investimento de todo o corpo traduzido na manualidade.

Neste ponto, enfatizamos o elemento estruturante, abordado por Merleau-Ponty, que diz respeito à afetividade do corpo próprio, que articula as dinâmicas relacionais do corpo na sua presença no mundo. Enquanto dimensão sensível, é o corpo que apreende afetivamente as coisas e as experiências, transformando-as em memória sensível na medida em que são assimiladas em um modo de ser; este, por sua vez, é expresso pelo corpo-sujeito: o saber/ser que se lança ao rendar como um saber/fazer, carregando e materializando a memória encarnada do sujeito em renda.

Tal materialização, que convém à dimensão expressiva de cada corpo, põe em renda memória e intersubjetividade, e, para além, nos revela um modo próprio do fazer, ou de formar, como diz Pareyson (1993) em sua teoria da formatividade. Essa expressão em rendas é a maneira de cada rendeira materializar a cultura e a memória. Revela, ademais, um estilo de cada uma delas, que é resultado de uma atividade configuradora, balizada pelo corpo próprio, e colocada em ação expressiva e (re)configuradora.

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)

Temos, portanto, o modo de formar que se relaciona ao estilo a que se refere Pardeilha (2007). Como maneira do próprio corpo, a expressão do fazer renda é forjada na memória sensível de cada rendeira como um “passado-vivente”, como nos diz Benevides (2020), onde as memórias individuais e da coletividade são materializadas no objeto renda.

Considerações Finais

A renda convoca beleza e apuro que remontam tempos imemoriais, em que o portar renda era símbolo de status e moda. Desde seu aparecimento, no século XV europeu, ornou cortinas e mesas, mas principalmente pulsos e golas – os “rufos” –, nas formas extravagantes do que poderia ser chamado de moda na época. Desde sempre, portanto, a renda evoca simbolismos e historicidade, sejam eles de poder, sejam de territorialidade e representatividade de identidade cultural migrante, como no fazer renda em Saubara. Nesse trajeto, a renda foi “assentada” nessa localidade, cujos modos foram ressignificados e incorporados pela memória da coletividade em manualidades que revelam determinado apuro e saber/fazer.

Assim, para além da visualidade instigante, pudemos observar a existência de um agenciamento e ativação da memória no ato do fazer renda, no momento em que essas manualidades e gestualidades são operadas pelo corpo. Um corpo que, imerso em determinado espaço, ativa seu fazer a partir da cultura que o comporta e o conduz. Materiais locais, suas estórias e uma temporalidade única, balizada pelos intervalos da atividade marisqueira, são alguns dos elementos que conformam essa composição espacial, em que as sociabilidades e trocas acontecem. As rendeiras, como operadoras vivas do rendar com bilros, agem e reagem a esse contexto, que passa a fazer parte de cada uma como modo encarnado do saber/fazer de cada corporeidade.

Para o rendar, a “memória sensível” de cada indivíduo é acionada, um reservatório de ações e situações reiteradas que se sedimentam gradualmente em nosso ser, modos enraizados em nosso corpo, gestado na nossa interação com o mundo ao redor. Desse modo, o saber/fazer da renda se configura como uma atividade sensível da sua relação com o mundo, recuperando a memória sensível oriunda desse processo. Cada gesto realizado, cada bilro “trocado”, constitui uma expressão tangível dessa relação contínua do corpo em ato de experiência no ambiente. A renda se constitui, assim, em um objeto de memória.

Referências

ALENCAR, Fernanda Vieira de; LOPES, Luciana Dornbusch; ROSA, Lucas da; MACIEL, Dulce Holanda. Renda de bilro e upcycling: uma proposta de inovação. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, Florianópolis**, v. 6, n. 1, p. 1–23, 2022. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/21216>. Acesso em: 27 maio, 2025.

ASSIS, Cassia Lobão; NASCIMENTO, Robéria; FECHINE, Ingrid. **Tecendo os fios de saberes convergentes: escrita, educação e memória**. Campina Grande: EDUEPB, 2013.

BARROSO, Eduardo. **O que é artesanato**. Fortaleza: SEBRAE/FIEC, 2002.

BENEVIDES, Rodrigo. Fenomenologia da memória corporal. **Synesis**, v. 11, n. 2, fev. 2020. ISSN 1984- 6754. Disponível em: <http://seer.ucp.br/seer/index.php/synesis/article/view/1828>. Acesso em: 18 dez. 2022.

CASA DAS RENDEIRAS DE SAUBARA, c2025. Disponível em: <https://casadasrendeiras.org.br>. Acesso em: 20 mai. 2025.

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.

FECHINE, Ingrid. Escritura da Renda Renascença: memória de rendeiras, brasão do saber-fazer. In: ASSIS, Cassia Lobão; NASCIMENTO, Robéria; FECHINE, Ingrid. **Tecendo os fios de saberes convergentes: escrita, educação e memória**. Campina Grande: EDUEPB, 2013, p. 105-139.

FELIPPI, Vera. **Decifrando rendas: processos, técnicas e história**. Porto Alegre: Ed. da Autora, 2021.

FUCHS, Thomas. Phenomenology of Body Memory. In: **Body Memory, Metaphor and Movement**. Amsterdã: John Benjamins Publishing Company, 2012, p. 9-22.

GIRÃO, Valdelice Carneiro. **Renda de bilros**. Coleção Museu Arthur Ramos. Fortaleza: Edições UFC, 1984.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Trad. Sonia M. S. Fuhrmann. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

LEAHY, Renata Costa. **Flor da Maré: a (re)configuração da renda de bilros por Marcia Ganem**. Dissertação (mestrado em Cultura e Sociedade). Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos – Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Salvador, 2012.

MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 399-422.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 2006.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. Trad. C. A. de Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

OITICICA, Leite. **A arte da renda no Nordeste**. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1967.

PARDELHA, Irene Pinto. **Percepção e Memória Sensível em MERLEAU-PONTY**. Mestrado de Filosofia, Universidade de Lisboa, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/436>. Acesso em: 12 jan. 2023.

PAREYSON, Luigi. **Estética: teoria da formatividade**. Trad. Ephraim Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989, p. 3-15.

RAMOS, Luiza; RAMOS, Arthur. **A renda de bilros e sua aculturação no Brasil: nota preliminar e roteiro de pesquisa**. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Antropologia e Etnologia, 1948.

SCHACTER, Daniel. Implicit memory: History and current status. **Journal of Experimental Psychology**, 13(3), p. 50-58, 1987.

SEBRAE BAHIA. **Programa Sebrae de Artesanato: Termo de referência**. [s. l.]: SEBRAE, 2004.

SILVA, Fabiana Miranda; SOBRINHO, Lemuel Dourado Guerra. A renda Renascença na Paraíba: enredos de cultura, moda e desenvolvimento regional. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, Blumenau, 9 (2), p. 107-132, 2021. Disponível em: <https://ojsrevista.furb.br/ojs/index.php/rbdr/article/view/9073>. Acesso em: 27 maio, 2025.

UNESCO. **Simpósio Internacional O Artesanato e o mercado internacional: comércio e codificação aduaneira**. UNESCO/CCI. Manila - Filipinas, 6-8 out. 1997. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001114/111488s.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2012.

WOLF, Ernesto. **A renda através dos tempos**. Salvador: Museu de Arte Sacra, 1962.

Revisor: Ricardo de Araujo Soares. Doutor em Cultura e Sociedade, graduado em Comunicação. E-mail: ricosoaes@gmail.com.

Caminhos da memória, quais histórias contam as roupas? Construção de uma linha do tempo a partir de fotografias e memórias compartilhadas

Paths of memory, what stories do clothes tell? Building a timeline from photographs and shared memories

Laiana Pereira da Silveira¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8506-5230>

Suelen Vicente Vieira²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4604-5023>

Anderson da Silva Honorato³

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8798-1830>

[resumo] O estudo apresenta os resultados de uma oficina desenvolvida com os participantes do projeto de pesquisa institucional IFSC Gaspar 60+. Portanto, trata-se de um artigo descritivo, no qual o principal objetivo foi demonstrar como o vestuário foi abordado enquanto uma ferramenta material para auxiliar na evocação das memórias do grupo. Durante os três encontros da oficina intitulada *Caminhos da Memória: quais histórias contam as roupas?*, foram abordados temas como memória social, identidade e cultura material, a partir da perspectiva de Ecléa Bosi, Ivan Izquierdo, Joel Candau, Jan Assmann, Ulpiano Bezerra de Meneses, José Reginaldo Gonçalves e Pierre Nora. Por meio de uma metodologia dialógica, as atividades propostas resultaram na reflexão sobre a temática da memória, por meio do vestuário, utilizando fotografias pessoais como suporte material para evocar lembranças. Mediante esta abordagem, os participantes exercitaram o poder de seleção, na escolha de fotos, e compartilharam memórias associadas àquelas imagens, refletindo sobre

¹ Mestre e Doutoranda em Memória Social e Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Pelotas. Bolsista CAPES DS. E-mail: laianasilveira@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4493023707282382>

² Doutora em Educação Física pela Universidade Estadual de Londrina. Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina - Campus Gaspar. E-mail: suelen.vicente@ifsc.edu.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0695426170915616>

³ Doutor em Educação Física pela Universidade Estadual de Londrina. Professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico do Instituto Federal de Santa Catarina - São José. E-mail: anderson.honorato@ifsc.edu.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0564115546794139>

as roupas usadas no momento registrado. Resultando em uma linha do tempo, onde em grupo, construíram com fotografias e outros materiais escritos. Por fim, destaca-se a receptividade e o envolvimento dos participantes, que demonstraram entusiasmo ao compartilhar suas histórias e contribuir com fotos para a dinâmica e construção do produto final.

[palavras-chave] **Vestuário. Memória. Inclusão. Identidade. Fotografias.**

[Abstract] The study presents the results of a workshop developed with participants from the IFSC Gaspar 60+ institutional research project. Therefore, it is a descriptive article, whose main objective was to demonstrate how clothing was approached as a material tool to assist in the evocation of the group's memories. During the three sessions of the workshop entitled Paths of Memory: What Stories Do Clothes Tell?, topics such as social memory, identity, and material culture were discussed, based on the perspectives of Ecléa Bosi, Ivan Izquierdo, Joel Candau, Jan Assmann, Ulpiano Bezerra de Meneses, José Reginaldo Gonçalves, and Pierre Nora. Through a dialogical methodology, the proposed activities led to reflections on the theme of memory through clothing, using personal photographs as a material support to evoke memories. Through this approach, participants practiced the power of selection when choosing photos and shared memories associated with those images, reflecting on the clothing worn at the time each moment was recorded. The process culminated in the creation of a timeline, collaboratively built with photographs and other written materials. Finally, it is important to highlight the receptiveness and engagement of the participants, who demonstrated enthusiasm in sharing their stories and contributing photos to the dynamic activities and the construction of the final product.

[Keywords] **Clothing. Memory. Inclusion. Identity. Photographs.**

Recebido em: 17-02-2025.

Aprovado em: 17-04-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1917>

Introdução

A pesquisa apresentada é resultante de uma oficina ministrada no primeiro semestre de 2024, no projeto de pesquisa IFSC Gaspar 60+, desenvolvido por uma equipe multidisciplinar⁴ no Instituto Federal de Santa Catarina Câmpus Gaspar. Denominada *Caminhos da memória: quais histórias contam as roupas?*, a oficina iniciou as atividades do grupo (que leva o mesmo nome do projeto) no mês de fevereiro de 2024. O Projeto IFSC Gaspar 60+ foi criado em 2022 após a realização de projetos de pesquisa, ensino e extensão que envolviam o público idoso e as questões relacionadas à educação para o envelhecimento, saúde no contexto pandêmico e a (re)criação de jogos na perspectiva do envelhecimento ativo. Dessa forma, o projeto tem como objetivos: promover a participação de idosos (60 anos⁵ ou mais) dos municípios de Gaspar, Blumenau e região, em atividades de ensino, pesquisa e extensão das diversas áreas de conhecimento e capacitar os alunos, técnicos e docentes em diversas áreas do conhecimento para atuarem de maneira eficaz e com compromisso ético diante do contexto da pessoa idosa.

Este estudo pretende abordar como as atividades foram realizadas durante os encontros da oficina e como atingiram os objetivos propostos pelo projeto. A oficina foi organizada em três encontros com o intervalo de quinze dias, ocorridos entre fevereiro e março, e com a duração de uma hora e meia cada uma. Isso possibilitou a apresentação dos temas de memória social e identidade, além de oportunizar a escuta das histórias individuais dos participantes. O planejamento iniciou no final de 2023, em colaboração com o coordenador do projeto.

O projeto ressaltou a importância da multidisciplinaridade⁶, e por meio da oficina, evidenciamos a relevância de examinar a materialidade sob múltiplas perspectivas, dado o seu papel crucial em nossas vidas. Durante os encontros, foi essencial refletir sobre a conexão entre o vestuário e as memórias pessoais, utilizando das narrativas construídas sobre algumas fotografias. O propósito maior da oficina era criar uma linha do tempo utilizando esses objetos tangíveis, levando em conta aspectos da história da moda presentes em cada época retratada nas imagens.

⁴ A multidisciplinaridade pode ser entendida como a habilidade de reunir informações de diferentes áreas do conhecimento para atingir um objetivo central (Masetto, 2010). A equipe do projeto IFSC Gaspar 60+ é constituída por profissionais da área da Educação Física, Artes, Design de Moda, Letras, Química, Biologia e, estudantes bolsistas e voluntários do Ensino Médio Integrado em Informática e Química e dos cursos Superiores em Tecnologia em Design de Moda, Informática e Processos Gerenciais.

⁵ A Organização das Nações Unidas (ONU, 1982) classifica como idosos as pessoas com mais de 65 anos nos países desenvolvidos e com mais de 60 anos nos países em desenvolvimento. No caso do Brasil, o Estatuto da Pessoa Idosa (Brasil, 2022) define como população idosa as pessoas com idade igual ou superior a 60 anos.

⁶ A área da Educação Física proporcionou atividades e discussões que auxiliaram na compreensão do corpo e as mudanças que acontecem em cada etapa da vida e no conceito e aplicação do envelhecimento ativo, retratando atividades que trabalham os aspectos físicos, cognitivos e socioafetivos. A área de Design de Moda com foco em memória social, auxiliou no desenvolvimento desta oficina, como parte do projeto, para que o grupo pudesse refletir sobre seu passado através de algo que está no seu cotidiano, o vestuário.

Os registros fotográficos atuam por meio da sua materialidade perpetuando momentos. Através destas fontes visuais podemos observar as formas de sociabilidade, os modos de vestir, as práticas culturais de outras épocas através dos elementos presentes na fotografia. Ao longo dos três encontros, além de introduzir conceitos básicos sobre memória e identidade com exemplos do dia a dia, incentivamos os participantes a trazerem suas próprias fotografias para compartilhar as memórias associadas a essas imagens.

A estratégia escolhida para trabalhar os aspectos da memória, cultura material, identidade e vestuário com objetos, como fotografias, surge devido ao objetivo de conseguir fazer com que os participantes da oficina tenham uma fácil compreensão sobre aspectos teóricos tão densos. Compreendemos que relacionar a aspectos rotineiros pode facilitar o processo de aprendizagem, e vivemos rodeados por objetos, que com o passar dos anos acabam variando as tipologias (Nery et al., 2015), mas eles seguem ao nosso redor. Não guardamos objetos do nosso passado, não temos a materialidade como suporte para lembrar de outras épocas vividas, é como apagar esses rastros, uma forma de dificultar o acesso aos caminhos da lembrança (Bosi, 1983).

Portanto, a partir da perspectiva de Izquierdo (1989) que declara a memória como “[...] nosso senso histórico e nosso senso de identidade pessoal (sou quem sou porque me lembro quem sou)” (Izquierdo, 1989, p. 89), e da definição de memória oral abordada por Bosi (2022, p. 15), que a considera “um instrumento precioso se desejarmos constituir a crônica do cotidiano”, o objetivo desta primeira oficina do ano de 2024, desse projeto, foi utilizar o vestuário como um instrumento para refletir sobre as memórias dos idosos. Para isso, foi feito um levantamento bibliográfico de autores que pudessem ser mais acessíveis à compreensão do grupo. E o projeto de pesquisa, iniciado em 2022, por meio de oficinas de várias áreas do conhecimento, não só promoveu o intercâmbio de experiências intergeracionais, mas também capacitou o grupo em temas de memória social, cultura material e vestuário, a partir das próprias vivências dos participantes.

Aspectos teóricos

A população brasileira vem seguindo uma rápida trajetória de envelhecimento, o que é provocado, pela transição demográfica, por um lado, pela diminuição da natalidade e, por outro, pelo aumento da longevidade (WHO, 2018). Até 2060, segundo o IBGE, o percentual de pessoas com mais de 65 anos deve passar de 9,2% para 25,5%. Logo, um em cada quatro brasileiros será idoso, porém o quanto será que temos nos preparado para essa realidade? Ressalta-se ainda que segundo dados do Censo (IBGE, 2022), o índice de envelhecimento da população de Santa Catarina chegou a 55,8, ou seja, o Estado tem 55 idosos para cada 100 crianças, o que representa 15,6% do total de habitantes do estado, hoje com cerca de 7,6 milhões.

Sendo assim, o projeto IFSC Gaspar 60+ visa a criação e realização de atividades que atendam a premissa da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre o envelhecimento ativo. Esse é definido como, o processo de otimizar a saúde, a participação e a segurança das pessoas à medida que envelhecem, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida. A abordagem do envelhecimento ativo baseia-se nos princípios de independência, dignidade,

participação, assistência e autorrealização, e no reconhecimento dos direitos humanos das pessoas mais velhas (OMS, 2005).

Para otimizar o Envelhecimento Ativo por meio da oficina, trabalhamos com a memória, que foi efetivada por meio de histórias, fotografias e com itens do próprio vestuário dos participantes. A memória é conceituada como “o armazenamento e evocação de informação adquirida através de experiências” (Izquierdo, 1989, p. 89) do indivíduo com o meio, portanto, as coisas em si, os objetos, não possuem memórias, mas eles servem como evocadores das mesmas, desencadeando lembranças (Assmann, 2016). Mais do que lembrar fielmente do ato acontecido no passado, a memória retorna modificada, pois ela está em constante atualização com o vivido no presente (Candau, 2019). Nora (1993) diria que “a memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente” (Nora, 1993, p. 9). A memória pode ser classificada em diversas categorias: memória coletiva, memória individual, memória cultural, memória oficial, memória comunicativa, memória social, memória sensorial, entre tantas categorias. E independente de sua classificação, sabemos que “[...] a memória nos identifica como indivíduos e como coletividade” (Rosario, 2002, p. 3).

Corroborando com a ideia de Assmann (2016), essa atribuição de significado aos objetos, feita pelas pessoas, é o que acaba por gerar a cultura material (Riello, 2011, p. 3). De acordo com Andrade (2021), a relação do vestuário com a cultura material existe e é bastante variada, o vestuário é um elemento presente na vida social. A autora também indica que “[...] a história do vestuário é uma construção feita de elementos da nossa própria memória e de invenção, do imaginário criado por objetos, imagens e oralidade” (Andrade, 2021, p. 17), assim sendo, compreendemos o vínculo entre memória, cultura material e vestuário através dos autores aqui apresentados e suas teorias.

Essas memórias e esses objetos carregados de significados, auxiliam na construção da identidade dos indivíduos (Candau, 2019). As roupas, as fotografias, os demais objetos, [...] “ocupam nossas gavetas e armários, fazendo lembrar a nossa história” (Simili, 2012, p. 1), enquanto consumidores, as pessoas muitas vezes escolhem o que desejam possuir, e selecionam⁷ o que optam por guardar e o que decidem descartar. Stallybrass (2016) evidencia que “pensar sobre roupa, sobre as roupas, significa pensar sobre a memória, mas também sobre o poder e a posse” (Stallybrass, 2016, p. 16).

Se na infância estamos rodeados de brinquedos, conforme o passar das fases da vida, os tipos de objetos que nos rodeiam vão se alterando também (Nery et al., 2015). Através do processo de seleção, alguns ficam, outros são descartados facilmente. Mas a teia de objetos, assim definida por Gonçalves (2007), segue em constante atualização. Desejamos, consumimos, descartamos, doamos, tudo isso a partir do processo de seleção.

Com relação à moda, abordamos sua definição pelo viés do sociólogo francês Frédéric Godart, que a compreende como “aquilo que liga e reconcilia o individual e o coletivo, aquilo que permite que o indivíduo faça valer suas preferências dentro de um âmbito coletivamente

⁷ Em instituições públicas e privadas, identificamos a atribuição de valor simbólico por meio de critérios vinculados à seleção e a preservação de determinado objeto de alguma coleção (Dohmann, 2014). No caso de objetos pessoais, estes acabam sendo selecionados e preservados por seus guardiões, ou até mesmo passados adiante por estes, mas fazem parte de coleções pessoais e íntimas.

determinado” (Godart, 2010, p. 29). Enquanto o consumo, Miranda (2017) explica que a sociedade se expressa através do que ela consome, pois muitas vezes a identificação com algo material é tão grande, que ele assume o papel de extensão do sujeito (Miranda, 2017), abordado também por Meneses (1996) ao compreender a ideia do objeto como extensão do sujeito, a partir da ideia de *extended self* pela perspectiva de Dittmar. Diante disso, vamos discorrer sobre os encontros realizados durante o período da oficina, demonstrando como tais temáticas foram abordadas e quais os resultados da atividade com o grupo.

A execução da oficina e seus desdobramentos

O projeto do IFSC Gaspar 60+ conta com a participação total de 29 idosos da comunidade local em que está inserido o Câmpus, e a oficina contou com a média de 20 idosos participantes. Os encontros do projeto acontecem nas dependências do Câmpus Gaspar. Todos os encontros desta primeira oficina ocorreram no 1º semestre de 2024. O primeiro encontro da oficina foi de caráter teórico, onde se apresentou os conceitos fundamentais com base em autores clássicos da área, como Izquierdo (1989), Nora (1993) e Assmann (2016) na área da memória, Candau (2019) sobre memória e identidade, Riello (2011) explicando a cultura material, e Simili (2012) e Andrade (2021) referente ao vestuário. Buscou-se exemplificar com atividades do cotidiano para facilitar a compreensão dos conceitos pelo grupo (Figura 1). A conversa foi iniciada sobre os estímulos sensoriais: olfato, tato, audição, paladar e visão. E através de uma conversa com o grupo, pode-se observar quais estímulos cada um identificava que era mais importante para ajudar na evocação das lembranças.

A memória sensorial, conforme Mourão Júnior e Faria (2015) definem, “é aquela que nos permite reter informações que chegam até nós através dos sentidos, podendo ser estímulos visuais, auditivos, gustativos, olfativos, táteis ou proprioceptivos” (Mourão Júnior e Faria, 2015, p. 783), e cada sujeito poderá ter um estímulo sensorial que ajude mais a recordar do que outro, bem como um gatilho para a memória. Izquierdo (1989) destaca,

É óbvio que diferentes sistemas sensoriais, associativos e motores participam em cada um destes aprendizados e nas correspondentes memórias. Usamos a via auditiva para aprender música, mas não para reconhecer um rosto; usamos o sistema-motor para aprender e evocar movimentos, mas não odores (Izquierdo, 1989, p. 91).

Identificada as diferenças, através das próprias experiências de vida relatadas por cada participante, realizou-se a explicação da definição de memória e como entendê-la a partir da sua individualidade.

FIGURA 1 - PRIMEIRO ENCONTRO DA OFICINA, AULA TEÓRICA E ESCUTA DOS RELATOS ORAIS



FONTE: Acervo do projeto, 2024.

Essa introdução foi essencial para conhecer melhor o grupo, saber o nível de participação e conhecer um pouco de suas histórias de vida. Nesse dia, apesar do caráter de aula mais teórico, buscou-se uma abordagem interativa e dialógica, a partir da ideia de Saso e Alonso (2001) em que “A metodologia dialógica se fundamenta em uma concepção que parte das atuações contextualizadas dos diferentes atores sociais e das interações que estes produzem, entendidas como geradoras de conhecimento” (Saso e Alonso, 2001, p. 77)⁸. Além de ouvir inúmeros relatos de vida, o grupo também refletiu e respondeu às seguintes questões: 1) Qual a memória mais antiga que vocês têm? 2) E qual a memória mais alegre?

⁸ Tradução nossa para: “La metodología dialógica se fundamenta en una concepción que parte de las actuaciones contextualizadas de los diferentes actores Sociales y de las interacciones que se producen, entendidas como generadoras de conocimiento”.

Posteriormente as respostas, que abarcaram diferentes épocas e lugares da vida de cada um, tentando trazer a relação do vestuário para o contexto do grupo, considerou-se como elemento fundamental do encontro, a camiseta do projeto, branca e com a estampa do logo do projeto, e que os participantes receberam no final de 2023, e mais uma reflexão surgiu através da pergunta: quantos momentos especiais foram vividos usando a camiseta do projeto IFSC 60+?, por meio das respostas percebeu-se que era impossível quantificar, mas apenas lembrar⁹ de momentos importantes em que estavam usando a camiseta, por exemplo, como o encontro de encerramento das atividades do projeto em dezembro de 2023 e a visita ao Museu Hering.

A relação da camiseta do projeto com o grupo, demonstra a característica de unidade, de pertencimento, de união, porém, essa classificação visual, através da comunicação não-verbal que o vestuário faz, também tem outra característica sobre delimitação de grupo. Miranda (2017) aponta que “ao mesmo tempo que une membros de um determinado grupo, segrega um grupo em relação a outros” (Miranda, 2017, p. 71), portanto, através da faixa etária dos participantes, sabe-se que uma pessoa idosa vestindo a camiseta do projeto, faz parte da turma enquanto aluno. E os jovens ou demais adultos com menos de 60 anos que utilizam a camiseta do projeto, acabam pertencendo ao grupo de formas diferentes, seja como alunos, voluntários, professores ou técnicos da instituição que acabam desenvolvendo atividades com o grupo. Destaca-se ainda os relatos dos participantes sobre a importância da camiseta do projeto e de pertencimento ao grupo.

Outros exemplos de vestuário foram apresentados, como a indumentária religiosa, o uniforme escolar, a camisa do time de futebol do coração, a roupa de formatura, a camiseta com a estampa de um ponto turístico, e assim como a do projeto, tantas outras roupas auxiliam como evocadores de memórias. Ao final do primeiro dia, sugeriu-se uma atividade domiciliar: escolher até 5 fotografias de momentos significativos para compartilhar no próximo encontro, fotografias com a família, amigos, sozinhos, etc. Para que construíssemos a partir da história de vida de cada um, em formato de linha do tempo, um enorme álbum da família IFSC 60+.

No segundo encontro, a atenção foi totalmente dedicada aos relatos orais, compartilhados em uma roda de conversa onde cada participante apresentou sua coleção pessoal de fotografias. Esse momento foi crucial para preparar o terceiro e último encontro, que visava a criação do produto final da oficina. Para assegurar a fidedignidade das informações coletadas sobre cada foto, a oficina foi registrada em áudio. Os participantes trouxeram suas fotografias (Figura 2) e contaram as histórias por trás delas, enquanto detalhes importantes como nomes, datas, locais e eventos eram cuidadosamente anotados.

⁹ E aqui, pensemos no ato de lembrar a partir da ideia de Ecléa Bosi, que diz: “Na maior parte das vezes, lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar, com imagens e ideias de hoje, as experiências do passado” (Bosi, 1983, p. 17).

FIGURA 2 - SEGUNDO ENCONTRO DA OFICINA, APRESENTAÇÃO E SELEÇÃO DAS FOTOGRAFIAS



FONTE: Acervo do projeto, 2024.

Todos os participantes narraram as histórias por trás das fotografias trazidas para compartilhar com o grupo, conforme suas lembranças evocadas permitiam, os relatos orais iam acontecendo espontaneamente. Essa narrativa espontânea tem destaque desde os estudos apresentados por Bosi que evidencia: “a narração da própria vida é o testemunho mais eloquente dos modos que a pessoa tem de lembrar. É a *sua* memória” (Bosi, 1983, p. 29, grifo da autora). As memórias compartilhadas através das experiências (Izquierdo, 1989) possibilitaram compreender o contexto de cada suporte visual, que também auxiliaram como suportes de memória, conforme explicado por Assmann (2016), visto que, os objetos sem a mediação de quem os possui, não são capazes de lembrar.

Nesse momento coletivo, foi possível conhecer sobre a individualidade dos participantes, em diferentes épocas, através dos momentos de recordação e relatos orais. Algumas categorias identificadas por meio das falas foram sobre religiosidade, família, festividades, trabalho, lazer, etc. Um dos participantes compartilhou imagens da época em que era seminarista, e por meio de poucas fotografias, compartilhou sua linha do tempo da vida. A sequência apresentada pelo participante explorou uma próxima fotografia em que ele já

não estava mais no seminário, mas lembra de estar vestindo seu primeiro terno (fotografia que foi para a linha do tempo do grupo). Posterior a esta foto, o mesmo participante mostrou a foto com sua primeira esposa, no dia do casamento e outra fotografia, na qual ambos estavam vestindo roupa social, e enquanto mostrava as fotografias, contava por que havia deixado de ser seminarista.

Outra participante levou sua relíquia para que todos pudessem ver, seu vestido de noiva, usado na década de 1970, muito bem guardado. O objeto, neste caso, carrega - metaforicamente - os significados atribuídos (Riello, 2011) por sua guardiã, que o preserva tão bem e por tanto tempo. Conforme aponta Gonçalves (2007), os objetos “[...] podem ser pensados, em sua forma e materialidade, como a própria substância dessa vida social e cultural” (Gonçalves, 2007, p. 2019), por isso, muitas vezes, surgem a atribuição de diversos significados. Objetos que atravessam décadas com seus guardiões possuem uma característica particular, pois, “as coisas que envelhecem conosco nos dão a pacífica sensação de continuidade” (Bosi, 2022, p. 26).

Neste caso, a participante compartilhava suas memórias referente ao seu casamento, eternizado em uma fotografia também trazida por ela, para mostrá-la usando o vestido, ela contava sobre o dia usado, sobre o sentimento de alegria, e também sobre sua neta ter usado-o como vestido de formatura, o que ela contava com emoção. Portanto, podemos observar como o vestido serve como um evocador de memória (Assmann, 2016), e a sua materialidade está vinculada não apenas ao casamento, mas também à celebração do encerramento de um ciclo da sua neta. O que Bosi (1983), em seu estudo sobre a lembrança dos velhos, identifica como importante para a memória do indivíduo, o seu relacionamento com a família, ou outros grupos de referência, pois a memória depende disso.

No intervalo de tempo entre o segundo e o terceiro encontro, foi o momento de organização dos dados para a realização do produto final. Impressão das fotografias selecionadas, dos nomes dos participantes, das palavras-chave, dos períodos históricos, e de citações dos autores das áreas estudadas. Pois, neste último encontro, a proposta foi de construir-se coletivamente a linha do tempo, onde ambos pudessem auxiliar reciprocamente (Figura 3). Portanto, inicialmente, foram distribuídas as cópias das fotografias que eles haviam selecionado para compor a linha do tempo, junto aos seus nomes. Posteriormente, foram distribuídos os respectivos períodos históricos de cada foto, escolhiam as palavras-chave que achavam mais coerentes com o contexto das fotografias e pegavam uma citação sortida (Figura 3).

Compreendemos a importância das dinâmicas em grupo ao longo dos encontros, e como o espaço colaborativo auxilia na reconstrução das memórias de um passado, Izquierdo (1989) destaca, “há algo em comum entre todas essas memórias: a conservação do passado através de imagens ou representações que podem ser evocadas” (Izquierdo, 1989, p. 89). Diante disso, em grupo, foi organizado cronologicamente a disposição das fotografias e demais informações, antes da colagem final. Cada participante teve seu momento de leitura da citação escolhida.

A leitura, realizada em voz alta, para que todos pudessem saber o que cada um havia recebido, e pudesse ser realizada uma reflexão acerca do que todos os autores diziam sobre tais temáticas. Neste momento, reflexivos, decidíamos se concordamos com o escrito, para anexar na linha do tempo. A cada leitura, surgiam reflexões sobre o cotidiano, sobre o passado, sobre o presente, e também sobre o futuro, destacado por Izquierdo (1989), pois “não

há tempo sem um conceito de memória; não há presente sem um conceito do tempo; não há realidade sem memória e sem uma noção de presente, passado e futuro” (Izquierdo, 1989, p. 89), aquele vínculo temporal também apresentado por Nora (1993).

FIGURA 3 - CONSTRUÇÃO E LINHA DO TEMPO FINALIZADA



FONTE: Acervo do projeto, 2024.

Além dos momentos de reflexão e rememoração, a estratégia de utilizar a leitura com este público vem de estudos na área da neurociência que comprovam como a leitura pode ser o melhor exercício para a memória. Para Izquierdo et al., (2013) no momento da leitura, há uma ativação na região cerebral que estimula o funcionamento visual e verbal da nossa memória, “nenhuma outra atividade cerebral tem essa capacidade nesse grau” (Izquierdo et al., 2013, p. 16), assim como, outra estratégia eficiente para o exercício da memória é a conversação.

Finalizado a linha do tempo, a mesma ficou em exposição no *hall* de entrada do Câmpus. No momento em que anexamos o painel, pudemos observar o despertar de curiosidade em outras pessoas que estavam ao redor. Além do despertar de curiosidade e comentários de lembranças a partir da linha do tempo vindo de outras pessoas, era nítida a alegria dos

participantes por concluírem e exporem um trabalho sobre suas histórias de vida. Como complemento dos encontros, foi possibilitado aos participantes uma visita ao Museu Hering (Blumenau-SC). É importante destacar a relevância que a Hering possui na região. Essa empresa é uma das mais antigas da localidade, e tem por objetivo a comercialização de roupas. É digno de nota que a empresa faz parte da história de vida de muitas pessoas da cidade e região. Conforme a nova definição de museu, proposta pelo International Council of Museums - ICOM (2022):

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos (ICOM, 2022, s/p.).

O museu Hering é uma ação vinculada à Fundação Hermann Hering, que busca auxiliar na redução das desigualdades por meio da moda. Para isso atuam sobre dois pilares: preservar a memória e cultura da moda, e moda que valoriza as pessoas (Hering, 2024b). As atividades propostas no museu são vinculadas ao primeiro pilar, com o objetivo de preservar a história e evolução da indústria têxtil, bem como do mercado da moda.

O café com memórias¹⁰, atividade que o projeto IFSC Gaspar 60+ participou, foi uma ação educativa promovida pelo museu Hering, que está direcionada a pessoas que participaram na indústria têxtil da região, para assim valorizar e compartilhar as experiências e memórias dos envolvidos (Hering, 2024a). Essa atividade foi composta por uma visita mediada, uma roda de conversa com os participantes e funcionários do museu e entrevistas (Hering, 2024b). Indo ao encontro da nova definição de museu, onde a participação da comunidade, os momentos de reflexão e a troca de conhecimentos são fundamentais.

Nesse sentido, considerando a importância da Hering para a região e a proposta do museu, atrelado à oficina do projeto, foi organizada uma visita com os participantes da oficina. Além da visita com mediação da historiadora do museu e a roda de conversa proposta, foi exposto no museu, para a surpresa aos participantes do projeto, a linha do tempo construída na oficina (Figura 4).

¹⁰ Na cidade de Morro Redondo, no interior do Rio Grande do Sul, existe também uma atividade semelhante. Onde houve uma parceria com o Museu Histórico de Morro Redondo e a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Pelotas, para realizar a ação intitulada “Café com Memórias”, onde ocorriam encontros mensais com um grupo de idosos da cidade. A atividade era baseada na utilização de objetos do museu para evocar memórias individuais que se tornavam coletivas (Oliveira; Ribeiro, 2019).

FIGURA 4 - EXPOSIÇÃO DA LINHA DO TEMPO CONSTRUÍDA NA OFICINA DO PROJETO IFSC GASPAR 60+ NO MUSEU HERING



FONTE: Acervo do projeto, 2024.

A visita ao espaço do museu encerrou a sequência de encontros da oficina de maneira singular. Os relatos dos participantes mostraram a riqueza do encontro, que variava de “nunca havia ido ao museu”, “trabalhei na empresa na década de 70”, “já posso dizer que sou um artista, pois meu trabalho foi exposto no museu”. Essa variação de perspectivas quanto a uma visita ao museu, ou melhor, serem esperados para uma atividade em um espaço museológico, ressignifica o olhar sobre a história do lugar, das coisas, e da sua própria trajetória. No espaço de roda de conversa, o museu enquanto entidade foi escuta para os idosos que compartilharam suas memórias.

Por fim, refletimos sobre a ideia de Bosi sobre a velhice na sociedade e a memória enquanto função social, “sua vida ganha uma finalidade se encontrar ouvidos atentos, ressonância” (Bosi, 1983, p. 40). Ressonância esta que pode ser encontrada na escuta atenta das

narrativas de vida mediada por objetos como as roupas, as fotos, e entendida por Gonçalves como algo que “realizam mediações importantes entre o passado e o presente, entre o imaterial e o material, entre a alma e o corpo, entre outras” (Gonçalves, 2005, p. 22). Este espaço de escuta atenta é propiciado pelos integrantes do projeto e alguns fatos que confirmam essa característica de ambiente acolhedor e que os participantes dos encontros sentem-se a vontade de participar são: na proposta do segundo encontro, de trazerem até 5 fotografias e alguns participantes levaram mais, com a intenção de compartilhar mais da sua vida com o grupo; e as participantes que levaram, além das fotografias, as roupas guardadas, e que estavam presentes nas fotografias, complementando a narrativa compartilhada. Portanto, identificamos como primorosa esta contribuição e envolvimento, e percebemos que os objetivos propostos para a oficina em fazer com que o grupo compreendesse a relação existente entre memória, cultura material e vestuário, foram atendidos.

Considerações finais

O estudo apresentado é fruto de uma oficina realizada no primeiro semestre de 2024, que marcou o início das atividades do grupo IFSC Gaspar 60+. A partir de uma metodologia dialogada e reflexiva, a oficina conseguiu cumprir seu objetivo em capacitar o grupo de idosos a pensar nas roupas além da sua função utilitária, e ainda, confeccionar uma linha do tempo. As propostas trazidas na oficina foram aceitas positivamente pelos participantes, e a condução dos encontros ocorreu de forma organizada e enriquecedora, contando sempre com a ajuda das discentes envolvidas no projeto. O encontro das diferentes gerações: idosos, docentes e discentes, proporcionou uma experiência educativa intergeracional e de ampla troca de saberes. Além disso, evidencia-se a otimização da participação social dos idosos, mediados por outro espaço que não seja apenas o econômico, ou familiar.

Ao longo dos encontros, podemos confirmar, através das experiências vivenciadas, o que Andrade (2021) apresenta sobre a relação da história das roupas ser construída também por elementos que partem das recordações dos sujeitos, bem como neste caso a partir de imagens onde se observou o vestuário em cada fotografia selecionada pelos participantes e apresentada pelos mesmos. Através da oralidade foi possível descobrir o recorte temporal e espacial de cada registro visual, assim como cada particularidade compartilhada em suas narrativas.

A perenidade do vestido de noiva, apresentado por uma das participantes, guardado desde a década de 1970, traz em sua materialidade, o rito de passagem, o passado vivido e agora recordado, conforme Simili (2012) aponta. E além de estar guardado fisicamente em um espaço, como a caixa trazida para a oficina, ele está preservado também nas memórias, que por meio do afeto construído e dos significados atribuídos, armazena-o também no campo do imaterial, do imaginário.

Finalizar a oficina com a visita ao museu, que conta a história de uma indústria de vestuário tão importante para a comunidade local, reforça os compromissos das instituições museológicas com a sociedade, conforme a nova definição de museu. Assim, o museu Hering, uma das poucas instituições museológicas gratuitas da região, traz em sua estrutura, acessibilidade aos diferentes tipos de público, e proporciona experiências educativas e interativas, através das atividades organizadas por sua equipe.

Referências

ANDRADE, Rita Morais de. O vestuário como assunto: um ensaio. In: ANDRADE, Rita Morais de; CABRAL, Alliny Maia; CALAÇA, Indyanelle Marçal Garcia di (org.). **O vestuário como assunto**: perspectivas de pesquisa a partir de artefatos e imagens. [recurso eletrônico]. Goiânia: Cegraf UFG, 2021. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/459/o/Desenredos_13.pdf. Acesso em: 24 set. 2024.

ASSMANN, Jan. Memória comunicativa e memória cultural. Tradução Méri Frotscher. **História Oral**, [s.l.], v. 19, n. 1, p. 115-128, 2016. Disponível em: <https://revista.historiaoral.org.br/index.php/rho/article/view/642>. Acesso em: 24 set. 2024.

BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade**: lembranças de velhos. 1ª reimp. São Paulo: T. A. Queiroz, 1983.

BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória**: ensaios de psicologia social. 4ª ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2022.

BRASIL. **Estatuto da Pessoa idosa**. – Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2022.

CANDAU, Joel. **Memória e identidade**. Tradução Maria Letícia Ferreira. 1. ed., 5. reimp. São Paulo: Contexto, 2019.

DOHMANN, Marcus. Coleções de objetos: memória tangível da cultura material. **Conference Paper**, Coleções de Arte: formação, exibição e ensino: Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/280495339>. Acesso em: 24 out. 2024.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 11, n. 23, p. 15-36, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-71832005000100002>. Acesso em: 22 abr. 2025.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Rio de Janeiro, 2007.

HERING, Fundação Hermman. **Café com memórias**. 2024a. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/acoes-educativas/cafe-com-memorias/>. Acesso em: 17 out. 2024.

HERING, Fundação Hermman. **Quem Somos**. 2024b. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/quem-somos/>. Acesso em: 17 out. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (ICOM). **Nova definição de museu**. Praga: ICOM, 2022.

IZQUIERDO, Ivan Antonio. Memórias. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 3, n. 6, p. 89-112, 1989. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/RySVv73ft5r4qj9KP4F8xcB/?lang=pt>. Acesso em: 24 set. 2024.

IZQUIERDO, Ivan Antonio; MYSKIW, Jociane de Carvalho; BENETTI, Fernando; FURINI, Cristiane Regina Guerino. Memória: tipos e Mecanismos – achados recentes. **Revista USP**, São Paulo, n. 98, p. 9-19, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i98p9-16>. Acesso em: 24 out. 2024.

MASETTO, Marcos Tarciso. **O professor na hora da verdade**: a prática docente no ensino superior. São Paulo, SP: Avercamp, 2010.

MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. A psicologia social no campo da cultura material. **Anais do museu Paulista**, São Paulo, v. 4, p. 283-290, 1996. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/5344/6874>. Acesso em: 31 out. 2024.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda**: a relação pessoa-objeto. 2. ed., São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

MOURÃO JÚNIOR, Carlos Alberto, FARIA, Nicole Costa. Memória. **Psicologia Reflexão Crítica**, [s.l.], v. 28, n. 4, p. 780-788, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-7153.201528416>. Acesso em: 24 set. 2024.

NERY, Olivia Silva; SCHNEID, Frantieska Huszar; FERREIRA, Maria Letícia Mazzucchi; MICHELON, Francisca Ferreira. Caixas de memórias: a relação entre objetos, fotografias, memória e identidade ilustradas em cenas da ficção. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 51, n. 1, p. 42-51, 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/938/93838249006.pdf>. Acesso em: 24 out. 2024.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Tradução Yara Aun Khoury. **Projeto História**, São Paulo, v. 10, p. 7-28, 1993. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12101>. Acesso em: 24 set. 2024.

OLIVEIRA, Milena Behling; RIBEIRO, Diego Lemos. Patrimônios afetivos: um novo recurso para o turismo em Morro Redondo-RS, Brasil. **Rosados Ventos - Turismo e Hospitalidade**, [s.l.], v. 11, n. 4, p. 847-860, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i4p847>. Acesso em: 23 abr. 2025.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Assembléia mundial sobre envelhecimento**: resolução 39/125. Viena, 1982.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **Envelhecimento ativo**: uma política de saúde. Brasília: Organização Pan-Americana de Saúde, 2005.

RIELLO, Giorgio. The object of fashion: methodological approaches to the history of fashion. **Journal of Aesthetics & Culture**, [s.l.], v. 3, n. 1, p. 1–9, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.3402/jac.v3i0.8865>. Acesso em: 24 set. 2024.

ROSARIO, Cláudia Cerqueira do. O lugar mítico da memória. **Morpheus**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, 2002. Disponível em: <https://seer.unirio.br/morpheus/article/view/4011>. Acesso em: 24 out. 2024.

SASO, Carmen Elboj, ALONSO, Jesús Gómez. El giro dialógico de las Ciencias Sociales: hacia la comprensión de una metodología dialógica. **Acciones e investigaciones sociales**, [s.l.], n. 12, 2001. Disponível em: <http://agora.edu.es/servlet/articulo?codigo=206415>. Acesso em: 02 dez. 2024.

SIMILI, Ivana Guilherme. Memórias trajadas: roupas e sentimentos no diário íntimo de uma prostituta. **Revista de Pesquisa Histórica Clio**, [s.l.], v. 30, n. 2, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/revistaclio/article/view/24360>. Acesso em: 23 set. 2024.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**: roupa, memória, dor. Tradução Tomaz Tadeu. 5. ed. rev. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Ageing and health**. Geneva, Switzerland: WHO; 2018.

Revisor do artigo: Prof. Dr. Luiz Herculano de Sousa Guilherme. E-mail para contato: luiz.herculano@ifsc.edu.br

Marketing de influência e o design de produtos virais: explorando o caso da clutch da marca JW Anderson

Influence Marketing and Viral Product Design: JW Anderson's Clutch Case Study

Thaissa Schneider¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7277-5225>

Laura Pedri Pereira²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2893-3035>

[resumo] Este estudo analisa a relação entre design de produto e viralidade no contexto das mídias sociais, com foco no TikTok, plataforma que tem transformado práticas de marketing e comportamento de consumo, especialmente entre a Geração Z. O problema de pesquisa centra-se em como marcas de moda estão adaptando estratégias de design para maximizar a viralidade e seu impacto no engajamento dos consumidores. Por meio de uma abordagem descritiva e exploratória, a pesquisa investiga tendências em design de produtos virais e marketing de influência, utilizando uma revisão bibliográfica e o estudo de caso da *clutch* em formato de pombo da marca JW Anderson. A viralidade, elemento central do TikTok, é impulsionada por fatores como criatividade, apelo visual e engajamento emocional, que moldam tanto a produção quanto o consumo de conteúdo. O estudo também discute como essas estratégias ressignificam o papel das plataformas digitais enquanto canais de comunicação e como essas plataformas moldam novas práticas sociais e econômicas. Os resultados evidenciam a eficácia de explorar estéticas e narrativas disruptivas como formas de conectar marcas ao público contemporâneo. Ao estimular interações e criar experiências compartilháveis, a marca JW Anderson alcançou maior notoriedade e construiu uma comunidade de consumo engajada.

[palavras-chave] Marketing de Influência. Design de Produtos Virais. JW Anderson. TikTok. Influenciadores digitais.

¹ Mestre em Design. Professora no curso de Design de Moda - UniSENAI e UNIFEBE. E-mail: thai@terra.com.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2182377331702727>

² Mestre em Design. Professora nos cursos de Moda e Design - UniSENAI e Católica de Santa Catarina. E-mail: laurapedripereira@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2076708371376942>

[abstract] This study examines the relationship between product design and virality within the context of social media, focusing on TikTok, a platform that has reshaped marketing practices and consumer behavior, particularly among Gen Z users. The research problem centers on how fashion brands are adapting design strategies to maximize virality and its impact on consumer engagement. Through a descriptive and exploratory approach, the study investigates trends in viral product design and influence marketing, utilizing a literature review and the case study of JW Anderson's pigeon-shaped clutch. Virality, a key element of TikTok, is driven by factors such as creativity, visual appeal, and emotional engagement, shaping both content production and consumption. The study also discusses how these strategies redefine the role of digital platforms as communication channels and how these platforms shape new social and economic practices. The findings highlight the effectiveness of leveraging disruptive aesthetics and narratives to connect brands with contemporary audiences. By fostering interactions and creating shareable experiences, JW Anderson achieved greater prominence and built an engaged consumer community.

[keywords] **Influence Marketing. Viral Product Design. JW Anderson. TikTok. Digital Influencers.**

Recebido em: 23-01-2025.

Aprovado em: 07-05-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1919>

Introdução

Com a popularização da internet e a Web 2.0, o poder dos meios de comunicação tradicionais passou a ser questionado. Atualmente, vivemos em um ambiente midiático cada vez mais marcado pela descentralização dos fluxos comunicativos. Na era das redes sociais digitais, a cultura da participação alterou os espaços de circulação de informações, desfazendo as fronteiras entre quem consome e quem produz conteúdo.

A expressão cultura participativa, criada por Jenkins em 1992, atualmente “foi apropriada para definir o contexto contemporâneo marcado pelas mídias sociais digitais” (Girardi, 2023, p. 52). À medida que o conceito foi evoluindo, acabou se referindo a uma variedade de grupos que funcionam na produção e na distribuição de mídias para atender aos interesses coletivos (Jenkins, Green e Ford, 2014).

Jenkins (2009, p. 30) complementa que a expressão cultura participativa “contrasta com as noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação.” Agora é possível considerar produtores e consumidores de mídia como participantes que interagem, em vez de desempenharem papéis distintos e separados.

À medida que as práticas populares da audiência ganham mais destaque, muitos criadores de conteúdo se veem diante de diversas ferramentas de comunicação online que facilitam o compartilhamento instantâneo e informal. Essas plataformas permitem que os usuários disseminem artefatos de mídia de forma mais ágil, enquanto exploram formas de monetizar a atividade gerada pelos próprios usuários (Jenkins, Green e Ford, 2014).

Dentro desse contexto, Burgess (2021) afirma que tais plataformas detêm grande poder sobre o setor de informação e as indústrias criativas. Suas lógicas (ou seja, a maneira como elas operam) reestruturam profundamente a nossa sociedade e cultura. Exemplo disso é o desenvolvimento do TikTok, plataforma que, com o fenômeno da mobilidade, passou a mediar diversas relações - inclusive econômicas - a partir do uso do aplicativo em dispositivo móvel.

Nos últimos anos, o TikTok emergiu como uma das plataformas de mídias sociais mais influentes, especialmente no setor da moda, facilitando a viralização de tendências e produtos. Lançado em 2016 na China, “o aplicativo de vídeos curtos foi introduzido no mercado internacional em 2017 e, em apenas 3 anos, entrou para a lista de apps mais baixados em todo o mundo” (Girardi, 2023, p. 82).

De acordo com um ranking feito a partir de dados da DataReportal, o Brasil tem 82,2 milhões de usuários com 18 anos ou mais. Deve-se ressaltar que o aplicativo TikTok permite que usuários a partir dos 13 anos de idade criem uma conta, porém, dados a respeito da presença do público menor de 18 anos não são divulgados publicamente, o que não permite uma comparação exata a respeito do número de adolescentes na plataforma ante o de adultos sob uma perspectiva geral (Exame, 2023).

A plataforma alcançou um engajamento significativo entre os jovens da Geração Z³, um grupo que cresceu na era digital e utiliza as mídias sociais como seu principal meio de comunicação e expressão. Com hábitos de consumo de mídia distintos das gerações anteriores, essa geração digital está em busca de experiências, não apenas de conteúdo. Nesse sentido, o TikTok atende a essas expectativas, oferecendo uma experiência interativa completa que o torna o favorito entre os jovens (Girardi, 2023).

Com seu crescimento meteórico e capacidade de atrair uma audiência jovem e altamente engajada, o TikTok tornou-se um terreno fértil para as estratégias de marcas de moda. Segundo dados do Mobiletime (2025), o app de rede social que mais cresceu nos últimos 12 meses no Brasil foi o TikTok, que passou de 40% para 46% sua penetração nos smartphones nacionais. Sua predominância é de jovens de 16 a 29 anos (61%), em comparação com os grupos de 30 a 49 anos (42%) e 50 anos ou mais (41%). O TikTok está mais presente nos smartphones de mulheres (50%) que nos de homens (42%).

“A agilidade e a criatividade se tornam as principais armas nesse cenário, com as marcas explorando novas maneiras de contar suas histórias e destacar seus produtos de moda de maneira autêntica e envolvente.” (Oliveira, 2021). Entretanto, apesar de existirem diversos estudos sobre a utilização de mídias sociais em ações de comunicação de marcas de moda, ainda é pouco explorado como as marcas de moda estão intencionalmente moldando suas coleções e criando produtos para se alinhar às dinâmicas específicas de viralidade do TikTok.

Dado o crescimento das mídias sociais como uma ferramenta de marketing, plataformas como TikTok têm se mostrado importantes para a popularização de tendências de moda. No entanto, ainda é incerto como as estratégias de design dessas marcas estão sendo intencionalmente moldadas para viralizar. Dessa forma, tem-se como problema de pesquisa como as marcas de moda estão adaptando suas estratégias de design de produtos para maximizar a viralidade nas mídias sociais, particularmente no TikTok, e quais são os efeitos dessa abordagem no comportamento dos consumidores.

Aral e Walker (2011) explicam que há uma lacuna na questão de saber se (e como) as empresas podem desenvolver produtos que sejam, por si mesmos, mais propensos a se tornarem virais. A eficácia de tais estratégias ainda não foi examinada, o que apresenta uma possibilidade de exploração dos mecanismos que impulsionam a viralidade no design de produtos, potencialmente levando a abordagens inovadoras que aumentam o engajamento do usuário e o alcance do mercado.

Este estudo visa a investigar de que maneira as marcas estão ajustando seus processos de concepção de produtos e como essas adaptações influenciam o comportamento de consumo. Produtos virais são aqueles que, por algum motivo, capturam a atenção do público e se propagam rapidamente pela internet, gerando volume de vendas, visibilidade e

³ Geração Z são os jovens nascidos entre os anos de 1997 e 2012, particularmente influenciados pelas tendências das mídias sociais e recomendações de colegas, tornando-os um grupo demográfico importante para entender a dinâmica dos produtos virais. Cruz e Pinto de Lima (2020) explicam que esses jovens estão habituados à troca contínua de informações e à interação com múltiplas plataformas digitais. Seu comportamento de consumo é caracterizado por uma relação multifacetada com as marcas, priorizando experiências interativas, imediatismo, autenticidade e a possibilidade de participação ativa nas narrativas e processos das organizações.

engajamento, especialmente nas mídias sociais. A pesquisa busca, portanto, compreender as interações entre design de produto e viralidade, contribuindo para o entendimento mais profundo das práticas de marketing contemporâneas nas mídias sociais. Assim, o objetivo geral deste estudo é analisar as estratégias adotadas por marcas de moda no desenvolvimento de produtos destinados à viralidade nas plataformas de mídia social, com ênfase no TikTok.

O crescimento dessa plataforma como ferramenta de marketing destaca a necessidade das marcas em compreender como adaptar suas estratégias de design para maximizar a visibilidade. Para isso, os objetivos específicos deste artigo são avaliar o impacto das estratégias de viralidade na percepção e no engajamento dos consumidores, a partir da análise de um estudo de caso da marca JW Anderson; investigar como as marcas de moda utilizam influenciadores digitais para promover peças específicas; e ainda, avaliar o impacto dessas estratégias de viralidade na percepção e engajamento dos consumidores.

Dado esse cenário de constante transformação, o marketing de influência e o design viral emergem como estratégias para marcas que buscam maximizar seu alcance em plataformas como o TikTok. Essa análise contribuirá para o entendimento dos mecanismos que potencializam o sucesso de campanhas virais e o impacto disso no comportamento de consumo.

A capacidade desses aplicativos de mídias sociais de gerar engajamento e moldar o comportamento dos consumidores, particularmente entre a Geração Z, torna essencial uma análise de suas dinâmicas. Cruz e Pinto de Lima (2020) revelam que as três atividades em mídias sociais mais realizadas pela Geração Z são assistir a vídeos feitos por outros usuários, escutar ou baixar áudio/ música de outros usuários e atualizar seu status em um site de relacionamento social. Os autores ainda enfatizam que a “Geração Z afirma-se uma geração ativa no Mundo Digital, com comportamentos relevantes para as marcas e empresas, sendo necessário continuar a prestar atenção a este fenômeno de mercado” (Cruz e Pinto de Lima, 2020, p. 76).

Diante da influência crescente das mídias sociais no comportamento de consumo, especialmente entre os jovens da Geração Z, torna-se fundamental compreender como as marcas de moda respondem a essas novas dinâmicas digitais. O engajamento promovido por plataformas como o TikTok, aliado à atuação ativa dos usuários na criação e disseminação de conteúdos, evidencia a importância de estratégias como o marketing de influência e o design viral. Nesse contexto, esta pesquisa propõe-se a investigar de forma sistematizada como essas estratégias são incorporadas pelas marcas na concepção de produtos pensados para viralizar, contribuindo não apenas para sua visibilidade, mas também para a ampliação do engajamento e das vendas.

Esta pesquisa é de natureza aplicada pois busca resolver um problema prático ao compreender como marcas de moda ajustam a concepção de seus produtos para maximizar a viralidade nas plataformas digitais e, com isso, potencializar seu impacto comercial e de engajamento. Quanto aos objetivos, a pesquisa é classificada como exploratória e descritiva. É exploratória por investigar um fenômeno contemporâneo e ainda pouco sistematizado — as estratégias de viralidade em produtos de moda — e descritiva por analisar e detalhar as características dessas estratégias, com base em evidências empíricas e bibliográficas.

No que diz respeito aos procedimentos técnicos, a metodologia adotada combina dois métodos principais: pesquisa bibliográfica e estudo de caso. A pesquisa bibliográfica

foi realizada a partir da revisão de literatura científica e de fontes especializadas em marketing digital, design de moda, cultura da viralidade e comportamento do consumidor nas mídias sociais. O objetivo dessa etapa foi embasar teoricamente os conceitos-chave que norteiam o estudo e compreender os discursos acadêmicos e de mercado sobre o fenômeno investigado.

O estudo de caso foi focado na análise da bolsa *clutch*⁴ em formato de um pombo da marca JW Anderson. A investigação empírica concentrou-se na análise do produto “*pigeon clutch*” — uma bolsa clutch em formato de pombo lançada pela marca JW Anderson. O estudo de caso foi escolhido por se tratar de um exemplo emblemático de produto de moda concebido com alto potencial de viralidade. A análise considerou aspectos como design, storytelling, recepção pelo público nas redes sociais (especialmente no TikTok), estratégias de divulgação e impactos em termos de engajamento e vendas.

Marketing de Influência e Influenciadores

A influência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e a expansão do acesso à internet transformaram significativamente as interações entre as áreas do conhecimento. Nesse contexto, a relação entre marca e consumidor evoluiu para um cenário que elimina as barreiras de tempo e espaço, permitindo o surgimento de uma nova cultura digital. Essa cultura se caracteriza pela comunicação bidirecional e pela participação ativa do público, que deixa de ser apenas um receptor passivo e assume também o papel de emissor de informações (Jenkins, 2009).

Essa mudança - de distribuição para circulação - sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginada antes (Jenkins, Green e Ford, 2014, p. 24).

No atual cenário informacional, os conteúdos destinados ao público geral deixaram de ser produzidos exclusivamente pela mídia tradicional, passando a ser gerados por fontes independentes. Com o apoio das mídias sociais, esses indivíduos, muitas vezes anônimos, podem rapidamente alcançar notoriedade, sendo reconhecidos como especialistas nos temas que abordam em seus perfis nas diversas plataformas de mídias sociais e entretenimento e influenciando o comportamento de consumo, o estilo de vida e as opiniões de seus seguidores.

Essas pessoas, conhecidas como “influenciadores digitais”, são indivíduos que têm fortes conhecimentos sobre determinado assunto e que provavelmente, numa rede de contatos, serão os primeiros a serem consultados a propósito de uma compra. Eles têm o papel essencial de mediar a transmissão de informação provinda de empresas, interpretam-na e

⁴ Uma bolsa *clutch* é um tipo de bolsa de mão compacta, geralmente sem alças, projetada para ser carregada na mão ou debaixo do braço.

difundem-na via digital, onde é rápida e facilmente disseminada. Os influenciadores podem ser altamente eficazes na passagem de conteúdos de forma credível e orgânica, gerando elevados níveis de visibilidade e envolvimento (Souza, Silva e Sandes, 2022).

Sibila (2016, p. 81) enfatiza que o foco tem se desviado das figuras ilustres, das vidas exemplares ou heroicas que antes atraíam a atenção de biógrafos e leitores. Atualmente, são as pessoas consideradas comuns que estão despertando a curiosidade, com suas narrativas autobiográficas que se multiplicam em perfis de mídias sociais. “Esse personagem tende a atuar como se estivesse sempre diante de uma câmera, disposto a se exhibir em qualquer tela, mesmo que seja nos palcos mais banais da vida real.”

As relações sociais entre as pessoas passaram a ser mediadas por imagens, e a visibilidade midiática passou a ser um “espetáculo da vida cotidiana – imagens mediadas por imagens” (Karhawi, 2022, p. 42). Na sociedade contemporânea, o indivíduo passa a se responsabilizar pela produção de sua visibilidade: a internet tornou-se uma facilitadora desse processo, oferecendo ferramentas para que se produza sua própria visibilidade.

Com o surgimento das novas tecnologias e com a evolução dos mercados, o marketing foi se adaptando, surgindo o marketing de influência, que corresponde ao planejamento, controle das redes sociais digitais pelos líderes de opinião e multiplicadores de *social media*, através das suas recomendações (Barreiro; Dinis; Breda, 2019).

Na moda, a figura do ‘líder de opinião’ é um conceito já bastante argumentado, entretanto, o conceito fortalece e torna-se primordial para o entendimento do consumo de moda. Garcia e Miranda (2007, p. 72) explicam que os estágios do ciclo de vida do produto de moda dependem da adoção deste por parte desses líderes, seguida pelo “incremento da aceitação pública (crescimento), conformidade da massa (maturação) e o inevitável declínio e obsolescência.” Ou seja, “o primeiro estágio para a aceitação e difusão de determinada moda passa pela adoção dos líderes de opinião de moda” (Garcia; Miranda, 2007, p. 72).

Esse conceito conecta-se diretamente ao marketing de influência, uma estratégia digital que explora o poder dos influenciadores – os líderes de opinião contemporâneos – para promover marcas e produtos, impactando o comportamento de consumo. O marketing de influência, também conhecido como *influencer marketing*, é uma estratégia de marketing digital que envolve a parceria entre uma marca e produtores de conteúdo que influenciam o público.

O marketing de influência é um campo emergente e em rápido desenvolvimento. Essa estratégia, que tem se tornado cada vez mais importante na comunicação de marcas, depende da parceria entre influenciadores e marcas para comercializar produtos por meio das mídias sociais (Mrad *et al*, 2024).

Os influenciadores de mídia social se tornaram líderes de opinião que têm influência substancial sobre seus seguidores ao construírem marcas pessoais distintas e uma identidade visível que sua rede de seguidores considera atraente e com a qual se identificam. Os seguidores os percebem como mais confiáveis e persuasivos do que as celebridades tradicionais devido à proximidade com o seu público (Mrad *et al*, 2024).

As empresas buscam aproveitar a habilidade dos influenciadores em apresentar novidades da moda de maneira acessível e cotidiana, de forma a parecer espontânea e

desinteressada. Esse papel dos influenciadores é altamente valorizado no mercado, pois têm um impacto significativo na comunicação com o público. No entanto, é essencial que os acordos comerciais sejam discretos, para que a autenticidade percebida não seja comprometida e a estratégia continue eficaz (Sibila, 2016).

O que as empresas querem deste tipo de personagens? Aproveitar a capacidade que elas têm para apresentar as novidades da moda na linguagem cotidiana das clientes, de um modo que pareça espontâneo e desinteressado. [...] Em termos de mercado é algo valiosíssimo, mas há uma ressalva importante: os pactos comerciais devem ser dissimulados para que não percam eficácia (Sibila, 2016, p. 37-38).

Estudos indicam que o marketing de influência apresenta um retorno sobre o investimento (ROI) significativamente maior, sendo estimado até 11 vezes superior ao ROI médio de outros tipos de investimentos. Esse tipo de marketing oferece às empresas um alcance maior do que qualquer outro canal de comunicação. Para maximizar esses benefícios, as empresas devem se posicionar nos espaços digitais em que seu público-alvo passa a maior parte do tempo, permitindo, assim, tanto a interação com esse público quanto a demonstração da personalidade da marca. A parceria com influenciadores digitais, quando alinhada à estratégia da marca, tem mostrado resultados expressivos em termos de retorno (Souza, Silva e Sandes, 2022).

Quando uma marca colabora com influenciadores digitais, amplia seu alcance e pode direcionar a criação de produtos que tenham maior potencial de viralização. O design de produtos virais envolve a criação de itens que sejam visualmente atrativos, inovadores e que despertem o desejo de compartilhamento entre os consumidores nas redes sociais. Quando esses produtos são promovidos por influenciadores, sua visibilidade e aceitação aumentam significativamente, impulsionando tanto o engajamento do público quanto o retorno sobre o investimento. Assim, o marketing de influência e o design de produtos virais se complementam, fortalecendo a percepção da marca e potencializando a disseminação orgânica de suas criações.

Design de produtos virais

A ascensão do ambiente digital trouxe inúmeras vantagens para as empresas, permitindo uma análise detalhada do comportamento do consumidor por meio de métricas como taxas de conversão, cliques, impressões e engajamento social. Segundo Albuquerque (2021), essa capacidade de rastreamento permite que as marcas ajustem suas estratégias com base em dados concretos, otimizando-as de forma mais eficaz.

A ampla difusão das redes sociais e das plataformas de e-commerce oferece uma grande fonte de informações para entender as necessidades, interesses e opiniões dos clientes, que podem ser aproveitadas para criar melhores estratégias de marketing e produtos mais adequados⁵ (Barbieri e Bonchi, 2014, p. 9).

Entender o comportamento do usuário é fundamental para avaliar como as estratégias em redes sociais impactam as decisões de compra. Gonçalves (2022) destaca que, assim como no ambiente offline, o processo de decisão do consumidor digital segue etapas estruturadas, começando pelo reconhecimento de uma necessidade, muitas vezes influenciado por conteúdos publicados online. A exposição de produtos com influenciadores, por exemplo, permite que as marcas capitalizem essa influência, fortalecendo sua reputação e, muitas vezes, criando um senso de urgência nos consumidores (Pinto, 2020).

Fardilha (2021) observa que essa urgência está associada à rápida mudança de tendências nas mídias sociais, por conta das quais os consumidores sentem a pressão de adquirir produtos antes que saiam de moda. Já a moda, enquanto indústria, também é marcada por sua dinâmica intensa, em que os gostos mudam rapidamente. Por isso, as marcas enfrentam o desafio permanente de se manterem relevantes e conectadas ao público – algo que pode ser solucionado por meio da interface altamente interativa e focada em vídeos curtos que o TikTok oferece.

De acordo com Maués (2022), as marcas que conseguem alinhar suas estratégias de desenvolvimento de produtos com o comportamento online dos consumidores têm uma vantagem competitiva significativa em um ambiente tão dinâmico. É o caso da Shein, por exemplo, que aproveita esse movimento, lançando coleções em uma velocidade recorde para atender à demanda por novidades gerada pelo algoritmo da plataforma:

O desejo pela novidade, potencializado pela pressão do algoritmo, ajuda a espalhar a tendência entre os membros do grupo e desperta a demanda por versões mais acessíveis, sobretudo, das redes de *fast-fashion* (Girardi, 2023, p. 127).

É o caso, então, da criação dos “produtos virais”. O design de produtos virais envolve a incorporação de características e recursos específicos para gerar influência entre pares, incentivando sua adoção e gerando efeitos psicológicos no desejo do usuário de compartilhar o produto com outras pessoas. Historicamente, esse conceito pode ser rastreado desde o século XIX, com o envio da primeira corrente de cartas em 1888. Hoje, a tecnologia da informação facilita esse processo por meio de conteúdos publicados e compartilhados em plataformas como o Instagram, Pinterest e TikTok (Aral e Walker, 2011).

⁵ Tradução livre: “The wide diffusion of social media and e-commerce platforms provides a great source of information for understanding customers’ needs, interests and opinions, which can be exploited to design better marketing strategies and better products.”

O conceito de “viralização” está associado à metáfora que resulta do processo biológico da transmissão de um vírus que vai se alastrando de indivíduo para indivíduo. Da mesma forma, a mensagem é transmitida de internauta para internauta em um ambiente digital, acontecendo de forma intensa e colaborativa em grande escala. Como um vírus, informações são espalhadas a potenciais compradores que, em seguida, a repassam. De acordo com Romano e Christino (2016), o sucesso viral depende da participação ativa dos consumidores no encaminhamento de mensagens para terceiros.

Um estudo realizado por Aral e Walker (2011) demonstrou que o design viral de produtos pode ser uma ação mais eficaz do que as tradicionais estratégias de marketing digital, já que os autores sugerem que a adoção de produtos é influenciada pelas redes sociais dos usuários. Laços fortes entre indivíduos que exibem maior similaridade e confiança mútua, como amigos próximos ou influenciadores, são mais eficazes em promover o compartilhamento de informações, especialmente em ambientes online.

Esse contexto interfere diretamente na percepção e avaliação de produtos de moda. Durante a decisão de compra, os consumidores consideram fatores como preço, qualidade, conveniência e, de forma crescente, a identificação com a marca, muitas vezes construída por meio de estratégias eficazes na plataforma. Após a aquisição, os consumidores tendem a avaliar sua experiência e compartilhar suas opiniões nas redes sociais. Oliveira (2023) explica que as avaliações de outros usuários, frequentemente disseminadas no TikTok, têm um impacto relevante nas decisões de compra, uma vez que comentários positivos podem reforçar a confiança dos potenciais clientes. Dessa forma, o design viral de produtos pode criar um ciclo de *feedback*: à medida que mais amigos de um usuário adotam um produto, o próprio usuário tende a utilizá-lo mais, o que, por sua vez, gera mais adoções entre seus pares.

Descobrimos que o design de produtos virais tem impactos identificáveis economicamente na influência entre pares e no contágio social na difusão de novos produtos. Os resultados de nosso experimento randomizado sugerem que incorporar características virais nos produtos pode aumentar o contágio social em até 400%⁶ (Aral e Walker, 2011, p. 1635).

No TikTok, números de curtidas, compartilhamentos e comentários são publicamente visíveis, de modo que, quando um conteúdo alcança alta popularidade, seu sucesso torna-se evidente para o público. Esse fenômeno é significativo porque, como mencionado, a maioria das pessoas tende a ser influenciada pelas opiniões da coletividade. Assim, elevados índices de engajamento podem atrair ainda mais usuários para interagir com publicações, gerando um ciclo de engajamento contínuo.

⁶ Tradução livre: “We found that viral product design has econometrically identifiable impacts on peer influence and social contagion in new product diffusion. Results of our randomized trial suggest that designing viral features into products can increase social contagion by up to 400%.”

Segundo Wahid, Karjaluoto, Taiminen e Asiati (2023), isso aumenta as intenções de compra, permitindo maior eficiência de custos, crescimento das vendas e aumento do valor vitalício do cliente. Tais resultados reforçam a importância de estratégias que fomentem o engajamento ativo, especialmente em plataformas como o TikTok, onde os dados de interação são amplamente acessíveis e exercem impacto significativo no comportamento dos consumidores.

Essa dinâmica destaca o papel das redes no aumento do engajamento e da contaminação social, interações que são fatores críticos na difusão de produtos. Por isso, a combinação do design de produtos virais e marketing de influência, aliada à coleta e análise de dados, permite que as marcas otimizem suas estratégias de maneira mais eficaz.

Estudo de caso da bolsa clutch em formato de pombo da marca JW Anderson

Este capítulo apresenta os resultados obtidos a partir da análise de um produto criado pela marca JW Anderson para promover a viralidade nas plataformas de mídia social, com foco especial no TikTok.

A marca JW Anderson, fundada pelo designer Jonathan Anderson em 2008, consolidou-se como uma das principais expressões da moda contemporânea britânica, destacando-se por sua abordagem experimental e pelo cruzamento entre códigos do vestuário masculino e feminino. A marca ganhou notoriedade pela ousadia estética e pelo questionamento das convenções tradicionais de gênero na moda, conquistando prêmios como o British Fashion Award. Suas coleções frequentemente propõem um diálogo entre tradição e vanguarda, evocando referências históricas e culturais que se reconfiguram em narrativas visuais contemporâneas (JW Anderson, 2025).

O produto analisado é uma *clutch* em formato de um pombo (figura 01), selecionada devido à sua singularidade estética, impacto cultural e relevância no contexto da moda contemporânea e das mídias sociais. Este acessório exemplifica como o design pode ser empregado como ferramenta de comunicação e engajamento em plataformas digitais, além de reforçar os valores estéticos e conceituais característicos da marca. A peça também ilustra a capacidade da marca de transformar objetos cotidianos em declarações de moda, o que mostra sua habilidade em dialogar com as novas formas de consumo e circulação de conteúdo visual.

As análises realizadas foram organizadas de modo a destacar as principais táticas identificadas na campanha e ações de marketing da marca, considerando aspectos como o uso de influenciadores e a criação de conteúdo visualmente atrativo e de rápida disseminação.

FIGURA 01 - *CLUTCH* EM FORMATO DE POMBO E MODELO USANDO-A NO DESFILE MASCULINO DE OUTONO DE 2022 DA MARCA JW ANDERSON



FONTE: jwanderson, 2024.

Serão abordadas as estratégias de engajamento, incluindo a interação com o público e o papel dos influenciadores no sucesso dessa campanha. Em seguida, exploram-se as adaptações de design e de produto que impulsionam o compartilhamento espontâneo, levando em conta os aspectos estéticos, culturais e sociais que tornam esses produtos “viralizáveis”. Por fim, discutem-se as métricas de desempenho utilizadas para avaliar o alcance e a efetividade das estratégias de viralização.

A bolsa, criada pelo estilista Jonathan Anderson, foi lançada durante a coleção masculina de outono em 2022. Segundo o designer, a ideia surgiu como um alívio cômico para contrastar com a situação epidemiológica daquele momento, marcado pelo rápido contágio da Ômicron, variante da Covid-19:

A moda tem essa maneira incrível de nos permitir escapar da realidade. Além disso, pombos são tão intrinsecamente sem glamour que é engraçado transformá-los em um objeto funcional, como uma bolsa clutch, que normalmente é vista como algo bastante glamoroso. [...] Os pombos são um símbolo tão engraçado no cenário da vida metropolitana, algo facilmente reconhecível e relacionável para cidadãos de quase todas as cidades do mundo⁷ (Gonzalez, 2022, s.p.).

⁷ Tradução livre: “Fashion has this great way of allowing us to escape reality. Also pigeons are so inherently unglamorous, it’s funny to turn it into a functional object like a clutch bag that’s typically seen as quite glamorous. [...] Pigeons are such a funny symbol in the landscape of metropolitan life, something that’s so easily recognized and relatable for citizens in nearly every city in the world”.

Ao combinar um ícone urbano com um acessório de moda normalmente associado ao glamour, a *clutch* da marca JW Anderson cria um contraste que capta atenção e facilita o compartilhamento espontâneo em redes sociais. Segundo Migliato, Pinsky e González-Aldea (2022), não há viralização sem produtos que transmitem mensagens específicas caracterizadas por atributos emocionais e funcionais. Por isso, o visual peculiar e humorístico do item torna-o fotogênico e contribui para uma estratégia que visa à viralidade, pois já incorpora elementos emocionais que incentivam a interação do público.

Conforme Berger e Milkman (2012), são justamente as emoções que motivam o compartilhamento espontâneo dos usuários: sentimentos como surpresa, humor e admiração aumentam a probabilidade de um conteúdo ser disseminado nas redes sociais, criando conexões afetivas entre o público e o produto. Essa experiência afetiva contribui para a formação de comunidades virtuais e reforça a percepção de autenticidade e exclusividade, elementos essenciais para o fortalecimento da marca no ambiente digital.

Soma-se a isso as particularidades do algoritmo do TikTok, que favorece conteúdos com “potencial viral”. Seu sistema de recomendação impulsiona vídeos populares, o que, por sua vez, molda as práticas dos usuários em relação à visibilidade (Araújo e Karhawi, 2023). Algoritmos, tradicionalmente definidos como conjuntos de instruções matemáticas ou lógicas, passaram a representar, nas mídias sociais, processos diversos de inteligência artificial baseados em aprendizado de máquina. Diferentemente de outras plataformas, o TikTok apresenta conteúdos por meio de reprodução automática, sem exigir ação inicial do usuário. Embora pareça aleatória, essa exibição é determinada por fatores como interações anteriores (curtidas, comentários, contas seguidas), dados dos vídeos (legendas, sons, *hashtags*) e configurações do dispositivo (idioma, localização, tipo de aparelho). A experiência na plataforma é, então, fortemente mediada por um sistema que molda o consumo de conteúdo de forma personalizada e dinâmica (Grandinetti e Bruinsma, 2023).

Nesse sentido, o design “curioso” da *clutch* atende aos requisitos das redes sociais, nas quais as tendências se espalham rapidamente graças ao algoritmo que prioriza o engajamento. Assim, o design viral (em que o próprio produto chama atenção pela aparência única e atraente) permite que o conteúdo atinja rapidamente muitas visualizações e compartilhamentos, o que fortalece o engajamento e aumenta o interesse pelo produto (Aral e Walker, 2011).

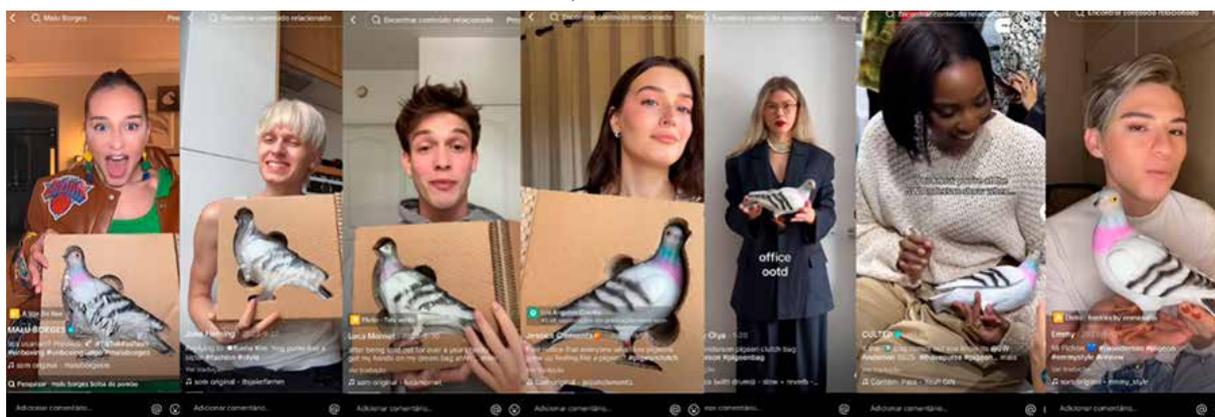
Isso confirma o estudo de Romano e Christino (2016), que revelou que a existência de emoções positivas é essencial para a decisão do compartilhamento de um vídeo viral, sendo que os consumidores ficam mais receptivos a transmiti-lo ao seu grupo social. Inclusive, o fator “surpresa” foi considerado como um dos principais gatilhos para a realização dessa ação, uma forte influência sobre o comportamento de viralização.

Com isso, o sucesso da *clutch* de pombo da JW Anderson pode ser analisado em função de sua integração com estratégias de marketing que incentivam o conteúdo gerado pelo usuário. Esse tipo de conteúdo, conhecido também como *User Generated Content* (UGC), refere-se a qualquer material – como vídeos, fotos, comentários ou resenhas – criado e compartilhado espontaneamente por consumidores nas redes sociais, sem mediação direta da marca. O UGC apresenta o produto inserido em contextos reais e diversos, gerando maior identificação com o público e fortalecendo o senso de comunidade em torno da marca. Ele contribui para a construção de narrativas coletivas, nas quais o consumidor é agente ativo da disseminação do produto, não um mero receptor.

O UGC é uma estratégia importante porque os consumidores, especialmente a Gen Z, procuram, cada vez mais, autenticidade das marcas. Para além deste benefício, o UGC ajuda a estabelecer lealdade à marca, ajuda a desenvolver a comunidade e aumenta as conversões e influencia as decisões de compra (Vasconcelos, 2024, p. 26).

O conteúdo gerado pelos usuários, observado na figura 2, emerge como uma ferramenta poderosa nesse processo, permitindo que os clientes compartilhem suas experiências pessoais com o produto de forma orgânica e, dessa maneira, enriquecem a narrativa da marca por meio de diferentes perspectivas.

FIGURA 02 - CONTEÚDOS GERADOS PELOS USUÁRIOS COM A CLUTCH DE POMBO, NA PLATAFORMA TIKTOK



FONTE: Printscreen da plataforma TikTok, 2024.

Ao utilizar plataformas que facilitam essa interação, como o TikTok, as empresas conseguem fomentar comunidades, permitindo que os consumidores desempenhem um papel ativo na construção da narrativa da marca. Nesses espaços, a estética visual e as narrativas de identificação aumentam o engajamento do consumidor, especialmente entre os grupos demográficos mais jovens.

Tipicamente, uma bolsa de grife é um indicador de riqueza e status. No entanto, para olhos menos treinados, a clutch de pombo da JW Anderson não aparenta ser um item de luxo de US\$890. Ainda assim, ela parece mais alinhada com o que a geração mais jovem de hoje busca em suas roupas: algo estranho e fora de tendência que os diferencia. Além disso, é—como toda a melhor moda deve ser—um ponto de partida para conversas instantâneas, mesmo entre aqueles que alegam não saber nada sobre moda⁸ (Gonzalez, 2022).

⁸ Tradução livre: “Typically, a designer bag is an indicator of wealth and status. To the untrained eye, though, JW Anderson’s pigeon clutch doesn’t present as a \$890 luxury good. And yet, it feels more in line with what today’s younger generation wants from their clothing: something weird and untrendy that sets them apart. It’s also—like all the very best fashion should be—an instant conversation starter, even among those who would claim to not know the first thing about fashion.”

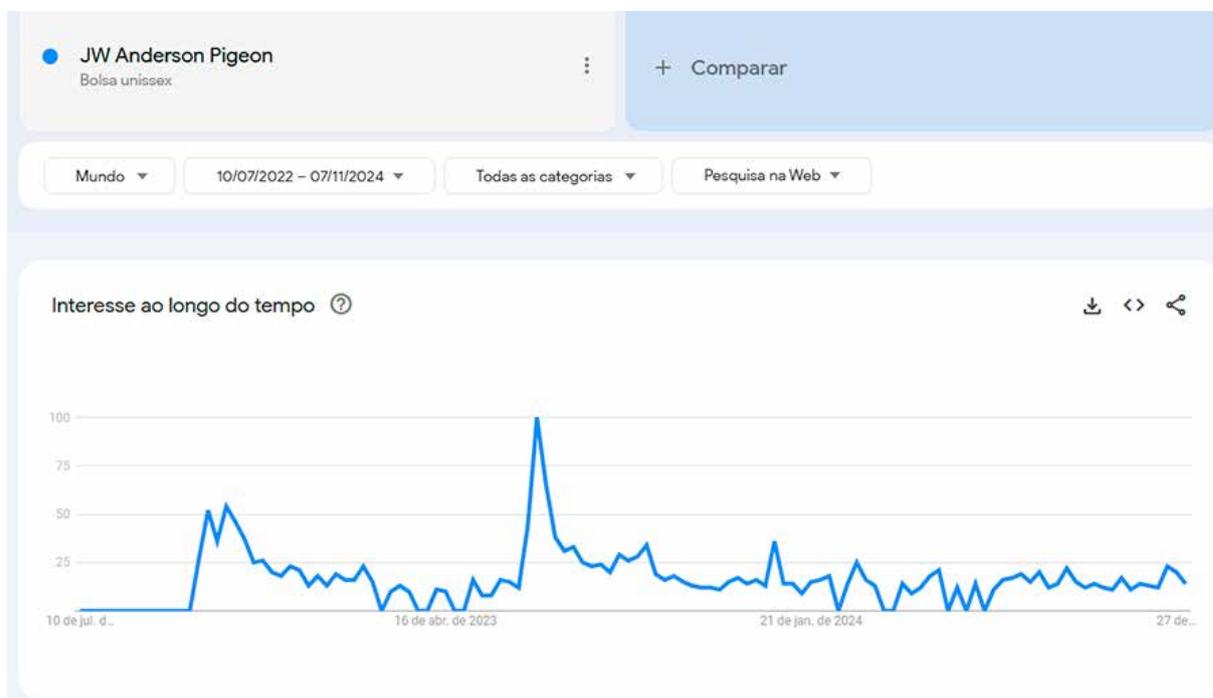
Essa evolução para um modelo de marca participativa destaca a importância da autenticidade e da conexão no marketing de moda atual, visto que os usuários cada vez mais buscam narrativas relacionáveis em detrimento de campanhas publicitárias tradicionais. Estudos demonstram que abordagens orientadas pela comunidade geram maiores taxas de engajamento, uma vez que ressoam de forma mais profunda com públicos que valorizam os valores compartilhados em suas decisões de compra (Nascimento, 2023):

Em pesquisa da Opinion Box com usuários brasileiros, 68% dos respondentes disseram que conheceram produtos e serviços que nunca tinham visto antes no TikTok e 43% afirmaram que já compraram algum produto ou contrataram algum serviço indicado por alguém nessa plataforma (Nascimento, 2023, p. 19).

Isso pode ser corroborado pelo aumento substancial no tráfego da página de vendas da JW Anderson, que triplicou em comparação com o período anterior, indicando o sucesso da campanha em atrair potenciais consumidores (Gonzalez, 2022). Segundo representantes da marca, a bolsa foi o produto mais visualizado no site no mês de agosto, esgotando no seu primeiro lançamento em 2022 e sendo renovada para novas produções (Gallagher, 2022), já que possuía lista de espera de compradores (Cochrane, 2022).

As interações nas redes sociais, como curtidas, comentários e compartilhamentos mostraram altos níveis de engajamento, confirmando o sucesso da estratégia, bem como as pesquisas pela bolsa em buscadores online, que atingiram seu pico no meio do ano de 2023 (figura 03).

FIGURA 03 - BUSCAS PELA BOLSA DE POMBO DA MARCA JW ANDERSON AO LONGO DO TEMPO



FONTE: Printscreen da plataforma Google Trends, 2024.

Assim, o TikTok se consolidou como uma plataforma fundamental na descoberta de produtos, promovendo a criação de comunidades de consumo por meio do compartilhamento de experiências. As marcas, ao se integrarem nesses espaços, podem estabelecer novas formas de relacionamento com seus consumidores e identificar oportunidades de negócios, tanto para o desenvolvimento de produtos quanto para a adaptação a novas demandas.

O algoritmo da plataforma desempenha um papel central nesse processo, regulando a interação entre usuários e influenciando as dinâmicas de propagação e acesso a novidades. No entanto, os usuários também têm um papel ativo na construção dessa cultura, fazendo com que o TikTok se torne um motor para a criação e difusão de novas tendências de moda e consumo:

[...] as comunidades de consumo do TikTok apresentam dispositivos tanto de interação como de mediação. Ou seja, ao mesmo tempo que propiciam possibilidades de conexão para os indivíduos, também servem como elemento de propulsão da atividade de consumo na plataforma digital. Nas comunidades no TikTok, a prática de consumo é o que une os membros da comunidade (Nascimento, 2023, p. 22).

Estes resultados mostram conceitos significativos sobre as dinâmicas de viralidade nas plataformas de mídia social, especialmente no TikTok. O design peculiar e humorístico do produto, aliado ao contexto social contemporâneo, contribui para um engajamento espontâneo e autenticamente gerado pelos usuários, refletindo uma mudança nas expectativas dos consumidores, especialmente entre as gerações mais jovens que utilizam a plataforma.

A evidência de que o conteúdo gerado pelos usuários (UGC) desempenha um papel importante na construção da narrativa da marca reforça a necessidade de estratégias interativas na criação de produtos e campanhas de moda. A viralização apresenta-se como uma questão de conexão emocional e relevância cultural, fatores que se traduzem em aumento significativo no engajamento e nas vendas da marca. Assim, o design de produtos voltado para uma possível viralização, como o caso da *clutch* de pombo, captura a atenção e fomenta uma comunidade engajada em torno da marca.

Considerações Finais

O presente estudo investigou como as marcas de moda têm ajustado sua concepção de produtos para maximizar a viralidade em plataformas de mídias sociais, com ênfase no TikTok. A análise revelou que o design estratégico e o design de produtos virais, aliado ao marketing de influência, desempenham um papel importante na criação de produtos que engajam consumidores e moldam tendências, particularmente entre os jovens da Geração Z.

O estudo também destacou as particularidades do algoritmo do TikTok, que favorece conteúdos com “potencial viral”. O sistema de recomendação prioriza vídeos com alto engajamento, o que influencia diretamente as práticas dos usuários em relação à visibilidade dos conteúdos.

Outro aspecto significativo identificado foi o papel do conteúdo gerado pelo usuário (UGC) na amplificação da narrativa da marca. A *clutch* de pombo de JW Anderson tornou-se um exemplo prático de como o design único, combinado a estratégias bem elaboradas de mídia social podem transformar um produto. Ao analisar como os consumidores compartilharam suas experiências com o produto de maneira orgânica, notou-se que a *clutch* tornou-se um produto viral, disseminado por influenciadores e usuários da plataforma TikTok, em diversas partes do mundo.

A análise do design inovador da *clutch* em formato de pombo criada por JW Anderson, associada à sua recepção em plataformas sociais como o TikTok, destaca o papel central da moda como veículo de expressão e estratégia de engajamento comercial. A simplicidade urbana representada pelo pombo ilustra como elementos de surpresa e humor podem impulsionar a visibilidade e viralidade de um produto, alinhando-se às dinâmicas emocionais dos consumidores e às exigências dos algoritmos das redes sociais.

Os resultados observados — desde o aumento do tráfego no site da marca até o pico de buscas pelo item — evidenciam a eficácia de explorar estéticas e narrativas disruptivas como formas de conectar marcas ao público contemporâneo. Ao estimular interações e criar experiências compartilháveis, a marca JW Anderson alcançou maior notoriedade e construiu uma comunidade de consumo engajada.

Porém, o sucesso de um item viral não se limita à performance em vendas ou nas métricas digitais; ele está intrinsecamente ligado à capacidade de evocar emoções – como surpresa, humor, nostalgia ou empatia – que motivam a ação do compartilhamento. Em especial no contexto das mídias sociais, onde a atenção é um recurso escasso, o valor simbólico de um produto reside na intensidade da resposta afetiva que ele provoca. Por isso, produtos como a *clutch* de pombo tornam-se catalisadores de conversas justamente por conjugarem elementos visuais inusitados com narrativas que dialogam com o imaginário coletivo urbano.

Este estudo contribuiu para as pesquisas no campo do marketing digital e da moda ao aprofundar o entendimento das interações entre design de moda, algoritmos de mídia social e comportamento do consumidor. Portanto, estratégias que integram design criativo e compreensão da dinâmica digital revelam-se essenciais no cenário da moda atual para alcançar relevância e engajamento em um mercado saturado e altamente competitivo. A aliança entre criatividade e tecnologia digital permite que as marcas se mantenham relevantes em um ambiente de consumo em constante evolução. Ao adaptar seus processos de concepção de produtos e marketing às demandas emergentes de interatividade e engajamento, elas podem capturar as tendências contemporâneas e moldá-las, consolidando-se como líderes no setor da moda.

Referências

ALBUQUERQUE, Gilberto Amaro de. **Modelo de resiliência organizacional aplicado às empresas brasileiras de comércio varejista de capital aberto**. Dissertação (Mestrado). Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas. Abr 2021. 202f. Disponível em: <<https://repositorio.fgv.br/items/ff46e1eb-666f-4385-89bb-fcee225af1be>>. Acesso em: 25 nov. 2024.

ARAL, Sinan; WALKER, Dylan. Creating Social Contagion Through **Viral Product Design**: a randomized trial of peer influence in networks. *Management Science*, [S.L.], v. 57, n. 9, p. 1623-1639, set. 2011. Institute for Operations Research and the Management Sciences (INFORMS). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.1110.1421>. Acesso em: 16 nov. 2024.

ARAÚJO, Willian Fernandes; KARHAWI, Issaaf. **“Todo mundo pode ser famoso com o algoritmo do TikTok”**: imaginários e saberes sobre eficiência algorítmica e potência viral. In: 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. PUC-Minas, 04 a 08 set. 2023.

BARBIERI, Nicola; BONCHI, Francesco. **Influence maximization with viral product design**. Proceedings of the 2014 SIAM International Conference on Data Mining. Anais... Philadelphia, PA: Society for Industrial and Applied Mathematics, 2014. Acesso em: 25 nov. 2024

BARREIRO, Tânia; DINIS, Gorete; BREDÁ, Zélia. **Marketing de influência e influenciadores digitais**: aplicação do conceito pelas DMO em Portugal. In: *Marketing e Tourism Review*. Belo Horizonte, v.04, n.1, nov. 2019. Universidade Federal de Minas Gerais.

BERGER, Jonah; MILKMAN, Katherine L. What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, v. 49, n. 2, p. 192–205, 2012. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1509/jmr.10.0353>>. Acesso em: 23 maio 2025.

BURGESS, Jean. **Platform studies**. In: CUNNINGHAM, Stuart; CRAIG, David (Org). **Creator culture**: an introduction to global social media entertainment. Nova York: NYU Press, 2021.

COCHRANE, Lauren. The rise of the main character accessory. *The Guardian*, Londres, 10 out. 2022. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/fashion/2022/oct/10/the-rise-of-the-main-character-accessory>>. Acesso em: 23 maio 2025.

CRUZ, Fernando Silvério da; PINTO DE LIMA, Ana Patrícia. **Mídias Sociais**: Um Estudo Sob A Perspectiva Do Marketing Digital E Sua Influência Sobre O Consumidor Da Geração Z (Nativos Digitais). *Revista Inova Ciência & Tecnologia / Innovative Science & Technology Journal*, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 69–79, 2020. Disponível em: <https://periodicos.iftm.edu.br/index.php/inova/article/view/886>. Acesso em: 23 maio. 2025.

ESMAEILPOUR, Majid; ARAM, Farshad. **Investigating the impact of viral message appeal and message credibility on consumer attitude toward the brand.** *Management & Marketing*, [S.L.], v. 11, n. 2, p. 470-483, 1 jul. 2016. Walter de Gruyter GmbH. <http://dx.doi.org/10.1515/mmcks-2016-0010>.

EXAME. **Ranking mostra quantos brasileiros estão no TikTok em 2023.** Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/ranking-mostra-quantos-brasileiros-estao-no-tiktok-em-2023/>. Acesso em 27.set.2024.

FARDILHA, Lara Alexandre Arriscado. **O Design Emocional no Comércio Eletrônico: Valores Imateriais das Marcas de Moda.** set. 2021. 108f. Dissertação (Mestrado). Escola Superior de Artes e Design. Disponível em: <<https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/38262>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

GALLAGHER, Jacob. Why Balenciaga's \$1,790 Garbage Bag Is Already a Success. **The Wall Street Journal**, Nova York, 23 ago. 2022. Disponível em: <<https://www.wsj.com/style/fashion/pigeon-clutch-purse-jw-anderson-animal-bag-trends-11660936884#selecti-on-2895.0-2895.47>>. Acesso em: 23 maio 2025.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

GIRARDI, Ninive. Moda na era do TikTok: do supermercado de estilos às tendências virais. 2023. 140f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUC-RS. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/10732/2/Disserta%c3%a7%c3%a3o_N%c3%adnive%20Girardi.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2024.

GRANDINETTI, Justin; BRUINSMA, Jeffrey. The affective algorithms of Conspiracy TikTok. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, [S.l.], v. 67, n. 3, p. 274-293, 2023. DOI: 10.1080/08838151.2022.2140806. Acesso em: 23 maio 2025.

GONÇALVES, Beatriz Marques. **A Influência do Community Management no Processo de Decisão de Compra: Mi Store Portugal.** jul 2022. 100f. Relatório de Estágio (Mestrado). Departamento de Comunicação, Filosofia e Política da Universidade Beira Interior. Disponível em: <<https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/13205>>. Acesso em: 20 nov. 2024.

GONZALEZ, Tara. **How JW Anderson Made Pigeons Chic: The rats of the sky get a high-fashion makeover.** 19 out. 2022. Disponível em: <<https://www.harpersbazaar.com/fashion/designers/a41651465/jw-anderson-pigeon-bag-sarah-jessica-parker-sex-and-the-city/>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JW ANDERSON. **Our History**. Disponível em: <<https://jwanderson.com/pages/our-history>>. Acesso em: 23 maio 2025.

KARHAWI, Issaaf. De blogueira a influenciadora: etapas da profissionalização da blogosfera de moda brasileira. Porto Alegre: Sulina, 2022.

MAUÉS, Amanda Gonçalves Afonso. **Marcas verticais digitalmente nativas**: Uma análise das pequenas marcas de moda que nascem na internet. maio 2022. 146f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Artes e Letras da Universidade Beira Interior. Disponível em: <<https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/12453>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

MIGLIATO, Caline Gonçalves; PINSKY, Vanessa Cuzziol; ALDEA, Patricia González. **O fenômeno da viralização**: o caso da moda feminina no Brasil. Revista de Administração da Ufsm, [S.L.], v. 15, n. 3, p. 491-511, 22 out. 2022. Universidade Federal de Santa Maria. <http://dx.doi.org/10.5902/1983465965949>.

MRAD, Mona; Ramadan, Zahy; TOTH, Zsofia; NASRD, Lina; KARIMIE, Sahar. **Virtual Influencers Versus Real Connections**: Exploring the Phenomenon of Virtual Influencers. JOURNAL OF ADVERTISING. <https://doi.org/10.1080/00913367.2024.2393711>.

MOBILETIME. **Instagram é a rede social mais popular no Brasil e TikTok, a que mais cresce**. Disponível em: [https://www.mobiletime.com.br/noticias/30/04/2025/instagram-tiktok/#:~:text=Por%20outro%20lado%2C%20o%20app,anos%20ou%20mais%20\(41%25\)](https://www.mobiletime.com.br/noticias/30/04/2025/instagram-tiktok/#:~:text=Por%20outro%20lado%2C%20o%20app,anos%20ou%20mais%20(41%25).). Acesso em: 23/mai/2025.

NASCIMENTO, Thaysa Costa. **Como se formam comunidades de consumo no TikTok**. GV-executivo, v. 22, n. 2, 26 maio 2023. FGV-EAESP. <https://doi.org/10.12660/gvexec.v22n2.2023.89268>

OLIVEIRA, Marcos Daniel da Silva. **Estratégias de marketing de moda no TikTok**: como as marcas se expressam e amplificam seus alcances. Revista Design, Tecnologia e Sociedade, v. 10, n. 1, p. 46-61, 2023.

PINTO, Mariana Ferreira. **O impacto das características do conteúdo produzido pelos influenciadores e pelas marcas na lealdade do consumidor**. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Economia da Universidade do Porto. 2020. 87f. Disponível em: <https://sigarra.up.pt/fep/pt/pub_geral.show_file?pi_doc_id=266830>. Acesso em: 20 nov. 2024.

ROMANO, Túlio Marcos; CHRISTINO, Juliana Maria Magalhães. **O papel das emoções como preditoras das atitudes e comportamentos dos internautas na viralização de anúncios publicitários.** In: Revista da Universidade Vale do Rio Verde, Três Corações, v. 14, n. 1, p. 773-795, jan./jul. 2016.

SIBILA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 2016.

SOUZA, Carolina Almeida; SILVA, Susana Costa; SANDES, Fabio Shimabukuro. **Combinar marketing de experiência com marketing de influência pode conduzir a um aumento do brand awareness digital?** In: Internext, ESPM, São Paulo, v.17, n. 3, p. 333-348, set./dez. 2022.

VASCONCELOS, Bárbara Correia. **Estratégias de Conteúdo nas Redes Sociais para a Geração Z:** TikTok e Instagram. Dissertação (Mestrado). Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. jun 2024. 141f. Disponível em: <https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/26040/1/B%c3%a1rbara_Vasconcelos_MMD_2024.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2024.

WAHID, Risqo; KARJALUOTO, Heikki; TAIMINEN, Kimmo; ASIATI, Diah Isnaini. **Becoming TikTok Famous:** strategies for global brands to engage consumers in an emerging market. Journal Of International Marketing, [S.L.], v. 31, n. 1, p. 106-123, 2023. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/1069031x221129554>.

Revisão do texto: Suy Mey Moresco – e-mail: suymey_11@hotmail.com

Roupas e memória: o simbolismo do vestuário na construção afetiva

Clothing and Memory: The Symbolism of Clothing in Affective Construction

Gutianna Michelle de Oliveira Dias¹

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1534-4941>

Simone Grace de Barros²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3491-2940>

[resumo] O artigo analisa a memória afetiva das roupas, destacando como peças de vestuário se tornam veículos de lembrança e conexão emocional, com base na forma como esses elementos são construídos narrativamente em obras ficcionais. Trata-se de um ensaio teórico-analítico que discute o papel simbólico das roupas como suporte de memória, fundamentado nos estudos de Benarush, Stallybrass, Chauí e Dohmann. A primeira parte apresenta uma contextualização teórica sobre o significado das roupas além de sua funcionalidade utilitária, explorando sua capacidade de resgatar memórias individuais e afetivas. É discutido como os objetos de vestuário transcendem seu status de consumo, assumindo valor simbólico e emocional. Na segunda parte, são analisadas cenas de duas obras ficcionais: o filme *O Segredo de Brokeback Mountain* e a série *Euphoria*. Nessas produções, peças como camisas e casaco com capuz assumem um papel central na narrativa ao simbolizar relações afetivas, dor e resistência. As cenas evidenciam como o vestuário carrega marcas físicas e emocionais, tornando-se um elo entre o passado e o presente. O ensaio busca ampliar a compreensão das roupas enquanto objetos de memória, demonstrando que elas não apenas representam o passado, mas também ajudam a ressignificá-lo no presente. Ao final, o leitor é convidado a refletir sobre a relevância das roupas como artefatos simbólicos, portadoras de histórias pessoais e afetivas que transcendem o cotidiano.

[palavras-chave] **Memória afetiva. Moda. Roupas. Ficção. Objeto simbólico.**

¹ Doutoranda e mestra em design pelo PPGDesign da Universidade Federal de Pernambuco-UFPE na linha de pesquisa Design, Cultura e Artes. E-mail: gutianna@hotmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7546227781691906>.

² Doutora em Design e Mestre em Educação pela Universidade Federal de Pernambuco. Professora adjunta do Departamento de Design e membro permanente no PPG em Design da UFPE na linha de pesquisa Design, Cultura e Artes. E-mail: simone.grace@ufpe.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7164428104501210>.

[abstract] This article analyzes the affective memory of clothing, emphasizing how garments as narrative tools for remembrance and emotional connection, especially in fictional contexts. It is a theoretical-analytical essay grounded in the works of Benarush, Stallybrass, Chauí, and Dohmann, exploring the symbolic dimension of clothing as a repository of memory. The first section provides a theoretical framework for understanding garments beyond their utilitarian purpose, highlighting their capacity to evoke individual and emotional memories. The discussion addresses how clothing transcends its status as a consumer good to assume symbolic and affective significance. The second section conducts an analysis of specific scenes from two fictional narratives: the film *Brokeback Mountain* and the series *Euphoria*. In these narratives, items such as shirts and hooded coat occupy central roles, symbolizing emotional bonds, grief, and resilience. These scenes illustrate how garments embody physical and emotional imprints, serving as tangible connections between the past and the present. This essay advances the understanding of clothing as memory-bearing artifacts, demonstrating their dual function of representing and reconfiguring past experiences in the present. Ultimately, it invites readers to critically engage with the cultural and emotional significance of garments as symbolic objects, carriers of personal histories, and mediators of affective memory.

[keywords] **Affective Memory. Fashion. Clothing. Fiction. Symbolic object.**

Recebido em: 17-02-2025.

Aprovado em: 11-03-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1927>

Um breve panorama

Quando pensamos em roupas, geralmente temos a tendência de reduzi-las a um objeto que cobre o corpo, porém, as roupas revelam muito mais do que apenas peças utilitárias da vida cotidiana.

Os objetos estão inseridos ao nosso redor a todo momento, e dar significado a eles é um tanto quanto curioso. Por exemplo, um vestido de casamento pode ser visto não apenas como uma peça de vestuário, mas como um símbolo de compromisso e novas etapas na vida de alguém. Da mesma forma, a camiseta de um concerto pode carregar memórias de uma noite inesquecível. Assim, as roupas, quando se trata de significação ou ressignificação que podemos dar aos objetos, se mostram como um interessante caso de análise e discussão.

Através dessas peças, exploramos narrativas pessoais e coletivas, que nos conectam com experiências passadas e nos ajudam a compreender nossa identidade. O debate da importância dessas roupas no resgate da memória afetiva é um convite para refletirmos sobre como as vestimentas, além de seu papel utilitário, atuam como guardiãs de experiências pessoais e coletivas.

Este estudo desenvolve uma abordagem voltada à discussão da memória afetiva associada às roupas por meio da análise de cenas de uma produção cinematográfica e uma série televisiva. Além disso, abordará a comunicação e o exercício de rememoração de eventos significativos, explorando a evocação da memória através das roupas, fundamentado em autores como Benarush, Stallybrass, Chauí e Dohmann. Esses estudiosos fornecem uma base teórica sólida para entender as roupas não apenas como objetos funcionais, mas como poderosos repositórios de memórias.

A análise será enriquecida pela discussão de duas cenas específicas de obras de ficção, que ilustram como as roupas podem atuar como catalisadores de lembranças emocionais. É importante ressaltar que essas peças de vestuário, presentes nas narrativas analisadas, são escolhas intencionais feitas por diretores e roteiristas, e por isso, elas foram escolhidas para serem analisadas neste ensaio. Essa abordagem busca não apenas estabelecer um diálogo com o leitor, mas também aprofundar a compreensão sobre o papel simbólico das roupas na preservação da memória afetiva.

Sobre as cenas exploradas, a primeira consiste em um longa-metragem intitulado *O Segredo de Brokeback Mountain*, aclamado pela mídia, indicado para várias categorias do Oscar e vencendo em algumas delas. O filme conta a história de dois jovens cowboys, Ennis Del Mar³ e Jack Twist⁴, que se conhecem enquanto trabalham em um rancho em Brokeback Mountain, Wyoming, no início dos anos 1960.

A segunda obra analisada é a série televisiva *Euphoria*, vencedora de prêmios significativos como o Emmy. A narrativa aborda a vida de adolescentes, explorando seus medos

³ Interpretado pelo ator Heath Ledger.

⁴ Interpretado pelo ator Jake Gyllenhaal.

e traumas em diversos contextos sociais. A série foca na personagem principal, Rue⁵ que desenvolve um vício em drogas durante o período em que cuidava de seu pai doente com câncer. Após o falecimento dele, a trama se desenrola em torno do sofrimento pela perda e a luta de Rue para superar o vício.

A escolha de analisar *O Segredo de Brokeback Mountain* foi baseada em sua representação marcante da relação entre roupas e memória. Este filme apresenta cenas representativas que exploram de que modo as roupas atuam como evocadoras de lembranças. A seleção das obras de ficção não se baseou em seus prêmios ou em reconhecimento público, mas sim em suas contribuições para a compreensão do tema em estudo.

Da mesma forma, a escolha da série *Euphoria* se justifica pela alusiva força atribuída ao vestuário em situações de dor e perda, especialmente no arco da personagem principal. A narrativa sensível da série permite observar como o uso de determinadas peças - neste caso, um casaco com capuz - pode representar a permanência simbólica de um ente querido. A trama oferece um exemplo ficcional relevante para refletir sobre o modo como o vestuário é incorporado na construção da memória afetiva. Além disso, a série dialoga com questões emocionais complexas vivenciadas por muitos, o que reforça sua pertinência enquanto objeto de análise.

No corpo do ensaio será encontrado a divisão entre seções e subseções. A primeira “A moda e a roupa”, tem o objetivo de contextualizar as roupas como objetos importantes e, em muitos casos, elas têm um valor significativo para algumas pessoas. O próximo, “Suporte de memória”, recairá sobre as roupas como suportes materiais de lembranças, capazes de evocar emoções e preservar vínculos afetivos. A premissa é dialogar e discutir com autores que estudam a temática para criarmos um entendimento mais aprofundado, ou seja, situar o leitor sobre a temática.

Na terceira seção, “As cenas”, serão apresentadas duas subseções: a primeira com o nome do filme, intitulado *O Segredo de Brokeback Mountain*, e a segunda com a série intitulada *Euphoria*. As cenas serão contextualizadas por meio de prints, traçando um paralelo entre a ficção e a realidade, em momentos que ocorrem na vida cotidiana e que, por vezes, não percebemos o quanto são importantes para algumas pessoas ressignificarem seus objetos.

Ao término dessa leitura, desejamos que você, leitor, passe a ver as roupas com um olhar mais significativo e representativo. Que em vez de simplesmente enxergá-las como peças de vestuário, consiga desenvolver uma apreciação mais profunda e uma compreensão mais ampla sobre as roupas enquanto objetos carregados de memória, afeto e significado emocional.

A moda e a roupa

A moda é efêmera e, em alguns casos, torna-se um objeto de valor simbólico. Um exemplo disso é quando uma avó guarda a roupa de batizado com todo o cuidado para que não sofra a degradação do tempo. Aquela peça de roupa representa muito para ela: é um

⁵ Interpretada pela atriz Zendaya.

símbolo de orgulho por ter participado daquele momento e, ao tocar na peça, resgata na memória lembranças que, provavelmente, foram de muita alegria. Andrzejewski (2015) fala:

A moda, mais do que qualquer outro objeto, é o que está mais próximo da gente. A partir da roupa ou de um acessório, podemos lembrar com precisão momentos importantes que estiveram relacionados a algum momento da nossa história pessoal. (Andrzejewski, 2015, p. 89).

Ou seja, a proximidade desse objeto se mostra reveladora, pois ele é capaz de resgatar memórias afetivas. Pensar a moda em um panorama de retomada do passado é refletir como propõe Benarush (2012): “As roupas materializam um tempo passado, dão-nos uma noção ideológica de sua cultura e representam a sociedade que as criou e que as vestiu.” (Benarush, 2012, p. 114). Assim, as roupas vão além de um produto de mercado, elas são representativas, seja para uma pessoa, uma época ou cultura.

A moda em um contexto de consumo mercadológico, pode de fato pode ser considerada passageira. Afinal, a cada nova estação são inseridos novos modelos na intenção de despertar desejo e ânsia pelo consumo. Stallybrass (2012), em seu ensaio *O Casaco de Marx*, aborda tal questão dizendo que o valor simbólico se perde quando acaba seu valor econômico. Nesse sentido, existe o senso comum em retirar das roupas seus significados intrínsecos.

Stallybrass (2012), no mesmo escrito, afirma: “Ao pensar nas roupas como modas passageiras, nós expressamos apenas uma meia-verdade. Os corpos vêm e vão: as roupas que receberam esses corpos sobrevivem”. (Stallybrass, 2012, p. 04).

Refletindo a cerca dessa colocação, podemos inferir que a moda passa, mas as roupas ficam. Essas roupas, escolhidas para serem guardadas, ocupam um lugar especial com uma função específica: serem vetores de ligação de memória.

Gostaríamos de adotar uma perspectiva de superação da moda apenas como futilidade. Ela carrega significados importantes, especialmente no que diz respeito à roupa como objeto atraente e representativo.

Ao tratarmos agora a roupa como objeto presente no cotidiano, Benarush (2015) traz uma contribuição relevante nesse sentido.

A questão central que se apresenta é a transfiguração do objeto-consumo para o objeto-documento. De objetos de vestir, viram objetos para refletir e objetos para significar: objetos-discurso, ideológicos, objetos que servem ao olhar, que recebem atribuições simbólicas, históricas, tornando-se memória social e patrimônio cultural. (Benarush, 2015, p. 100).

A reflexão proposta pela autora (2015), sobre a transfiguração das roupas - de objetos de consumo a documentos culturais - oferece uma perspectiva enriquecedora sobre o valor simbólico das vestimentas. Ela argumenta que as roupas transcendem seu papel utilitário inicial e se transformam em “objetos para refletir e objetos para significar”. Esta transformação não é meramente superficial: as roupas adquirem significados mais profundos ao se tornarem “objetos-discurso, ideológicos” e “objetos que servem ao olhar”, recebendo, assim, atribuições simbólicas e históricas.

A análise central é que as roupas, através de seus significados próprios, documentam histórias pessoais, sociais e culturais, tornando-se testemunhas silenciosas do passado. Elas não são vistas apenas como bens efêmeros, mas como artefatos que capturam e refletem as ideologias da sociedade que as produziu e utilizou.

Além de servirem como objetos estéticos, as vestimentas atuam como vetores de memória, carregando consigo narrativas que ressoam com experiências individuais e coletivas. Esse entendimento desafia a percepção tradicional da moda como mera futilidade, posicionando-a como uma forma de expressão cultural rica e complexa. Ao reconhecer essa potência comunicativa, torna-se possível apreciar melhor o papel das roupas como mediadoras de memórias.

Ao considerar a transição dos objetos de consumo para sua valorização como documentos culturais, estes passam a ser compreendidos como portadores de sentidos representativos. Nesse contexto, Dohmann (2015), oferece uma compreensão valiosa ao enfatizar que os objetos atuam como evidências documentais, deixando impressões duradouras nos indivíduos e facilitando um diálogo intercultural e dinâmico. Em seu texto sobre a experiência material dos objetos, o autor sugere que há uma “[...] alma das coisas [...]” (Dohmann, 2015, p. 72), o que implica em uma subjetividade inerente aos próprios objetos.

Essa subjetividade permite que os objetos transcendam sua função prática, tornando-se veículos de lembrança e memória. Ao remeter à objetividade da lembrança, o autor nos convida a refletir sobre como os objetos podem carregar significados pessoais e culturais profundos. Dohmann esclarece que esses valores simbólicos estão intrinsecamente ligados aos contextos em que os objetos se inserem, tanto dentro quanto fora dos limites do senso comum e das normas sociais.

Desse modo, tais relações com o ambiente atribuem um simbolismo particular aos objetos. Assim, tanto Dohmann quanto Benarush interpretam os objetos como símbolos significativos na construção da narrativa histórica dos indivíduos, além de reconhecê-los como agentes em processos comunicativos.

Na próxima seção, serão apresentados alguns apontamentos sobre a influência desses objetos para a memória, buscando refletir sobre como ela pode ser ativada, sustentada ou ressignificada a partir dos sentidos atribuídos a esses objetos de vestuário.

Suporte da memória

As lembranças de pessoas queridas podem estar presentes nas roupas. Essas pessoas vestiram aquelas peças e deixaram marcas — sejam manchas, odores ou até mesmo desgastes. Refletindo sobre as marcas deixadas por quem as vestiu, Stallybrass (2012), acredita na magia das roupas e expõe:

Comecei a acreditar que a mágica da roupa está no fato de que ela nos recebe: recebe nosso cheiro, nosso suor; recebe até mesmo nossa forma. E quando nossos pais, os nossos amigos e os nossos amantes morrem, as roupas ainda ficam lá, penduradas em seus armários, sustentando seus gestos ao mesmo tempo confortadores e aterradores, tocando os vivos com os mortos. (Stallybrass, 2012, p. 04).

Esse trecho exemplifica, de forma sensível, como as roupas operam na conexão entre vivos e mortos, atuando como mediadoras entre temporalidades distintas e entre a ausência e a presença.

Essa relação entre materialidade e memória é exemplificada na obra de Stallybrass (2012), por meio da experiência com as roupas de seu amigo Allon. Após sua morte, as peças herdadas tornaram-se mais do que objetos funcionais: elas passaram a carregar a presença do amigo, preservando traços de sua forma e essência.

Esse exemplo evidencia como as roupas atuam como extensões dos corpos que as habitaram, mantendo vivas as lembranças e permitindo que os gestos dos que partiram continuem presentes. Stallybrass demonstra que as roupas transcendem sua materialidade ao se tornarem gatilhos de memória, capazes de evocar emoções profundas e resgatar histórias.

As roupas não apenas testemunham relações afetivas, mas também reafirmam o papel dos bens materiais na construção e preservação da memória. Nesse contexto, simbolizam uma interação entre passado e presente, entre corpo e objeto, reiterando sua potência como suportes de memória e afeto.

O autor escreve em seu livro: “Se eu vestia a jaqueta, Allon me vestia. Ele estava lá nos puimentos do cotovelo, puimentos que no jargão técnico da costura são chamados de “memória””. (Stallybrass, 2012, p. 4). Esse trecho exemplifica, de forma sensível, como as roupas operam na conexão entre vivos e mortos, atuando como mediadoras entre temporalidades distintas e entre a ausência e a presença.

No campo da memória traremos para a discussão um pouco sobre como a memória se manifesta. Esse mecanismo cognitivo e emocional permite aos indivíduos acessar e preservar experiências passadas. Chauí (2000), no livro “Convite à Filosofia”, reforça a memória como: “[...] uma atualização do passado ou a presentificação do passado e é também registro do presente para que permaneça como lembrança.” (Chauí, 2000, p. 161).

Dessa forma, é interessante chamar atenção para a palavra “registro”, utilizada por Chauí, e relacioná-la ao tema proposto neste trabalho: uma roupa pode ser compreendida como um registro do presente, capaz de atualizar memórias passadas.

Complementando essa ótica, a autora afirma que a memória opera como uma evocação do passado, funcionando como uma habilidade humana de reter e guardar momentos que já ocorreram, protegendo-os do esquecimento absoluto.

Essa ação da memória se realiza por meio de dois processos principais: a retenção e a recuperação. A retenção corresponde ao armazenamento das experiências vividas, enquanto a recuperação refere-se à capacidade de acessar essas experiências para revivê-las ou reinterpretá-las no presente. Assim, a memória não apenas armazena informações, mas também dá sentido ao passado, conectando-o ao presente e, em alguns casos, projetando-o para o futuro.

O autor Izquierdo (2018), analisa a memória com base no funcionamento do cérebro, destacando que o aprendizado é essencial para que as informações sejam registradas. Izquierdo concentra seus estudos sobre a memória com base nos conceitos neurológicos, segundo ele: “só se ‘grava’ aquilo que foi aprendido” (Izquierdo, 2018, p. 01).

Ainda que partam de campos distintos, tanto a abordagem filosófica de Chauí, quanto a concepção neurocientífica de Izquierdo contribuem, juntas, para ampliar a compreensão

da memória: enquanto Chauí destaca seu valor simbólico e cultural, Izquierdo evidencia os mecanismos de retenção que tornam possíveis as lembranças. Essas visões, ao se complementarem favorecem para um entendimento mais abrangente sobre o funcionamento da memória como fenômeno que envolve o corpo, a mente e os sentidos.

A partir de outro olhar centrado nas experiências sociais, o autor Halbwachs (2006) argumenta que nossas memórias individuais são profundamente influenciadas pelas vivências em sociedade, sendo fruto da interação com o coletivo. Essa perspectiva reforça a ideia de que a memória não é apenas um processo interno, mas também um reflexo das experiências compartilhadas, demonstrando a interdependência entre o indivíduo e o meio social na construção das lembranças.

Nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trate de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isto acontece porque jamais estamos sós. (Halbwachs, 2006, p. 30).

Halbwachs (2006) defende que a memória é um fenômeno relacional, no qual as lembranças individuais são moldadas e reconstruídas a partir de referências sociais. Mesmo os eventos aparentemente íntimos ou pessoais estão ancorados em contextos culturais, históricos e sociais que ajudam a dar significado a essas experiências.

Por meio das interações com o coletivo, as memórias são validadas, reinterpretadas e frequentemente reforçadas, evidenciando que as lembranças de um indivíduo estão em constante diálogo com o ambiente social em que ele está inserido.

Além disso, os objetos e espaços que nos envolvem também atuam como mediadores dessa memória coletiva, funcionando como símbolos e estímulos de recordações compartilhadas. Roupas, por exemplo, podem carregar histórias que transcendem o indivíduo, evocando emoções, valores e identidades sociais.

Assim, o ato de lembrar não é apenas uma atividade introspectiva, mas também um processo demasiadamente enraizado na cultura e nas relações humanas, corroborando a importância do coletivo na construção e preservação das memórias individuais.

A memória, conforme discutido, transcende o simples armazenamento de informações, sendo um fenômeno relacional que conecta o indivíduo ao coletivo, ao passado e ao presente. Autores como Stallybrass (2012), Chauí (2000), Izquierdo (2018) e Halbwachs (2006), cujas contribuições foram articuladas ao longo desta seção, destacaram diferentes aspectos da memória: desde sua relação com a materialidade das roupas, que carregam traços e histórias, até sua base neurológica, filosófica e social, que molda e ressignifica as lembranças.

Na próxima seção, essas questões ganham materialidade por meio da análise de cenas selecionadas, que ilustram, na ficção, os sentidos afetivos atribuídos às roupas.

As cenas

As questões sobre roupas como objetos significativos para o resgate da memória explicados nos tópicos anteriores, se materializam nesse momento, através da demonstração, mesmo que por cenas de ficção, o pensar as roupas como vetores de ligação no resgate da memória afetiva.

A memória supracitada nem sempre se manifesta como uma lembrança positiva de momentos felizes. Ao longo da leitura, é possível perceber que determinadas passagens podem assumir um tom mais melancólico, uma vez que a escolha das imagens propõe reflexões sobre a relação entre as roupas e as lembranças de pessoas que já partiram.

Objetos presentes em nosso cotidiano - desde o despertar até o final do dia - podem adquirir significados profundos. Para algumas pessoas, essa representação é revelada de maneira intensa; para outras, de forma mais sutil.

Na sequência, serão apresentadas duas subseções: a primeira dedicada à análise de cenas do filme *O Segredo de Brokeback Mountain* e a segunda voltada para cenas da série *Euphoria*.

O segredo de Brokeback Mountain

As cenas do filme, ilustram dentro da construção narrativa, como os elementos do vestuário podem ser utilizados como recursos simbólicos para representar afetos, perdas e resistências, conforme definido pelas escolhas de direção e roteiro. Ainda que não reflitam necessariamente experiências universais, essas escolhas visuais evocam situações emocionais que dialogam com a memória afetiva, permitindo ao telespectador, e agora ao leitor, projetar sentidos próprios sobre a relação entre roupas e lembranças.

O Segredo de Brokeback Mountain acompanha a história de dois jovens, Ennis Del Mar e Jack Twist que se conhecem enquanto trabalham juntos em um rancho isolado nas montanhas, no estado de Wyoming, durante os anos 1960. Ao longo do período em que estiveram isolados, desenvolvem uma relação homoafetiva que, apesar de intensa, precisava ser ocultada diante das normas e repressões sociais da época.

Após o término dos trabalhos, eles retornaram às suas rotinas. Ennis está com casamento marcado com Alma⁶, enquanto Jack segue em busca de seu sonho de ser um cowboy profissional. Entre campeonatos, conheceu Lurren⁷, casaram-se e tiveram um filho. Ainda que cada um tenha seguido caminhos diferentes, os meses vividos juntos estabeleceram um vínculo afetivo profundo, que marcou suas trajetórias.

Uma cena importante acontece quando eles estavam descendo a montanha para terminar os trabalhos. Os dois começaram uma briga que inicialmente parecia uma brincadeira, onde Jack lançava Ennis da forma como se lança um touro, Ennis não muito feliz começou a trocar socos. Nessa briga eles estavam com duas camisas uma quadriculada (Ennis) e a outra em tecido jeans (Jack), alguns socos foram fortes chegando a emergir sangue pelo nariz de Ennis, que logo limpou no punho da camisa.

Jack encontrou Ennis após alguns anos e combinaram encontros uma vez por mês em Brokeback Mountain, os encontros duraram por meses. Em uma manhã Ennis recebe através de um cartão postal do correio a informação que Jack havia falecido. Ao visitar os pais de Jack após sua morte, Ennis é convidado a conhecer o quarto de Jack e lá encontra as

⁶ Interpretada pela atriz Michelle Williams.

⁷ Interpretada pela atriz Anne Hathaway.

duas camisas, a que o próprio Ennis vestia e a que Jack vestia no dia da briga no seu último dia de trabalho em Brokeback Mountain. Esse momento se refere a figura 1.

Nos punhos da camisa, permanece a marca de sangue que Jack não removeu, possivelmente por ser o único vestígio tangível de seu amado. A cena é marcada por intensa carga emocional, evidenciada pela interpretação do ator, que transmite a dor da perda ao encontrar as peças de roupa. Esses objetos simbolizam não apenas a despedida, mas também o amor, a cumplicidade e a resistência compartilhados na relação.

FIGURA 1 - PRINT FILME “O SEGREDO DE BROKEBACK MOUNTAIN”



FONTE: Netflix- Minuto 120'36”.

Nery e colaboradores (2015) conceituam os objetos ao redor dos indivíduos em relação as memórias da seguinte forma:

Trata-se, então, de objetos que estão ao redor dos indivíduos e auxiliam a construir a sua identidade, além de fazerem um elo com o mundo e, também, entre passado, presente e futuro. Os objetos não estão apenas carregados de memória, de personalidade e de histórias, mas podem estar carregados de significados, simbologias que representam a visão de mundo que o indivíduo tem e qual a relação que ele tem com este mundo. (Nery et al., 2015, p. 44).

Ou seja, os objetos, como peças de roupas, desempenham um papel central na preservação de memórias e na construção de identidades, conforme destacado por Nery e colaboradores (2015). Essas peças carregam em si significados que transcendem a materialidade, funcionando como elos entre passado, presente e futuro. No caso da imagem mencionada, as roupas simbolizam mais do que simples vestimentas: elas representam a memória de um momento especial vivenciado pelos indivíduos, atuando como um gatilho para emoções e lembranças únicas.

Essa relação evidencia que os objetos ao nosso redor não apenas refletem histórias pessoais, mas também funcionam como mediadores de identidades e de vínculos afetivos. Assim, as roupas citadas não apenas remetem a uma experiência vivida, mas carregam a essência de uma conexão emocional, sendo testemunhas materiais de um tempo que, de outra forma, poderia se perder no fluxo da memória.

A figura 2, é a continuação da cena com Ennis abraçando as duas camisas como se o seu amado estivesse ali vestido.

FIGURA 2 - PRINT FILME “O SEGREDO DE BROKEBACK MOUNTAIN”



FONTE: Netflix- Minuto 121'12”.

A memória tem esse poder de fazer presente o que foi passado, Stallybrass (2012), fala: “As roupas são, pois, uma forma de memória, mas elas são também pontos sobre os quais nos apoiamos para nos distanciar de um presente insuportável[...]” (Stallybrass, 2012, p. 18), de fato, o presente de Ennis estava insuportável, afinal perdeu o homem que amava.

Silveira (2021), corrobora quando comenta “[...]uma peça de vestuário pode ter inúmeras histórias para contar, criando sua própria linha do tempo, paralelamente à linha do tempo de cada dono que a utilizou”. (Silveira, 2021, p. 169). Ou seja, a peça de vestuário carrega em si uma narrativa própria, construída pelas experiências e emoções de cada pessoa que a vestiu.

No caso de quem perdeu alguém que amava, a roupa passa a simbolizar muito mais do que um objeto material: transforma-se em um elo tangível com aquele que partiu, preservando fragmentos de sua presença. Essa conexão reitera que as roupas não apenas acompanham os corpos, mas também registram momentos, memórias e sentimentos que atravessam o tempo.

A vida seguiu para Ennis e, na última cena do filme, revela-se onde estava seu bem mais precioso: penduradas no interior do seu guarda-roupas, as duas camisas agora sob sua posse, em um lugar de contemplação, ao lado do cabide uma foto da montanha, onde viveu momentos inesquecíveis. Através daquelas duas camisas permanecem vivos todos os momentos felizes. Elas tornam presente seu amado Jack.

No próximo subtópico, abordaremos a série *Euphoria*, também ilustradas com duas imagens que, à sua maneira, contemplam a relação entre as roupas e o resgate da memória.

Euphoria

De modo semelhante, na série *Euphoria*, o uso do casaco com capuz pela personagem Rue aparece como uma estratégia narrativa que simboliza o vínculo afetivo com o pai falecido. Embora o vestuário represente emoções potentes na trama, reforçamos que se trata de uma construção ficcional, em que os elementos visuais, como o figurino, são cuidadosamente definidos por escolhas de direção e roteiro.

No desenvolvimento da narrativa, acompanha-se a trajetória de Rue, que perdeu o pai, Robert Bennett⁸, em decorrência de complicações do câncer. Ele era retratado na série como uma figura presente e amorosa. Rue chegou a cuidar intensamente do pai em vários estágios da doença, uma vez que sua mãe, Leslie Bennett⁹, precisava realizar trabalhos extras para sustentar a família e custear o tratamento, deixando os cuidados com o pai, em grande parte do tempo, com a filha.

A serie mostra alguns momentos em que Rue usa os remédios do tratamento do pai para se drogar, sugerindo que ela tenha adquirido o vício em opioides¹⁰ naquela fase de sua vida. O pai falece, deixando a família devastada e, em um dado momento, Rue identifica um casaco com capuz usado com frequência por ele. Estava em cima da cama, ela pega a peça de roupa e a beija, como está ilustrado na figura 3.

FIGURA 3-PRINT SÉRIE “EUPHORIA”



FONTE: HBOMax- Temporada 1, Episódio 8: And Salt the Earth Behind You. Minuto 57'17”.

⁸ Interpretado pelo ator Bruce Wexler.

⁹ Interpretada pela atriz Nika King.

¹⁰ São medicamentos com efeitos analgésicos e sedativos potentes, fazendo com que as pessoas fiquem sonolentas e quietas. Os opioides também podem provocar euforia.

Apesar da cena estar escura, a imagem ainda permite identificar Rue cheirando o casaco, enquanto, ao fundo, é possível ver os aparelhos usados por seu pai durante o tratamento.

A próxima imagem (figura 4) ilustra Rue saindo do quarto já vestida no casaco, abraçando-o de forma afetuosa e incorporando, àquela peça de roupa, um lugar na sua vida cotidiana.

FIGURA 4 - PRINT SÉRIE “EUPHORIA”



Fonte: HBOMax- Temporada 1, Episódio 8: And Salt the Earth Behind You. Minuto 58'50”.

A partir de então, em muitos outros episódios, Rue aparece usando o casaco - inclusive em momentos de grande sofrimento, como quando se droga ou frequenta encontros de reabilitação fingindo estar “limpa”. Para ela, o pai permanecia presente, e aquele casaco representava a dor de sua perda. Stallybrass (2012) conclui: “[...] roupas podem efetuar as conexões do amor através das fronteiras da ausência, da morte, porque a roupa é capaz de carregar o corpo ausente, a memória, a genealogia, bem como o valor material literal” (Stallybrass, 2012, p. 14).

Esse valor se materializa, no caso de Rue, por meio do casaco de seu pai, que vestira aquela peça em um momento delicado. Rue, desejando mantê-lo por perto, transforma esse desejo em presença simbólica ao vestir o casaco. Sobre esses exemplos, de peças de roupas usadas por pessoas especiais que não estão mais entre nós, Silveira (2021) desenvolve o seguinte pensamento:

Este tipo de ato, ao querer ficar com algum objeto que pertenceu a uma pessoa especial pode ser considerado um ato de colecionador; não aquele colecionador de peças raras e valiosas no sentido monetário, e sim um colecionador inconsciente de peças aleatórias que possuem valor afetivo, [...] (Silveira, 2021, p. 169).

Ao guardar uma peça de roupa para contemplação, poderíamos considerar os personagens como colecionadores. Entretanto, a questão posta é aleatória no sentido de não ter uma previa escolha com critérios estabelecidos. O único critério era: ele estava vestido, e agora, para mim, essa peça é importante, pois me faz lembrar, ou sentir que está perto de mim.

As roupas possuem um significado que transcende sua utilidade prática e seu apelo sensorial. Benarush (2012) destaca: “As roupas mostram muito mais do que somente formas, volumes, cores e texturas; nas roupas é possível também “ver” o envolvimento emocional, corporal e sensorial das pessoas que as usaram”. (Benarush, 2012, p. 116).

Isso significa que esse gesto revela como as roupas ultrapassam sua condição de objeto material para se tornarem depositárias de memórias e afetos. O casaco do pai, para Rue, não é apenas uma peça de vestuário, mas um símbolo carregado de significado - um elo palpável que conecta passado e presente.

Ao integrá-lo em sua rotina, ela não apenas revive a presença do pai, mas também dá novo sentido a essa memória, transformando o casaco em um espaço de acolhimento emocional e resiliência. Essa relação entre memória e materialidade evidencia o poder das roupas como mediadoras de sentimentos e preservadoras de histórias.

Reflexões finais

Este ensaio explorou, a partir de um recorte ficcional, a relação entre roupas e memória afetiva, demonstrando como peças de vestuário, quando inseridas em narrativas audiovisuais, podem assumir um papel simbólico na evocação de memórias.

A proposta foi pensar o vestuário não apenas como um item fútil ou com função prática de cobrir o corpo, mas como um objeto que carrega significados afetivos e pode ser contemplado como uma memória material que conecta sujeitos. Acredita-se que as roupas, por meio da sua permanência no tempo e da marca dos corpos que as vestiram, mantêm viva a presença do outro, operando como pontes entre passado e presente, entre ausência e continuidade.

Neste trabalho, foram explorados caminhos teóricos baseados em contribuições relevantes, com base em autores como Benarush, Stallybrass, Chauí, Dohmann, Halbwachs, Izquierdo e Nery, até alcançar a análise de cenas de duas obras ficcionais contemporâneas. Em ambas, o vestuário - camisas e um casaco com capuz - adquire centralidade simbólica ao atuar como catalisador de memória, evidenciando que, mesmo na ficção, há força em objetos que sobrevivem às perdas.

Ao abordar a memória afetiva por meio da análise do vestuário em narrativas ficcionais, ampliou-se a compreensão sobre a forma como as roupas podem operar simbolicamente na construção de significados emocionais. Longe de naturalizar o que é representação, afirmou-se o potencial das roupas enquanto mediadoras de sentimentos, guardiãs de experiências e testemunhas silenciosas do afeto.

As cenas analisadas não retratam a realidade em si, mas constroem sentidos simbólicos e estéticos por meio de imagens, gestos e atmosferas, reforçando o papel do vestuário como linguagem da ausência e da permanência.

Dito isso, é importante reconhecer os limites deste trabalho. O artigo não tem como propósito generalizar experiências reais ou falar por todos aqueles que atribuem valor às

suas roupas. O que se buscou foi refletir, por meio do campo simbólico da ficção, como o vestuário pode operar na narrativa como dispositivo de evocação, presença e resistência.

O trabalho não realizou entrevistas nem observações empíricas com sujeitos reais, o que delimita o alcance da análise. No entanto, foi justamente esse recorte que permitiu uma investigação mais aprofundada da camada simbólica da roupa como linguagem, gesto e memória material.

Pesquisas futuras poderiam explorar como diferentes contextos culturais e históricos influenciam as atribuições de memória às roupas, observando, por exemplo, como peças herdadas, preservadas ou até descartadas operam nas dinâmicas de luto, saudade, celebração e pertencimento.

Há espaço para compreender de que maneira esses objetos são apropriados por sujeitos comuns, e como narrativas pessoais, familiares ou coletivas são costuradas no tecido da experiência. Ainda, seria produtivo investigar como o uso de roupas em rituais de passagem ou o reaproveitamento de vestimentas familiares constroem trajetórias identitárias.

Portanto, existe um poder intrínseco de tornar um passado presente através das roupas, pois elas podem resgatar a memória afetiva de maneira genuína. Vestir uma peça de quem partiu, conservar uma camisa marcada, abraçar um casaco que já não carrega mais um corpo - são formas simbólicas de prolongar presenças.

E mesmo quando essas roupas se silenciam nos armários, elas continuam a dizer. Falam de quem fomos, de quem amamos, e de como, através do toque do tecido, podemos continuar sendo tocados.

Referências

ANDRZEJEWSKI, L. A moda como despertar da memória. Em: MERLO, M. (Ed.). **Memórias e museus**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2015. p. 89-97.

BENARUSH, M. K. A memória das roupas. **dObras** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, v. 5, n. 12, 2012. p. 113-117.

BENARUSH, M. K. Por uma museologia do vestuário: patrimônio, memória, cultura. Em: MERLO, M. (Ed.). **Memórias e museus**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2015. p. 99-111.

CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. n. 1, 2000.

DOHMANN, M. O objeto e a experiência material. **Revista Arte & Ensaio**. Rio de Janeiro: n. 20, jul. 2010. p. 70-77.

EUPHORIA. Episódio: And Salt the Earth Behind You. Direção: Sam Levinson. [S.l.]: HBOMax, 2019. Disponível em: <https://www.hbo.com>. Acesso em: 18 dez. 2023.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. Tradução de Beatriz Sidou. 2 ed. São Paulo: Centauro, 2006.

IZQUIERDO, I. **Memória**. Porto Alegre: Artmed, 2018.

NERY, O. S. et al. Caixas de memórias: a relação entre objetos, fotografias, memória e identidade ilustradas em cenas da ficção. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 51, n. 1, 2015. p. 42-51.

O SEGREDO DE BROKEBACK MOUNTAIN. Direção: Ang Lee. Produção: Diana Ossana, James Schamus. [S.l.]: Focus Features, 2005. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/>
Acesso em: 20 jan. 2023.

SILVEIRA, L. P. DA. Alinhavando as memórias: a apropriação do vestuário como objeto de recordação Laiana. **Revista Discente Ofícios de Clio, Pelotas**, v. 5, n° 8, 2020. p. 164-174.

STALLYBRASS, P. **O casaco de Marx roupas, memória, dor**. 4ª. ed. ed. Belo Horizonte: Editora Autêntica LTDA, 2012.

Revisor(a)- Simone Grace de Barros, Graduada em Comunicação Social - UFPE-simone.grace@ufpe.br

Bruxas modernas e golas antigas: a alquimia histórica no figurino de Wandinha Addams

*Modern Witches and Ancient Collars: The Historical
Alchemy in Wednesday Addams Costume*

Stella Mendonça Caetano¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8640-4193>

[resumo] O ensaio explora o “vestido Wandinha” como um ícone pop que sintetiza narrativas complexas sobre feminilidade, infância e sua subversão, ao mesmo tempo em que mobiliza a memória cultural e as emoções. Através de uma revisão bibliográfica, o trabalho analisa a composição do figurino da personagem Wandinha Addams, suas origens históricas e seu significado cultural. O texto explora como o figurino incorpora elementos da moda puritana, no período histórico da caça às bruxas nos Estados Unidos da América (Blumberg, 2007; Federici, 2017; Murrell, 2021), e da gola Peter Pan (Fields, 2004; Khai-runnisa, 2014), criando uma dualidade entre inocência e perigo, a evolução da imagem da bruxa na cultura pop e como o figurino de Wandinha reflete essas narrativas. Neste sentido, o “vestido Wandinha” é um objeto singular por meio do qual é possível perceber como a moda na cultura pop pode condensar complexas narrativas históricas e sociais. Oferecendo uma gama de percepções acerca das mudanças na forma como a infância, feminilidade e religiosidade expressas na moda ao longo do tempo, a peça representa o poder que a moda tem de evocar o passado para conversar com o contemporâneo.

[palavras-chave] **Wandinha. Figurino. Cultura Pop. História da Moda. Memória.**

¹ Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS); Mestre em Cultura e Territorialidades pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Cultura Pop, Comunicação e Tecnologia (Cultpop). Lattes: <https://lattes.cnpq.br/6683371595996160>

[abstract] This essay explores the “Wednesday dress” as a pop icon that synthesizes complex narratives about femininity, childhood, and their subversion, and mobilizes cultural memory and emotions. Through a literature review, the work analyzes the costume composition of the character Wednesday Addams, its historical origins, and cultural significance. The text explores how the costume incorporates elements of Puritan fashion, during the historical period of witch hunts in the United States of America (Blumberg, 2007; Federici, 2017; Murrell, 2021), and the Peter Pan collar (Fields, 2004; Khairunnisa, 2014), creating a duality between innocence and danger, the evolution of the witch image in pop culture, and how Wednesday’s costume reflects these narratives. In this sense, the “Wednesday dress” is a unique object through which it is possible to perceive how fashion in pop culture can condense complex historical and social narratives. Offering a range of insights into the changes in how childhood, femininity, and religiosity are expressed in fashion over time, the piece represents the power that fashion has to evoke the past to converse with the contemporary.

[keywords] **Wednesday. Costume. Pop Culture. Fashion History. Memory.**

Recebido em: 17-02-2025.

Aprovado em: 15-04-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1926>

De volta ao *spotlight*: o retorno da menina bruxa

Desde a estreia da celebrada série de terror comédia, com ares de conto de fadas gótico, *Wandinha*², em 2022, a personagem, que empresta seu nome ao título, sedimentou seu lugar entre os grandes personagens da cultura pop e se tornou um fenômeno cultural. A personagem, originalmente criada pelo cartunista Charles Addams na década de 30, permeia a cultura pop há, pelo menos, oitenta e cinco anos e passou por diversas atualizações nas adaptações e histórias da Família Addams produzidas para televisão, cinema e *streaming*, seja no formato *live action* ou em animação. Ao longo dos anos e atualizações o vestido que compõe o figurino da personagem se fixou no imaginário popular coletivo; de fantasias à influência na moda de rua e de subculturas, o vestido se popularizou como “vestido Wandinha” e por mais que pareça uma peça simples, sua composição, cor, influências e o corpo que veste fazem dele um recurso narrativo central para caracterizar a personagem e transmitir camadas de personalidade que acompanham a personagem desde sua criação e se complexificam conforme avançam suas adaptações.

Este ensaio teórico adota uma abordagem qualitativa para analisar o icônico “vestido Wandinha”, como um objeto de estudo da moda na cultura pop. Fundamentado em uma revisão bibliográfica, este trabalho explora as origens históricas e culturais dos elementos que compõem o vestido, buscando compreender como a moda, nesse contexto, funciona como linguagem visual e narrativa. A pesquisa investiga, ainda, de que forma o figurino condensa e comunica significados complexos relacionados à feminilidade, infância, subversão e memória cultural, bem como sua ressonância no imaginário social e na moda contemporânea. Por meio da revisão bibliográfica acerca do vestido, da personagem e dos temas da infância, crianças estranhas e bruxaria, este ensaio, de caráter exploratório, objetiva compreender como as informações de moda na composição dos figurinos de personagens da cultura pop, como o “vestido Wandinha”, podem ser ferramentas narrativas para além do texto e iniciar um movimento exploratório pela história da moda.

O vestido de Wandinha evoca dois períodos da história da moda estadunidense: os anos 1900 e os anos 1600, nos quais se destacam a criação da gola Peter Pan e a importância da indumentária puritana no episódio de Caça às Bruxas em Salém, nos EUA. A inocência infantil inspirada pela gola Peter Pan, branca, plana e arredondada, (Khairunnisa, 2014), contrasta com a composição que remonta à indumentária puritana, associada historicamente à acusação e morte de mulheres por bruxaria (Blumberg, 2007; Murrel, 2021). Essa dualidade intencionalmente construída posiciona a personagem em um limiar entre a inocência e a escuridão, a fragilidade e o perigo, caracterizando-a como uma ‘menina má’ ou ‘criança estranha’ típica dos romances góticos (MacFarlane, 2023).

² Nas primeiras traduções, o nome da personagem tinha início com a letra V. Somente em 2022, a partir da tradução de seu nome para intitular a série televisiva *Wednesday*, que o Vandinha passou a ser traduzido como Wandinha, por uma escolha de marketing e uniformização da plataforma de *streaming Netflix*. Portanto, tanto a grafia Vandinha quanto Wandinha podem ser usadas para se referir à personagem. Neste artigo, usarei a grafia mais atual: Wandinha.

O “vestido Wandinha”, além de um elemento estético, figura como uma extensão da identidade de Wandinha. Sua composição simples permitiu que ao longo das décadas este se solidificasse como um ícone na cultura pop, facilmente identificável, carregado de nuances e informações de moda que o dotam de capacidade para evocar uma gama complexa de significados. Sendo, portanto, um ponto de partida interessante, bem como uma materialização de como a moda pode ser utilizada como uma ferramenta narrativa na cultura pop, oferecendo uma paleta complexa e diversa de possibilidades que comunicam para além da imagem e, por isso, se torna essencial na criação e representação de personagens que ressoem com o público de seu tempo sendo ainda fundamental para os fluxos comunicacionais da cultura pop contemporânea.

Quem é essa menininha macabra?

A personagem Wandinha Addams é uma criação do cartunista Charles Addams que alcançou o *status* de fenômeno da cultura pop com o sucesso e popularidade da série que carrega o seu nome, “Wandinha”, lançada pela plataforma de *streaming* Netflix em 2022, com a peculiar direção de Tim Burton. A personagem central da série se tornou tão popular que, na cultura pop, existe hoje como um ícone independente. No entanto, nem sempre Wandinha foi apenas Wandinha. Vale lembrar que Wandinha é uma Addams.

A Família Addams é um conjunto de personagens criados por Charles Addams (1912 – 1988), autor e cartunista conhecido por seu estilo de vida, na época considerado excêntrico, mas que hoje podemos identificar como gótico. Mesmo que uma boa parte do trabalho de Addams não tenha esse tom sombrio, o conjunto de suas publicações mais sinistras e sombrias, em associação com sua imagem pública, impulsionou sua fama de “*Van Gogh dos Ghouls*”, “*Bela Lugosi dos Cartunistas*”, “guru dos cemitérios” e “catalisador do Gótico Americano” (Davis, 2021). Nesse cenário, a Família Addams foi criada para as histórias em quadrinhos de Charles Addams. O sucesso que procedeu aos quadrinhos pode levar a creditar que a família foi a maior publicação de Addams. No entanto, em quantidade, apenas 150 de aproximadamente 1300 quadrinhos retratam esses personagens.

A Família Addams retorna aos holofotes da cultura popular em 1964, quando ganhou uma adaptação para a televisão, dirigida e produzida por David Levy, transmitida pela emissora estadunidense ABC, que foi ao ar entre os anos de 1964 e 1966. Na década seguinte, em 1973, o estúdio de desenhos animados *Hanna-Barbera* produziu uma nova adaptação da família por demanda do público. A série animada foi transmitida nas manhãs de sábado de 1973 a 1975 na NBC. Posteriormente, a Família Addams foi adaptada para o cinema em 1991, em filme homônimo. Para Miserocchi (2021), o filme de 1991, dirigido por Barry Sonnenfeld e com Charles Addams como um dos roteiristas, foi um sucesso tão estrondoso que reviveu a família para toda uma nova geração que se encantou com sua estranheza. Nestas últimas adaptações, Wandinha ganha maior destaque por protagonizar suas cenas e diálogos marcantes. A personalidade excêntrica e sombria da personagem, presente na dupla de filmes noventistas, dá à personagem ganha maior destaque e caracterização, com atributos de personalidade que viriam a inspirar as adaptações futuras da personagem. A personalidade sombria, sádica, sagaz e quase apática da menina Addams fez dela um ícone da cultura pop e da cultura gótica. A menina que não sorri, esboça pequenos e sarcásticos sorrisos cada vez que uma de suas armações homicidas e incendiárias funciona.

Novas adaptações da Família Addams aconteceram nos anos 2019 e 2021 no formato de longas-metragens animados. As produções cinematográficas foram sucessos de bilheteria angariando legiões de fãs apaixonados pela família que, com o alcance nacional e internacional, os membros da família, tanto coletivamente quanto individualmente, expandiram seus horizontes comerciais, comercializando produtos que variam desde perfumes até serviços de telefonia internacional, revistas e até uísque japonês (Misericchi, 2021, p.16). No entanto, foi a série *Wandinha* que não apenas renovou o interesse pela família, mas também renovou o público e a fanbase dos Addams e da própria personagem.

“As Wandinhas” e seus figurinos

Wandinha é uma personagem que está presente na cultura pop há, pelo menos, oitenta e cinco anos. Em sua primeira aparição nos quadrinhos Wandinha era uma personagem cuja imagem corresponde a uma criança de cabelos lisos presos em duas tranças, rosto esguio e pálido, vestido preto com gola “*Peter Pan*” e botões brancos, meias e calçados pretos.

FIGURA 1. WANDINHA NOS QUADRINHOS DE CHARLES ADDAMS



FONTE: ADDAMS, Charles. *Black Maria*. Simon and Schuster, 1960. Disponível em: <https://attemptedbloggery.blogspot.com/2023/11/charles-addams-royal-canadian-mountie.html> Acesso em: 14 jul. 2024. Imagem obtida mediante impressão de tela.

Quando a personagem reaparece na série televisiva *A Família Addams*, de 1964, sendo interpretada por Lisa Loring aos seus seis anos de idade. O figurino escolhido replicava os elementos principais da roupa da personagem nos quadrinhos: cabelo preto, longo e trançado, vestido infantil preto com gola arredondada e botões brancos, meia-calça preta e sapatos pretos. Nas adaptações seguintes houve variações desse mesmo figurino. Na série animada de 1973, Wandinha aparece, pela primeira e última vez, com um vestido cor de rosa, com meias brancas e sapatilhas ao invés de botas; nos filmes de 1991 e 1993, o vestido todo preto ganha textura por meio de uma estampa vintage escolhida para dar à personagem mais identidade (Myers, 2020); nos longas animados de 2019 e 2021 as tranças da personagem formam uma força caindo por seus ombros, as meias voltam a ser brancas e as botas ganham mais altura em seus canos.

FIGURA 2. OS FIGURINOS DE WANDINHA NAS SÉRIES E FILMES



FONTE: Compilação de fotos e ilustrações, e extração do filme *A Família Addams* (1991). Imagens obtidas mediante impressão de tela.

Na série *Wandinha*, de 2022, a menina Addams passa por trocas de figurinos que deixam de ser apenas variações de suas antecessoras. O figurino tradicional ganha uma modelagem mais reta, menos infantil – afinal, na série, *Wandinha* é uma adolescente –, e a estampa sobre o vestido preto ganha mais destaque, criando textura e contraste. O tradicional vestido de gola se alterna com o uniforme da escola a qual a personagem frequenta, que atendendo à sua condição de alérgica a cores consiste em um conjunto de saia colegial e blazer listrados em preto e cinza que sobrepõem uma blusa branca com gola e punhos à mostra, gravata, meias pretas e um sapato que remonta ao lançamento de 2021 da marca Prada, o sapato *Monolith*. Outro figurino marcante da personagem na série foi o seu vestido de baile, um design da grife *Aiala*, usado por no episódio 4 da primeira temporada da série, intitulado “*Ai, Que Noite*”. Entre as transparências e babados conta também com a gola marcante do figurino tradicional, desta vez, na cor preta.

Apesar das variações ao longo dos anos e adaptações, o visual de assinatura da personagem permanece sendo o vestido preto na altura dos joelhos de magas compridas, gola branca, botões, meia-calça preta, botas de cano baixo, cabelos pretos divididos em duas tranças laterais e rosto pálido. Para além de um visual bem demarcado e consagrado na iconografia da cultura pop, o figurino de Wandinha, em consonância com os estudos de Scholl *et al.* (2009) e Costa (2002), é uma composição que conta sobre a história da personagem e suas características ao comunicando ao público, através de uma narrativa de moda, quem é Wandinha.

“Vestidinho”: o elemento infantil na composição do figurino

Após visualizar o figurino de Wandinha nas diversas adaptações que a personagem sofreu ao longo das mais de oito décadas em que esteve presente na cultura pop, a imagem que persiste em remeter à personagem é o vestido preto com gola branca, que não por acaso é, casualmente, chamado de vestido Wandinha. Para falar mais sobre essa peça e o que ela diz sobre a personagem vamos explorar um pouco da história do modelo, sem perder de vista que a menina Addams é uma personagem infanto-juvenil.

O elemento da infância ganha importância na presente análise a partir do momento em que ao observar o figurino icônico de Wandinha, em comparação com a de outras personagens femininas da família, há uma clara demarcação e etária. São três as mulheres Addams: Wandinha, Morticia e a Vovó Addams, mulheres em momentos distintos da vida que são apresentados aos olhos por meio da composição das personagens e de seus figurinos. Wandinha, representa a mulher Addams em sua infância, com ares de boneca macabra dado toque de estranheza de sua palidez e personalidade sádica e sarcástica, brindadas pelo vestido infantil tingido de preto com a gola branca em contraste e destaque.

No ano de 1900, no final do século XIX, um dos principais elementos do vestido Wandinha despontou: a gola que ficou conhecida como “gola Peter Pan”. Plana, delicada e com as pontas arredondadas a gola Peter Pan ganhou este nome em referência à gola usada por Maude Adams em performance como o personagem principal da peça teatral *Peter Pan*, em sua adaptação na *Broadway* em 1905. Fields (2004) revela que a própria atriz colaborou com o pintor John Alexander e sua esposa Elizabeth Alexander na criação do figurino.

O musical foi um sucesso e o figurino de Maude também. A gola Peter Pan logo se tornou um acréscimo popular ao design da moda nos Estados Unidos da América (EUA) e no Reino Unido, e rapidamente se tornou um estilo de gola popular em todo o mundo. Na moda europeia, porém, gola semelhante se tornou muito popular cinco anos antes, quando nas ilustrações do livro *Claudine à l'école*, ou *Claudine na Escola*, da autora Willy et Colette, a personagem principal era retratada com uma gola muito semelhante tendo o acréscimo de um lenço amarrado em laço.

Nos anos 1920, as golas se tornaram padrão nos vestidos de meninas, criando uma associação de inocência que persiste até hoje. Na década de 1930, o estilo se tornou quase obrigatório em casamentos, dessa vez nos vestidos das noivas adultas, complementando vestidos de cetim branco. Apesar de nas décadas posteriores terem aparecido nas diversas

formas e complementando estilos como *mod*, *pinup* e gótico, a gola Peter Pan seguiu como um ícone que evoca as ideias de infância, inocência e pureza (Khairunnisa, 2014).

Diante deste cenário é possível apontar que Charles Addams, ao criar Wandinha, buscou referências que lembrassem a pureza e a inocência da infância, dando a ela uma roupa popular entre crianças e reforçando a ideia de que ela é apenas uma menina. No entanto, o elemento perturbador da ordem usado por Addams para lançar sombras sobre a infância e subverter a imagem da uma típica criança de uma família estadunidense da época, reside no limiar entre a bruta realidade e o fantástico sobrenatural no qual estão as bruxas. A subversão da criança enquanto um ser inocente expressa no vestido de Wandinha, portanto, tem relação com um outro aspecto da história da gola nas roupas femininas estadunidenses: a caça às bruxas nas sociedades puritanas dos Estados Unidos da América.

A moda Puritana e as bruxas de Salém

Para compreender melhor essa origem estética tipicamente estadunidense que inspirou Charles Addams no momento da criação de Wandinha, faremos uma incursão na história das comunidades puritanas nos EUA a fim de traçar as relações entre suas origens e dinâmicas com o vestuário dos colonos que ficou marcado no imaginário popular.

A história do movimento religioso puritano começa na Inglaterra, no século XVI. Puritanos foi o nome dado aos religiosos rígidos que, insatisfeitos com a flexibilidade da Igreja Anglicana, se uniram para “purificar” a Igreja de elementos considerados católicos. Rechaçados e perseguidos pela Igreja Anglicana, os puritanos iniciaram um fluxo migratório para o “Novo Mundo”.

A migração puritana para a América do Norte teve início em 1620, quando um grupo de separatistas, conhecidos como Peregrinos, chegou a bordo do *Mayflower* e fundou a Colônia de *Plymouth*, no atual estado de *Massachusetts*. A esse evento seguiu-se uma onda migratória que se intensificou nas décadas seguintes. Entre 1630 e 1640, ocorreu o que ficou conhecido como a “Grande Migração”, período em que cerca de 20.000 puritanos ingleses se estabeleceram na Nova Inglaterra motivados, principalmente, pela busca de liberdade religiosa e pela oportunidade de criar uma sociedade baseada em seus princípios teológicos os puritanos (Hall, 1990).

Os puritanos valorizavam a modéstia e a simplicidade no vestir, vendo as roupas não apenas como uma necessidade prática, mas também como uma expressão de valores morais e espirituais. As roupas das mulheres puritanas eram, portanto, marcadas pela simplicidade, modéstia e funcionalidade, refletindo os valores religiosos e sociais da época. Cores sóbrias como preto, marrom, cinza e azul escuro predominavam em tecidos como lã, linho e algodão. Murrel (2021), aponta que os tecidos escuros eram usados em camadas, de forma que o traje típico consistia em várias camadas: começando por uma camisa de linho ou algodão, de mangas longas e decote alto, muitas vezes com gola ou colarinho; toucas e chapéus que escondiam seus cabelos e orelhas; e saias longas e amplas, presas na cintura por um cinto ou cordão completavam o conjunto, que podia, ainda, incluir aventais para proteger as roupas durante as tarefas domésticas (Murrel, 2021).

As golas eram peças importantes no vestuário feminino puritano. Confeccionadas em linho branco engomado, podiam ser planas ou com detalhes em renda. A escolha dos puritanos estadunidenses por golas planas, brancas e lisas de linho para cobrir o pescoço e o colo, estava alinhada com a sua busca por maior simplicidade e modéstia e, ao mesmo tempo, se diferenciar e afastar das elaboradas golas da moda europeia da época, expressando a rejeição puritana ao que consideravam excessos e luxos mundanos.

FIGURA 3 - REPRODUÇÃO DE UM TRAJE FEMININO PURITANO



Fonte: BBC FOUR, Dr Lucy Worsley Looks at How Clothing Changed - Harlots, Housewives and Heroines, YouTube, 28 de maio de 2012. Disponível em: <https://youtu.be/LxPdqeUPGBI> Acesso em: 14 jul. 2024.

Imagem obtida mediante impressão e tela do vídeo.

A gola puritana carrega em si uma carga ideológica e religiosa que remete à simplicidade e modéstia, no entanto, na esteira daquilo do que é “puro”, a gola branca sobre as vestes escura passou a simbolizar, também, a pureza, a moral e a virtude.

A dinâmica centrada na igreja, deu aos líderes religiosos grande influência sobre as comunidades, que se estendiam desde de exercer poder nas decisões comunitárias para guiá-las, até regras sociais e julgamentos de desviantes. Este cenário apresentou um terreno fértil para a prática de intolerância religiosa em relação a dissidentes e a perseguição de supostas bruxas, que resultou em casos violentos de perseguição e assassinato, principalmente, de mulheres. O mais famoso desses episódios é o da Caça às Bruxas de Salém, que ocorreu entre 1692 e 1693 nos EUA, na qual foram acusadas mais de 200 pessoas, 20 delas foram executadas (Blumberg, 2007).

As Bruxas de Salém

Conforme Mundra *et al.* (2016), os julgamentos das bruxas de Salem tiveram início com relatos de doenças inexplicáveis entre jovens garotas da cidade, incluindo sintomas como cegueira temporária, lesões cutâneas, convulsões e alucinações diagnosticados como bruxaria, um diagnóstico que desencadeou uma série de perseguições e acusações que, em

contato com a cultura puritana, profundamente enraizada na crença na existência de bruxas, criou um ambiente fértil para a aceitação dessa explicação sobrenatural (Boyer; Nissenbaum, 1974; Mundra, 2016). Ainda, havia uma tensão social latente em razão dos conflitos com aldeias vizinhas e o medo puritano de que sua vila sofresse com ataque indígenas, catalisando, assim, a histeria coletiva que precedeu a caça às bruxas (Sherwin, 2023).

O curto período de crueldade misógina foi marcado pela ideia de que “a bruxaria era associada às mulheres porque elas eram vistas como “o receptáculo mais fraco”, mais suscetíveis à tentação diabólica” (Gaskill, 2010). Assim, enquanto alvos, mulheres tinham seus corpos, suas vestimentas e comportamentos fiscalizados e qualquer desvio poderia resultar em uma acusação, vez que a relação entre a ideologia religiosa puritana e a vestimenta foi um aspecto importante da cultura dessas comunidades.

As acusações de bruxaria, frequentemente eram também baseadas em estereótipos físicos e sociais, revelam uma profunda misoginia e um medo do envelhecimento e da diferença. Conforme Bechtel (2002), as mulheres acusadas eram descritas como feias, velhas, com deformidades físicas ou, paradoxalmente, como belas e sedutoras através de pactos demoníacos. Essas características, de acordo com Ginzburg (2012), reforçam a ideia de que as condições físicas eram uma manifestação externa do mal. Para além dos corpos e das vestimentas, há uma face desse controle que se ocupa do aspecto reprodutivo (Federici, 2017), isto porque as acusações de crimes de bruxaria consistiam, principalmente, em feitiços para provocar infertilidade, impotência sexual, abortos, morte de bebês, recém nascidos ou durante o parto, além do uso do sangue desses infantes para rituais sabáticos (Chiovatto, 2018).

Sob a acusação de praticar crimes de bruxaria mulheres eram punidas com a morte por fogo. Suas execuções públicas por meio de queima na fogueira serviam como espetáculos didáticos.

A execução era um importante evento público que todos os membros da comunidade deviam presenciar, inclusive os filhos das bruxas, e especialmente suas filhas, que, em alguns casos, eram açoitadas em frente à fogueira na qual podiam ver a mãe ardendo viva. A caça às bruxas foi, portanto, uma guerra contra as mulheres; uma tentativa de degradá-las, de demonizá-las e destruir seu poder social (Federici, 2017, p. 333-334)

Ao refletir sobre o porquê de as bruxas serem queimadas, Silvia Federici (2017) argumenta que a prática foi um ponto fundamental na instauração da ordem capitalista e patriarcal. Ao queimar as mulheres o controle sobre seus corpos era quebrado, bem como extirpada sua autonomia sexual e reprodutiva. Totalmente dominadas, mulheres foram controladas pelos homens e pelo Estado. A morte na fogueira, tão persistentemente recordada na história da “mulheridade”, simbolizou a destruição e total aniquilação simbólica da mulher naquelas sociedades, trazendo à tona o quanto mulheres possuíam, um não-valor e suas existências eram banais (Bandeira; Magalhães, 2019).

As bruxas de Salém – e tantas outras acusadas de bruxaria -, foram mulheres vítimas de violência, tratadas e retratadas como selvagens, burras, fracas - fisicamente, mentalmente e espiritualmente-, sexualmente promíscuas e insaciáveis, rebeldes, insubmissas, sem capacidade de controlar a si mesmas. Essa descrição cânone bestial contrasta com a domesticação da figura da mulher puritana e com o papel esperado das mulheres a partir do século XVIII. A construção de uma nova ordem patriarcal exigia mulheres que, por meio da passividade, anulação de seus desejos sexuais e obediência, pudessem servir aos homens, até mesmo como bússola moral (Federici, 2019). Mulheres seguiam no papel de servas da força de trabalho masculina, dentro de corpos controlados, agora, não somente pelo medo do fogo.

Wandinha e a roupa das bruxas

A caça às bruxas chegou ao fim, mas o mito em torno da figura da bruxa continuou assombrando o imaginário de homens e mulheres pelo globo. Federici (2017), relata que após o fim da caça às bruxas, muitas mulheres encontraram no resíduo da mística sobrenatural da mulher bruxa uma forma de continuar se sustentando, oferecendo serviços de vidência, encantamentos, venda de poções mágicas e outras formas de magia.

O conceito de bruxaria, e a ideia de bruxa, conforme Russell e Alexander (2008), remonta a um contexto histórico-político-social complexo, anteriormente abordado neste texto. Na mistura de folclore com crenças pagãs e cristãs, a heresia cristã aparece como elemento essencial da caracterização do que pode ser entendido como bruxaria. Assim, prevalece a ideia de que, simbolicamente, a bruxaria e as bruxas estariam diretamente ligadas ao Diabo.

O caráter herege demoníaco das bruxas continuou a ser replicado na cultura popular, estando presente em contos infantis, filmes, histórias em quadrinhos, livros e outros produtos culturais. Tsugami (2019) aponta que foi somente na década de 1960 que um conjunto de situações levou à reinterpretação da figura da bruxa e sua construção no imaginário popular. Com os movimentos *new age* e *hippie*, que surgiram nos anos 60 e ganharam força nas décadas seguintes, o misticismo e o esoterismo se popularizam e conferem a ideia de bruxaria um caráter de prática e vivência espiritual adotada por pessoas que estariam trilhando caminhos opostos ao cristianismo (Tsugami, 2019).

Na década de 1970, o movimento feminista busca na imagem da bruxa uma representação da força feminina antagonista à estrutura, não mais uma imagem vilanizada e condenada. A bruxa ganha contornos positivos por meio da recuperação de seu imaginário, feita pelo movimento feminista na década de 70 e, desde então, continua um símbolo da luta feminista pelo direito a sua história, existência e dignidade. Nesse sentido, são resgatadas as características que condenaram mulheres à tortura e morte durante a caça às bruxas como, por exemplo, a ideia da bruxa de uma maneira positiva, e também a bruxa como uma mulher dotada de conhecimentos ou a bruxa como curandeira (Federici, 2019).

Acompanhando a crescente difusão cultural da bruxaria, a cobertura midiática de crimes trágicos passou a atribuir à bruxaria e ao (neo)paganismo a alcunha de fonte de motivação dos acontecimentos sangrentos. Esses movimentos, em terras estadunidenses, deram origem ao que ficou conhecido como *Satanic Panic*, ou Pânico Satânico, um episódio

de pânico moral que marcou a década de 1980 com inúmeras denúncias de cultos satânicos que estariam cometendo crimes violentos em adoração ao Diabo.

Outro movimento pode ser observado na cultura pop. O pânico moral incitou o interesse geral sobre o tema, que logo começou a aparecer em filmes, séries, músicas e outras produções audiovisuais. No entanto, o que se observa é que a retratação da figura da bruxa e da bruxaria tomou caminhos menos demoníacos – mas não menos hereges. Sob uma perspectiva mais moderna e alinhada com a ideia da bruxaria enquanto prática espiritual, bruxas começaram a ser retratadas como mulheres jovens, sem verrugas ou marcas no corpo que sinalizassem seu pacto, cujos objetivos giravam em torno de combater o mal.

Nessa esteira, os fluxos da bruxaria que vinham permeando a cultura pop desde a década de 1960, culminam em um interesse acentuado pela temática que a indústria do entretenimento teve tema nos anos 90. Os filmes, séries, livros, músicas, videoclipes, quadrinhos e tantos outros produtos de mídia produzidos em torno das bruxas - como os filmes *The Craft* (1996) e *Practical Magic* (1998) e a série *Charmed* (1998) -, ajudaram a difundir e popularizar, de maneira global, essa nova imagem da bruxa e bruxaria modernas (Russel; Alexander, 2008; Tsugami, 2019). Desde então, as representações de bruxas oscilam entre o monstruoso e o feminino mágico empoderado moderno.

Dentro das possibilidades de abordagem, cabe apontar que a imagem demonizada de mulheres vitimadas pela caça às bruxas, porém, ainda é frequentemente explorada na cultura pop, bem como sua relação com a sexualidade e domínio de corpos femininos. Não é incomum que em narrativas ficcionais pop a mulher bruxa perca suas roupas ao longo de seu percurso de acusação, linchamento, julgamento e morte. Perdendo, ou tendo arrancadas de si, as camadas de roupas que cobrem seu corpo até que, por vezes, em chamas, sua pele queima nua, por outras o corpo nu se junta ao sabá das bruxas em deleite, como acontece em séries como *Salem* (2014) e o filme *A Bruxa* (2015), por exemplo.

No entanto, Wandinha e seu vestido se encontram em uma interseção entre a moda, a história e a cultura pop que se alinha mais à construção da imagem da bruxa moderna oriunda da década de 1990, seguindo o lastro de produções como os filmes *As Bruxas de Eastwick* (1987), *The Craft* (1996), a saga *Harry Potter* (2001 – 2011), e *A Bruxa do Amor* (2016); bem como séries tais quais *Sabrina, Aprendiz de Feiticeira* (1996), *O Mundo Sombrio de Sabrina* (2018) e a própria *Wandinha* (2022).

A série *Wandinha* (2022), que dá maior destaque e desenvolvimento à personagem, é uma comédia de terror de estética gótica de conto de fadas macabro, com cenários que remetem à arquitetura gótica e vitoriana, mas com uma protagonista moderna: mulher, jovem, empoderada, corajosa e segura de si.

Wandinha, trajada em seu clássico vestido, objeto deste estudo, cria uma imagem que não é apenas um elemento visual, mas salta aos olhos como um poderoso catalisador de emoções que ressoam com o público contemporâneo. A dualidade presente na personagem e seu vestido - inocência infantil e sombria subversão - evoca sentimentos complexos e conflitantes nos espectadores, gerando reações comportamentais que vão desde a repulsa à identificação, de forma que há na imagem de Wandinha o poder de despertar emoções viscerais, comportamentais e reflexivas (Norman, 2008).

No momento visceral, o contraste entre a gola branca e o tecido preto em corte que remete ao imaginário e social infantil ao mesmo tempo que ao das bruxas, cria uma tensão visual imediata, despertando curiosidade e, possivelmente, um leve desconforto. No aspecto comportamental, o impacto da imagem de Wandinha comunica a natureza paradoxal da personagem, seu figurino e narrativa histórica de moda nele contida. Reflexivamente, o vestido é um convite ao espectador, a fim de que se sinta atraído e mergulhe na exploração das camadas de significados históricos e culturais que ele incorpora.

FIGURA 4 - BALANÇO, DE CHARLES ADDAMS



Fonte: ADDAMS, Charles. Happy Father's Day, 19 de junho de 2022. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Ce_mCbVukwp/ Acesso em: 14 jul. 2024.

Wandinha, atende à dois tropos das narrativas ficcionais modernas e do terror: a jovem mulher moderna além dos padrões e a menininha assustadora. Ambos, na narrativa de Wandinha, caminham juntos na medida em que as contradições inerentes às representações da criança má, cuja presença gera perturbação e destruição, ou mesmo da criança monstruosa, que representa perigo, estão presentes na composição da personagem.

A menininha assustadora desempenha um papel específico: ela é a figura por meio da qual a narrativa é perturbada. Esse tropo se manifesta em personagens femininas que reproduzem feminilidade, são pequenas e jovens – meninas -, mas sua presença nas narrativas góticas contemporâneas desestabiliza o que é familiar, doméstico e fofo, servindo como a base para o desconforto que ela evoca (MacFarlane, 2023).

O apelo que a menina Addams tem para mulheres adolescentes e adultas é decorrente deste papel disruptivo que a personagem desempenha desde as adaptações cinematográficas de 1991 e 1993. Wandinha quebra a expectativa do que se espera de meninas e mulheres ao se recusar a sorrir e ser intransigente, comportamento envolvido pelo humor do absurdo e o sombrio que a cerca. Essas características ressoam com mulheres e meninas na medida em que, na tecitura da narrativa da vida, mulheres são o Outro, e o outro é diferente, é assustador, é monstruoso por vezes, mas o Outro também se destaca. De origem latina, alérgica a cores, é a mais estranha entre os estranhos, a excluída pelos excluídos e por isso, na sua singularidade; o que faz de Wandinha uma monstruosidade é o que a faz protagonista de sua história.

Para Mulvey-Roberts (2016), assim como na literatura gótica e adulta, os monstros, e personagens monstruosos, aparecem para expressar medos e ansiedades sociais, expondo pontos críticos na cultura e relações. Nas peças infantis essa monstruosidade destaca as “crises culturais” nas quais as crianças estão situadas, como por exemplo a compreensão de quem são, formação de personalidade, identificação de diferenças, mudanças fisiológicas próprias do crescimento e até mesmo o encaixar-se ou não no papel que se espera que ele/ela desempenhe ao crescer.

A narrativa de *outcast* apresentada pela personagem, em especial na série de 2022, utiliza o figurino como ferramenta para transmitir visualmente sua mensagem, identificar a personagem e o lugar que ela ocupa na história que está sendo contada, sem deixar de gerar identificação com o público. No caso de Wandinha, essa identificação se deu, majoritariamente, com o público jovem feminino vez que a personagem apresenta um visual que, apesar de infantil, distorce a própria imagem de criança trazendo, através do gótico, das referências para a confecção de seu figurino e, ainda, da predominância do uso da cor preta, um ar de estranheza. Tal conjunto de elementos estéticos formam a imagem-ícone de Wandinha em no imaginário popular e na cultura pop, de forma que as camadas da personagem, hoje, podem ser compreendidas, quase que de imediato, ao vislumbre de seu tradicional “vestidinho”.

Esta ressonância emocional particularmente forte entre o público feminino jovem, manteve o vestido Wandinha um item popular na moda alternativa e muito presente nos guarda-roupas de mulheres góticas ao redor do mundo, que encontram no figurino de Wandinha uma expressão tangível de suas próprias experiências de não-conformidade e busca por identidade. Se após o retorno da personagem aos holofotes, por meio do sucesso da série em 2022, seu figurino tradicional se tornou fantasia de carnaval, antes disso vestiu incontáveis mulheres de estilo alternativas, de identidades subculturais e bruxas modernas que, sem precisar emitir palavras para expressar suas identidades usaram a moda para articular seus se expressarem com o corpo todo. O “vestido Wandinha” é, portanto, no *underground* e

mainstream, um símbolo de rebeldia contra expectativas sociais restritivas, evocando sentimentos de empoderamento e identificação em meninas e mulheres.

Essa relação da peça com as (sub)culturas e a moda alternativa está relacionada com o movimento assíncrono dos microcomércios em relação à indústria massiva da moda, que ocorre por meio do consumo subcultural. Na subcultura gótica, por exemplo, a produção das peças é feita por integrantes da comunidade gótica, ou outra subcultura, visando alcançar outros integrantes da mesma comunidade ou que circulam pela moda alternativa, a fim de que todos possam ter acesso à produtos diferenciados “de gótico para gótico”, ou “de alternativo para alternativo” (Caetano, 2020b). Este movimento está em consonância com a ideia de *slow fashion* uma vez que o consumo deixa de ser rápido e descartável, diante da relação estabelecida entre o usuário, sua identidade, sua prática de consumo e a peça objeto de consumo (Fletcher, 2010).

Outro papel relevante que o circuito da moda alternativa desempenha em relação o vestido Wandinha é o de ser crucial na longevidade da relevância da peça no imaginário popular. O figurino de Wandinha, com sua estética atemporal e rica em significados, demonstra como uma peça de vestuário pode resistir às tendências efêmeras e se tornar um objeto de valor duradouro. Sua persistência através de várias décadas e adaptações da personagem demonstra como a moda pode ser um veículo de memória cultural e continuidade histórica.

Para além, das dinâmicas comerciais de consumo e fruição, no âmbito da vivência, expressão e identificação subcultural, o vestido de Wandinha movimenta as cordas da identidade e da diferença, na construção de identidades pessoais e coletivas, integrando o processo de formação de comunidade a partir do reconhecimento entre os indivíduos. É um recurso de moda e design que destaca e afirma o pertencimento ao grupo por meio de elementos e símbolos compartilhados, incluindo códigos de vestimenta (Miller, 1987; Caetano, 2020a; Silvano, 2021).

O vestido de Wandinha, sob a ótica da história da moda, denota sua herança histórica calcada na indumentária puritana de comunidades da Nova Inglaterra, nos EUA. O vestido preto e a gola branca flertam com a moda popular infantil para, não só evidenciar que a personagem é uma criança/mulher jovem, mas, para, também, evocar uma inocência que é, prontamente, contaminada pela cor preta do tecido e quebrada pelas linhas retas da gola puritana. Esse vestido, e os elementos que o compõe, causam um incômodo visual que, após mais de oitenta anos circulando pela cultura pop, pode passar despercebido: por que uma inocente e angelical criança está vestida com uma roupa preta de bruxa? Por que macular um ser tão puro e divino? É uma heresia!

A heresia do vestido Wandinha não está somente na contaminação da infância com símbolos de bruxaria, mas também na forma como, nas atualizações da cultura pop estadunidense, a indumentária puritana perde camadas e comprimento, ganha cores, profana a modéstia, brinca com a quebra de regras empoderadora. A gola alta e pontuda da indumentária puritana não cumpre mais a função de cobrir pescoços, mas sim de adornar os vestidos das bruxas e perturbar o julgamento acerca de sua profanação ou inocência. A indumentária puritana se torna o vestido das bruxas não queimadas dentro de uma abordagem crítica da história da caça às bruxas nos EUA.

A brincadeira subversiva e a crítica irônica fazem parte do jogo narrativo e imagético que as adaptações Família Addams 2 e Wandinha (2022) fazem a partir da personagem e as origens históricas de seu “figurino assinatura”.

Em *A Família Addams 2* (1993), os pré-adolescentes Wandinha e seu irmão Feioso são enviados para um acampamento e lá se unem com um grupo de crianças desajustadas que são excluídas pelas crianças “modelo”. O grupo é composto por personagens que representam de modo estereotipado os nerds, imigrantes, adolescentes gordos e fora do padrão social que faz contraponto a eles no filme, adolescentes sorridentes, loiros e entusiasmados. Wandinha lidera o grupo na armação e um plano para se vingar dos outros adolescentes e dos monitores do acampamento com uma revolta durante a apresentação de uma peça de teatro.

A peça intentava retratar a origem do feriado estadunidense de ação de graças por meio de uma encenação do momento no qual indígenas e colonos peregrinos e puritanos entrariam em um acordo paz durando o jantar com um peru assado no centro da mesa e uma declaração de que os indígenas estariam perdoados pelo conflito por suas terras.

O filme apresenta uma narrativa falsa que exclui a ação colonizadora da tomada de terra indígena pelos colonos. Há também o apagamento de toda a violência perpetrada contra eles – que, como vimos anteriormente, forneceu mais lenha para as fogueiras da caça às bruxas. Diante disso, o filme traça um paralelo com a história de exclusão social das crianças estranhas do acampamento. Neste contexto, Wandinha, a menina do vestido puritano herege, recebe o papel de liderança.

A narrativa retira de Wandinha seu “figurino assinatura” e a coloca nas vestes de “nativa americana” à frente de um monólogo crítico acerca da peça que estava sendo apresentada. Wandinha destaca as consequências que a colonização imputou aos povos indígenas estadunidenses e se recusa a sentar na mesa de ação de graças, liderando uma pequena revolução na qual os excluídos ateiam fogo no palco, nos monitores e nos pais que estavam presentes e sentam-se juntos à mesa enquanto os “colonizadores” estão amordaçados. A provocação religiosa é, também, uma nuance nessa sequência, vez que os colonos, extremamente religiosos e puristas, são confrontados pela decisão dos hereges, que condenam qualquer aliança, assim como os puritanos fizeram com indígenas e acusados de bruxaria na história real dos EUA.

Wandinha ganha um novo monólogo que brinca e ironiza essa herança puritana, que está presente no seu vestido pop e na cultura popular estadunidense. No terceiro episódio da primeira temporada, “Amiga ou Desgosto”, de *Wandinha* (2022), a personagem, junto com os colegas de escola, deve trabalhar no parque temático *Peregrino’s*, na cidade fictícia de *Jericho*. Na vila turística que exalta a história dos colonos, Wandinha deve vender o doce *fudge*. Vestida com a indumentária puritana, Wandinha inicia seu monólogo ao oferecer o doce a um grupo de visitantes: “Aproveitem seu autêntico fudge dos peregrinos. Feito com grãos de cacau colhidos por indígenas oprimidos na Amazônia”. À frente, a aponta e denuncia a tentativa de embranquecer a história da América, afastando de vez os visitantes ultrajados.

A relação da personagem com os puritanos e com as bruxas, fica ainda mais evidente no desenrolar da trama da série que revela que o homenageado puritano Joseph Crackstone, promoveu na cidade de *Jericho* uma caça às bruxas da qual somente uma bruxa sobreviveu, Goody Addams, antepassada de Wandinha. A bruxa amaldiçoou o puritano e trancou sua alma em um caixão selado, que somente poderia ser aberto por sangue Addams. Eventualmente, o sangue de Wandinha é usado para abrir o selo, porém, mais uma vez, o puritano é derrotado e exterminado por uma jovem bruxa, com os aconselhamentos do fantasma da bruxa ancestral de sua casa e a ajuda de aliados.

O figurino, portanto, caminha em harmonia com o texto das representações audiovisuais da personagem desde de sua criação na década de 1930. Em um mundo contemporâneo marcado pela volatilidade das imagens e pela rapidez das mudanças culturais, o “vestido Wandinha” oferece um ponto de ancoragem, um objeto de significado duradouro que resiste à efemeridade, ao passo em que encapsula o paradoxo da hipermodernidade: a busca incessante pelo novo e pelo efêmero; e o desejo de retornar às raízes em busca da autenticidade (Lipovetsky, 2006; 2020). Ele é ao mesmo tempo um ícone pop contemporâneo e uma peça que evoca uma longa história cultural, desde a moda puritana até as reinterpretações feministas da figura da bruxa.

A roupa criada por Charles Addams para vestir sua menina estranha é pioneira na herege subversão da indumentária puritana na cultura pop e, até os dias atuais, entre reinterpretações, veste tantas outras jovens meninas bruxas na cultura pop e mulheres alternativas pelas ruas.

A heresia feminina é *pop*!

Do sacrifício de bebês à doce inocência infantil, o vestido Wandinha, emerge como um ícone pop que sintetiza narrativas complexas sobre feminilidade, infância e, crucialmente, sua corrupção e subversão deliberada. A peça tem a capacidade de transformar a heresia feminina em um fenômeno culturalmente ressonante. A aparente inocência do modelo infantil e da gola Peter Pan – elemento que, desde sua popularização no início do século XX, consolidou-se como símbolo da pureza pueril (Khairunnisa, 2014) – é intencionalmente juxtaposta à sombria indumentária de inspiração puritana, eco visual dos tempos em que mulheres eram acusadas de bruxaria e silenciadas (Blumberg, 2007; Murrel, 2021). Essa dualidade, cuidadosamente construída desde a criação original de Charles Addams, posiciona a personagem num limiar entre o inocente e o sombrio, o frágil e o perigoso, materializando uma heresia que desafia as expectativas tradicionais de docilidade.

Wandinha e seu vestido personificam o tropo de “menina má”, ou “criança estranha”, recorrentes nos romances góticos e histórias de horror, cuja presença desestabiliza o familiar e o doméstico. Essas são personagens femininas que reproduzem a feminilidade, ou seja, são pequenas e jovens, mas sua mera presença causa desconforto (MacFarlane, 2023; Balanzategui, 2018). A dificuldade de decifrar tais personagens é um componente central da caracterização da própria Wandinha, na qual a recusa em sorrir, a palidez e seu vestido, funcionam como manifestações visuais dessa calculada heresia, subvertendo a imagem da típica criança estadunidense.

O vestido Wandinha é um simples vestido infantil com uma gola que evoca a inocência e a pureza da infância, mas tanto a própria gola quanto sua cor preta lançam sombras e criam nuances narrativas para a personagem e para as histórias das quais participa. A análise do “vestido Wandinha” revela como a moda na cultura pop transcende o mero estilo, funcionando como uma linguagem visual que enriquece a narrativa tradicional. Ele entrelaça a história da moda com a história das mulheres, condensando séculos de significado em uma única peça de vestuário. Das acusações de bruxaria nos tempos puritanos à reapropriação feminista da figura da bruxa, o vestido carrega um peso histórico significativo. Sua longevidade e adaptabilidade através de várias reinterpretações e atualizações da personagem ao longo de décadas atestam seu poder como ícone cultural.

O “vestido Wandinha”, portanto, transcende o mero estilo para operar como uma complexa linguagem visual, entrelaçando a história da moda com a história das mulheres e condensando séculos de significado. A indumentária puritana, com suas golas altas e pontudas originalmente destinadas a cobrir pescoços e impor modéstia, é aqui profanada e ressignificada. Ela não mais cumpre sua função repressora, mas adorna os vestidos das “bruxas não queimadas”, perturbando o julgamento acerca de sua inocência ou profanação. Essa brincadeira subversiva e crítica irônica é central nas adaptações da Família Addams, como na cena da peça de Ação de Graças em *A Família Addams 2* (1993) ou no episódio do parque temático Peregrino’s em *Wandinha* (2022), onde a personagem, vestida com trajes que remetem ao puritanismo, denuncia a falsificação histórica e a opressão, conforme indicado anteriormente.

A capacidade do vestido analisado de evocar múltiplas camadas de significado — desde a história da caça às bruxas (Federici, 2017) até a subversão contemporânea de estereótipos de gênero —, o consagra como um “receptáculo de memória e significados” (Stallybrass, 2012). Ele carrega o peso histórico das perseguições e dialoga com a reapropriação feminista da figura da bruxa, que transita de vilã a símbolo de força e resistência (Tsugami, 2019; Federici, 2019). Sua longevidade e adaptabilidade, manifestas nas diversas reinterpretações da personagem ao longo de mais de oito décadas, atestam seu poder como ícone cultural, permitindo que ressoe com o público feminino jovem, que encontra no figurino uma expressão tangível de não-conformidade e busca por identidade, seja no *mainstream* ou nas modas alternativas e (sub)culturais

Itens como o vestido Wandinha, oferecem uma paleta rica de símbolos e significados que aprofundam a composição e caracterização de personagens capazes de criar personagens que ressoam com o público contemporâneo. Explorar essa “paleta *fashion*”, que hibridiza história, imaginação e crítica social, permite analisar os figurinos como objetos de estudo complexos e comunicativos que enriquecem e alimentam a cultura pop. O vestido Wandinha, ao hibridizar narrativas históricas, culturais e sociais complexas em uma única peça de vestuário, oferece *insights* não apenas sobre a personagem, mas, também, sobre as mudanças nas percepções sociais de infância, feminilidade e religiosidade expressas na moda na moda e na cultura popular, solidificando a ideia de que, de fato, a heresia feminina, quando bem costurada, é eminentemente pop.

Referências

- BALANZATEGUI, Jessica. **The Uncanny Child in Transnational Cinema: Ghosts of Futurity at the Turn of the Twenty-First Century**. Amsterdam: University Press, 2018.
- BANDEIRA, Lourdes Maria; MAGALHÃES, Maria José. A transversalidade dos crimes de femicídio/feminicídio no Brasil e em Portugal. **Revista da Defensoria Pública do Distrito Federal**, v. 1, n. 1, p. 29-56, 2019.
- BECHTEL, Guy. **As quatro mulheres de Deus: a puta, a bruxa, a santa e a imbecil**. Lisboa: Multinova, 2002.
- BOYER, Paul; NISSENBAUM, Stephen. **Salem possessed: The social origins of witchcraft**. Harvard University Press, 1974.
- BLUMBERG, Jess. **A brief history of the Salem witch trials: One town's strange journey from paranoia to pardon**. 2007. Disponível em: <https://www.smithsonianmag.com/history/a-brief-history-of-the-salem-witch-trials-175162489/>. Acesso em: 13 mai. 2025.
- CAETANO, Stella Mendonça. Indumentária, pertencimento e diferenciação: o papel das roupas na construção de uma identidade coletiva gótica. **Revista Ensaios**, v. 16, jan-jun, p. 176-192, 2020a.
- CAETANO, Stella Mendonça. O consumo subcultural à luz da Teoria Cultural e da Filosofia da Diferença: a identidade e a identificação na esfera micro do gótico. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 8, 2020b.
- COSTA, Francisco Araujo da. O figurino como elemento essencial da narrativa. **Sessões do imaginário**, v. 7, n. 8, 2002.
- DAVIS, Linda. **Chas Addams: a cartoonist's life**. Nashville: Turne Publishing Company, 2021.
- FEDERICI, Silvia. **Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. Trad. Coletivo Sycorax. São Paulo: Elefante, 2017.
- FIELDS, Armond. **Maude Adams: Idol of American Theater, 1872-1953**. Jefferson: McFarland, 2004.
- FLETCHER, Kate. Slow fashion: An invitation for systems change. **Fashion Practice**, v. 2, n. 2, p. 259-265, 2010.
- GASKILL, Malcolm. **Witchcraft: a very short introduction**. Nova York: Oxford: 2010.
- GINZBURG, Carlos. **História Noturna: Decifrando o Sabá**. São Paulo: Cia. de Bolso, 2012.

GODBEER, Richard. **Witch-Hunting in Seventeenth-Century New England**: a Documentary History, 1638-1692. Massachusetts: The New England Quarterly, 1991.

HALL, David D. **Worlds of wonder, days of judgment**: Popular religious belief in early New England. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

KHAIRUNNISA, Erika. A Semiotic Analysis of Fashion Domination through Signs in Music Videos. **Passage**, v. 2, n. 1, p. 41-55, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Cia das Letras, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade da sedução**: democracia e narcisismo na hipermodernidade liberal. São Paulo: Manole, 2020.

MACFARLANE, Karen E. Creepy Little Girl. **Gothic Studies**, v. 25, n. 1, p. 1-19, 2023.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption**. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

MISEROCCHI, Kevin. **A Família Addams**: álbum de Família. Rio de Janeiro: DarkSide Books, 2021.

MULVEY-ROBERTS, Marie. **Dangerous bodies**: Historicising the gothic corporeal. Manchester: Manchester University Press, 2016.

MUNDRA, Leela S. *et al.* The Salem witch trials—bewitchment or ergotism. **JAMA dermatology**, v. 152, n. 5, p. 540-540, 2016.

MURRELL, Rachel. **Dressing the Witch**: Clothing, the Body, and Accusations of Witchcraft in Puritan New England. Dissertação (Mestrado em Artes Cênicas) – Faculdade de Artes, Claremont Graduate University, Claremont, 2021. Disponível em: https://scholarship.claremont.edu/cgu_etd/242/. Acesso em: 14 mai. 2025.

MYERS, Ruth. **How The Addams Family Made Everyone Want to Dress Like Morticia and Wednesday**. Ana Gragert. ELLE Magazine. 30 out. 2020. Disponível em: <https://www.elle.com/culture/movies-tv/a34526239/addams-family-costume-designer-secrets/> Acesso em: 10 mai. 2025.

NORMAN, Donald A. **Design emocional**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

RUSSELL, Jeffrey; ALEXANDER, Brooks. **História da Bruxaria**. São Paulo: Aleph, 2008.

SILVANO, Filomena. **Antropologia da Moda**. Lisboa: Documenta, 2021.

STALLYBRASS, P. **O Casaco de Marx**: roupas, memórias, dor. 4 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.

SCHOLL, Raphael Castanheira.; DEL-VECHIO, Roberta.; WENDT, Guilherme. Welter. Figurino e Moda: Intersecções entre criação e comunicação. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL. 10., 2009, Blumenau. **Anais [...]**. Blumenau, 2009. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/r16-0855-1.pdf>. Acesso em: 02 mai. 2025.

TSUGAMI, Susan Sanae. (Neo) Paganismo, Cultura Pop e Mídia. **Sacrilegens**, v. 16, n. 1, p. 06-24, 2019.

SHERWIN, Brie D. Hocus Pocus: Modern-Day Manifestations of Witch Hunts. **Nw. JL & Soc. Pol'y**, v. 19, p. 1, 2023.

Revisora do texto: Cynthia Emmerich, Beletrista e bacharel em Letras pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: emmerichcynthia@hotmail.com.

From Tartan to Turmoil: Sensory Engagement and Historical Narratives in Alexander McQueen’s “Highland Rape”

Do tartan ao tumulto: engajamento sensorial e narrativas históricas em “Highland Rape” de Alexander McQueen

Andjela Bisevac¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1294-5189>

[abstract] This paper examines Alexander McQueen’s “Highland Rape” (Autumn/Winter 1995) as a collection that transcends aesthetics to explore trauma, resilience, and historical memory. Known for its provocative title and graphic imagery, the collection challenges conventional beauty and redefines fashion’s role in society by confronting audiences with layered narratives of personal and collective suffering. Through torn fabrics, exposed skin, and stark contrasts, McQueen delivers a potent commentary on the violent history of the Scottish Highlands, intertwined with his personal experiences. Grounded in the theoretical frameworks of Roland Barthes and Michel Foucault - particularly Barthes’s semiotic theory and Foucault’s notions of power and bodily discipline - this study examines how McQueen transforms the runway into a symbolic stage. His garments function as signs - mutable, provocative, and saturated with meaning - while the performative nature of the show provokes both visceral and intellectual engagement. Contributions from Caroline Evans and Judith Watt further situate McQueen’s work within a tradition of fashion as a critical narrative. Ultimately, the paper argues that “Highland Rape” exemplifies fashion’s potential to provoke dialogue on identity, memory, and socio-political critique. Positioned within the broader discourse of fashion as both an expressive art form and a design practice, the collection continues to resonate as a transformative force in contemporary fashion history.

[keywords] **Alexander McQueen. Highland Rape. Historical Memory. Fashion and Power. Embodied Trauma.**

¹ Ph.D. in Literature, Kanagawa University, Yokohama, Japan. Dissertation titled: “Beyond the Conventional: An Examination of Alexander McQueen’s Fashion Narrative and Designer-Audience Dynamics.” M.A. in Literature, Kanagawa University, Yokohama, Japan. Thesis titled: “Fashion as Universal Language in the West and Japan - Comparative Study of Fashion Culture from an Orientalist Perspective.” Email: andjelabisevac000@gmail.com

[resumo] Este artigo examina “Highland Rape” (Outono/Inverno 1995), de Alexander McQueen, como uma coleção que transcende a estética para explorar temas como trauma, resiliência e memória histórica. Conhecida por seu título provocador e imagens gráficas, a coleção desafia os padrões convencionais de beleza e redefine o papel da moda na sociedade ao confrontar o público com narrativas complexas de sofrimento pessoal e coletivo. Por meio de tecidos rasgados, pele exposta e contrastes visuais intensos, McQueen constrói um comentário contundente sobre a história violenta das Terras Altas da Escócia, entrelaçada com suas próprias experiências pessoais. Fundamentado em quadros teóricos de Roland Barthes e Michel Foucault - especialmente as teorias semióticas de Barthes e os conceitos de poder e disciplina corporal de Foucault - este estudo analisa como McQueen transformou a passarela em um palco simbólico. Suas criações funcionam como signos - mutáveis, provocativos e saturados de significado - enquanto a dimensão performativa dos desfiles estimula engajamento tanto emocional quanto intelectual. As contribuições de estudiosos como Caroline Evans e Judith Watt também ajudam a situar o trabalho de McQueen dentro de uma tradição de narrativa crítica na moda. Em última análise, o artigo argumenta que “Highland Rape” exemplifica o potencial da moda para provocar diálogos sobre identidade, memória e crítica sociopolítica. Posicionada dentro do discurso mais amplo da moda como forma de arte expressiva e prática de design, a coleção continua a ressoar como uma força transformadora na história contemporânea da moda.

[palavras-chave] **Alexander McQueen. Highland Rape. Memória Histórica. Moda e Poder. Trauma Incorporado.**

Received in: 28-10-2024.

Approved in: 02-04-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1906>

Introduction

Fashion, as an artistic and design-driven medium, transcends mere utility, engaging deeply with sensory, emotional, and historical experiences. Alexander McQueen’s “Highland Rape” (Autumn/Winter 1995) epitomizes this dynamic—where the runway becomes a symbolic stage for confronting complex themes of trauma, resilience, beauty, and brutality. With torn fabrics, exposed skin, and confrontational silhouettes, McQueen challenged aesthetic conventions and positioned fashion as a form of storytelling, inviting audiences to engage on both visceral and intellectual levels.

“Highland Rape” infamous for its provocative title and graphic presentation, was met with both acclaim and controversy, particularly regarding its portrayal of violence against women. Yet beneath the shock lay a layered narrative - one that interwove personal trauma with historical violence, transforming the runway into a critical site of meaning-making. McQueen drew upon the violent history of the Scottish Highlands and his own lived experiences, creating a collection that spoke simultaneously to identity, resistance, and empowerment.

This paper approaches “Highland Rape” not as an isolated spectacle but as part of McQueen’s broader discourse on the body, gender, and cultural memory - a discourse echoed in later collections such as “Joan” (1998), “VOSS” (2001), and “The Widows of Culloden” (2006), where he continued to explore the interplay between fragility, violence, and power. The analysis also recognizes the dual nature of McQueen’s work, where the garments and their performative presentation operate in tandem, blurring the boundary between fashion design and theatrical production.

Through its symbolic imagery and the interplay between personal and collective trauma, “Highland Rape” challenges audiences to engage with fashion not only as a communicative system but as a medium of embodied critique and resistance. Ultimately, the collection’s impact lies not only in its controversy but in its ability to provoke thoughtful dialogue on fashion’s potential to express complex narratives of trauma, recovery, and transformation. McQueen’s work continues to inspire and challenge, shaping the evolution of fashion as a deeply expressive, performative, and critical design practice.

From Shock to Substance: Audience Reactions and Misinterpretations

The dialogue surrounding “Highland Rape” epitomizes the complexities and potential misreadings that can arise in the reception of fashion as both artistic and design discourse. The show’s title sparked immediate controversy, with critics such as Church focusing on its shock value and questioning the intent behind what appeared to be the portrayal of women as victims. As Church remarked, “The very title of the show Highland Rape has been done to shock people. It’s been done to attract publicity... women want to look at fashion, but they don’t want to see it in some way as portraying them as a victim” (McQueen, 2018).

In stark contrast, McQueen’s personal statement on the collection revealed a much deeper, more intimate motivation:

I’m not misogynist, but the idea was saying to the public, that a man takes from a woman. The woman’s not giving it. And that’s what rape is. My oldest sister was badly beaten up by her husband. When you’re eight years old and you’re seeing your sister strangled by her husband who’s now dead, thank God, you know, all you wanna do is make women look stronger (McQueen, 2018).

This direct reference to childhood trauma - witnessing domestic violence against his sister - positions the collection not as a glorification of victimhood but as a subversive act of

reclamation. By embedding his designs with traces of personal and collective pain, McQueen sought to shift the narrative from passive suffering to embodied defiance.

Critics and scholars have since reconsidered “Highland Rape” examining not only the garments but the performative presentation that contributed to the collection’s layered semiotics. Shahidha Bari, for instance, notes a green leather shift dress, “cut simply, with a pewter-studded collar, sharply rebarbative, and a tear across the right breast” highlighting how physical alterations to fabric function as deliberate signs of disruption (Bari, 2020, p. 63). These gestures - tears, frays, asymmetries - underscore themes of vulnerability, power, and resistance.

The show’s visual language was designed to shock, yes - but also to provoke reflection. The garments were not simply worn, but performed: bodies staggered, exposed, and visibly scarred, turning the runway into a space of confrontation. This interplay of aesthetic design and choreographed movement blurred the line between fashion and performance art. The tension between spectacle and substance became a central feature of the show, reflecting McQueen’s strategy of using provocation to unlock more complex socio-political commentary.

McQueen’s work demands an interpretive audience. The visceral, sometimes violent imagery confronts viewers with discomfort but simultaneously empowers them to decode meaning - echoing Roland Barthes’s notion that meaning is not fixed by the creator, but constructed through reception (Barthes, 1977). In this sense, “Highland Rape” operates as an open text. While initial reactions emphasized provocation, a deeper engagement reveals McQueen’s fashion as a form of symbolic resistance— one that challenges traditional power dynamics and invites emotional and intellectual participation in its narrative.

Fashion as Narrative: The Sutured Wound and Historical Trauma

“People find my things sometimes aggressive. But I don’t see it as aggressive. I see it as romantic, dealing with a dark side of personality” (McQueen, quoted by Bolton, 2011, p. 70). In “Highland Rape” the invitation featuring a sutured wound revealed a complex symbolic framework, intertwining vulnerability, resilience, and historical reference (Spooner and Wilcox, 2015, p. 147). This visual motif exemplifies McQueen’s broader approach to fashion design, in which garments do not merely adorn the body but engage with it - discipline it, expose it, and narrate its wounds.

The sutured wound operates as a layered metaphor in McQueen’s work. It suggests that clothing is not simply an external layer, but an extension of the body - akin to a second skin that simultaneously reveals and conceals. Much like the human epidermis, fabric here has the capacity to both protect and express. The stitches, evocative of surgical recovery, represent the possibility of transformation through trauma - a design intervention that reimagines the relationship between body and garment as one of mutual inscription (Entwistle, 2015).

More than a decorative motif, the sutured wound served as a semiotic device that immediately provoked both intellectual and emotional engagement. Its presentation - on the invitation itself - ensured that the audience encountered this symbol before the garments ever appeared, framing the collection as an affective narrative rather than a conventional

fashion show. The invitation thus operated as both a design artifact and a narrative threshold, signaling the show's focus on trauma, recovery, and resilience (Wilson, 2015, p. 32).

The sutured wound in "Highland Rape" does not merely represent personal trauma but also draws deeply from Scotland's turbulent history. The Jacobite risings and subsequent Highland Clearances left lasting scars on Scottish identity, much like the visible yet healed wound in McQueen's designs. These uprisings played a crucial role in the complex political and religious landscape of the time, and the brutal defeat at the Battle of Culloden in 1746 effectively ended the Jacobite cause, leading to the severe repression of Highland culture and clan structures.

Following this, the Highland Clearances (mid-18th to mid-19th century) saw the forced displacement of Highlanders—initially as political retribution, and later for agricultural restructuring. This systematic destruction of clan society devastated the Gaelic language and tradition, compelling widespread emigration and contributing to the formation of a Scottish diaspora (Devine, 2012; Prebble, 1969, p. 104).

Seen through this lens, the sutured wound evolves into a potent metaphor for the deep historical scars inflicted upon Scotland and its people. It represents the trauma of displacement and loss, where land, identity, and community were violently torn apart, only to be sutured back together through a painful and incomplete process of historical recovery. The visual metaphor of the wound, though externally healed, emphasizes that scars endure, leaving an indelible trace on Scottish cultural memory. The brutality of the Jacobite defeats and the forced emigrations during the Highland

Clearances are encapsulated in this symbol - healed on the surface, but forever altering the emotional and historical topography of Scottish identity.

By embedding Scotland's collective trauma into his designs, McQueen invites the audience to reflect on how historical displacement and resilience are woven into the fabric of cultural identity - much like the physical scars carried by individuals. The clothing in "Highland Rape" does not merely illustrate suffering; it performs it. This interplay between wound and repair, history and healing, transforms fashion from passive adornment into a form of critical design, charged with political and emotional depth.

Moreover, McQueen's use of the sutured wound as the collection's invitation underscores his commitment to fashion as narrative - a design practice that merges symbolism, sensory experience, and socio-political commentary. The wound was not a mere motif, but a visual thesis: a statement of intent that framed the audience's engagement with the collection as both intellectual and visceral. The invitation itself, encountered before the garments, acted as a narrative threshold, situating the viewer within a world where the body is a site of struggle, memory, and transformation.

In this way, McQueen's designs echo Michel Foucault's conception of the body as a surface upon which power inscribes itself (Foucault, 1977, pp. 136–138). The physical body in "Highland Rape" is not idealized or abstracted - it is marked, wounded, and exposed. These inscriptions mirror the disciplinary mechanisms Foucault describes, wherein the body becomes the medium through which historical and institutional forces exert control. Yet in McQueen's hands, these markings are reclaimed: the wound becomes a space of agency, where the trauma inscribed by history is made visible and, perhaps, re-authored.

Ultimately, McQueen's incorporation of the sutured wound illustrates how fashion can operate as a deeply layered narrative tool - one capable of expressing complex ideas about identity, history, and embodied trauma. By fusing personal memory with cultural loss, and historical reference with visceral design, McQueen transforms both body and clothing into sites of storytelling and healing. His work challenges aesthetic conventions and invites viewers to confront emotional and societal wounds, offering a space where vulnerability and strength converge. In doing so, "Highland Rape" exemplifies how fashion, as a critical design practice, can confront history not with detachment, but with emotional resonance and political urgency.

The Power of Interpretation: Clothing as Armor and Agency

"I like men to keep their distance from women", McQueen said. "I like men to be stunned by an entrance" (Wilson, 2015, p. 153). The "Highland Rape" collection, a pivotal moment in McQueen's career, was staged on a runway strewn with heather inside the British Fashion Council's tent near the Natural History Museum in South Kensington, London (Gleason, 2012, p. 31). The setting evoked a rugged, mythic version of Scotland - one that McQueen simultaneously invoked and subverted. The garments, crafted in red, black, and yellow McQueen clan tartan, infused both the designs and the designer with a strong sense of lineage (Bethune and Wilcox, 2015, p. 306). Traditional references, such as the tartan and wild bird plumes, paid homage to Scottish gamekeeping and clan identity, anchoring the collection in both personal and national heritage (Harrison, 1995, pp. 11-23).

Yet "Highland Rape" was far from a romantic portrayal of Scotland. McQueen deliberately rejected nostalgia, offering instead a collection that was startling, confrontational, and politically charged (*1995 News Report on Alexander McQueen's Highland Rape Collection*, 1995). Critics noted the violence of the aesthetic: garments aggressively torn, slashed, and cut to reveal breasts and skin (Gleason, 2012, p. 32). As Sally Brampton wrote in *The Guardian*, "It is McQueen's brand of misogynistic absurdity that gives fashion a bad name" (Brampton, 1995).

These deconstructed designs served as a visual metaphor for Scotland's turbulent history - an embodiment of collective trauma rendered in cloth. In resisting sanitized representations, McQueen's designs aligned with a broader cultural resistance to simplified historical narratives. Instead, he encouraged his audience to confront the brutal legacies of both national and personal histories with unflinching clarity (Bethune and Wilcox, 2015, p. 306).

Even traditionally delicate fabrics - chiffon, laminated lace - were weaponized by McQueen's construction. Rather than suggesting fragility, they were reshaped into emblems of resistance. The models, their faces shadowed by dark makeup and their eyes obscured by black mirrored contact lenses, appeared spectral, powerful, and beyond reach. The effect was not to objectify the body but to armor it. "I didn't care about what people thought of me", McQueen said. "I didn't care about what I thought of myself. So I would go to the far reaches of my dark side and pull these horrors out of my soul and put them on the catwalk" (McQueen, 2018).

The show's title was equally deliberate. A safer name like "Highland Fling" would have evoked kitsch, not critique. "Highland Rape" was chosen to provoke, to demand attention—and interpretation (Watt, 2012, pp. 83–84). As Bobby Hillson observed, the show was "overwhelming" and "powerful", telling a story in McQueen's singular visual language (Watt, 2012, pp. 83–84). The provocation was not gratuitous; it was strategic. It invited confrontation and emotional response, transforming fashion from spectacle into narrative. Among the collection's many layered gestures was its androgyny - evident, for instance, in the traditional military "stocks" worn at the neck, edged with Stuart-style frills. These subtle details signaled McQueen's ongoing interrogation of power, gender, and historical performance (Tiramani and North, 2011).

Among the collection's most striking elements were a sleeveless steel bodice resembling decorative armor, lace garments that left the breasts exposed, and silver fob chains extending from crotch to mid-thigh - a detail some critics misread as symbolic of tampon strings (Watt, 2012, pp. 83–84). The juxtaposition of these elements - armor-like bodices and exposed skin - illustrated McQueen's desire to blend vulnerability with strength, echoing his overarching theme of clothing as both protection and revelation. The collection also featured cutaway bodices inspired by the 18th century, an empire-line tartan bodice paired with a floor-length gauze skirt (a design evolution from his earlier "Banshee" collection), and sleeves cut on the bias in the style of 1810 (North, 2018, p. 86; Gleason, 2012, pp. 22–25; Stowell and Cox, 2017).

Extending this interplay of exposure and concealment, McQueen introduced his now-iconic "bumsters" - a radically low-slung silhouette that redefined the lower back and pelvic line. The design destabilized traditional notions of desirability by redirecting erotic emphasis from the overtly sexualized to the subtly anatomical. Historically, the ogee curve - an undulating S-shape - has been associated with beauty and eroticism. William Hogarth, in *The Analysis of Beauty*, identified this serpentine "Line of Beauty" as an aesthetic ideal found in art, design, and nature (Hogarth, 1997, p. 33). McQueen's use of the "bumster" reinterpreted this line in a contemporary fashion context, shifting its connotations from the male body to a more fluid, even female-centric, reading of allure.

Fashion historian Judith Watt deepens this interpretation, noting that McQueen's "bumsters" drew on visual references from gay pornography - particularly the extended torsos and pelvic emphasis of young men and body-builders - combined with elements of Renaissance male attire, in which breeches were provocatively low-cut (Watt, quoted by Wilson, 2015, p. 106). In McQueen's design, these influences converge, producing a silhouette that fuses historical allusion and subcultural citation to challenge and redefine what is considered erotically powerful or desirable on the female body (Beward and Wilcox, 2015, p. 45).

Technically, the "bumsters" demanded innovation. Achieving the precise visual effect required the trousers' waistband to sit five centimeters below the conventional hip line, a tailoring challenge solved by McQueen through the use of rubberized lining to maintain a snug and deliberate fit. This attention to technical construction underscored his dual commitment to design theory and sartorial functionality, where concept and craft are never separated, but mutually reinforcing (Beward and Wilcox, 2015, p. 45).

"(With bumsters) I wanted to elongate the body, not just show the bum. To me, that part of the body - not so much the buttocks, but the bottom of the spine - that's the most

erotic part of anyone's body, man or woman" (McQueen, quoted by Bolton, 2011, p. 53). McQueen's statement reveals a deliberate intent behind the "bumster" design that transcended provocation. His goal was not merely to shock but to reframe the body's proportions and aesthetic center. By elongating the silhouette and shifting attention away from traditionally eroticized zones, McQueen invited viewers to engage with the human form in a new, more nuanced way.

The lower spine, where the body transitions from torso to pelvis, becomes in McQueen's hands a site of subtle sensuality. It is a region often overlooked in conventional fashion and media, yet it carries an intimate rhythm - curving gently, moving fluidly with each step. As John Berger notes in "Ways of Seeing", the cultural eroticization of the female body has historically centered on selective visual codes, privileging certain zones while rendering others invisible (Berger, 1990, p. 47). McQueen challenges this tradition, shifting attention toward what the dominant gaze tends to omit. By spotlighting this zone, McQueen choreographed a shift in how beauty and desire might be mapped onto the body. His intervention draws attention to what might otherwise remain invisible, thereby complicating dominant codes of allure.

This reorientation of bodily emphasis also engages with Judith Butler's theory of gender performativity. As Butler argues, "gender is an identity tenuously constituted in time, instituted in an exterior space through a stylized repetition of acts" (Butler, 2006, p. 179). Butler further elaborates on the concept of gender performativity, suggesting that "the gendered body is performative... this suggests that it has no ontological status apart from the various acts which constitute its reality" (Butler, 2006, p. 179). The body, in this framework, is not a passive canvas but an active agent in the construction of identity. McQueen's "bumsters" enact this performativity by queering the relationship between cut, body, and desire - presenting gender not as a fixed attribute, but as a series of expressions open to reinterpretation. His designs refuse binary categorization; instead, they allow the body to become a space of fluid, individual authorship.

In fashion history, only a few designers have managed to introduce silhouettes so emblematic that they redefine the era's visual language—Coco Chanel's liberation from corsetry, Christian Dior's post-war "New Look" (Picardie, 2011, pp. 71–86; Dior, 2018, pp. 45–58). McQueen's "bumsters" join this lineage, encapsulating a broader cultural yearning for freedom: from constriction, from gender norms, and from prescribed forms of desire. In doing so, he not only reshaped silhouettes but also rewrote the visual vocabulary of seduction, defiance, and the gendered gaze.

By breaking with traditional boundaries in form and gendered expression, McQueen's "bumsters" encapsulated the rebellious ethos of "Highland Rape". Unsurprisingly, the collection's provocative title and bold designs did not go unnoticed by the public. The London Evening Standard reported that the show's title alone was enough to dismay the "Politically Correct police" (Watt, 2012, pp. 83–84). Yet despite the controversy, the collection retained an undeniable romantic allure. As many commentators noted, London Fashion Week thrives on theatricality, and McQueen's stark departure from convention reinvigorated the industry's appetite for risk, intensity, and creative freedom. In this sense, "Highland Rape" served as a reminder of fashion's potential to rupture polite sensibilities and defy moralizing gatekeepers.

Scotland for me is a harsh, cold, and bitter place. It was even worse when my great, great grandfather used to live there...The reason I'm patriotic about Scotland is because I think it's been dealt a really hard hand. It's marketed the world over as...haggis...bagpipes. But no one ever puts anything back to it (McQueen, quoted by Bolton, 2011, p. 102).

This awareness of Scotland's misrepresentation - and his ancestral ties to its history-infused "Highland Rape" with emotional weight. The collection was not simply a critique of fashion norms but a lament for a romanticized homeland that, in his view, had been commodified and erased.

The political climate of 1995 further amplified this resonance. That year, the Scottish Constitutional Convention published "Scotland's Parliament, Scotland's Right," a landmark report advocating for national devolution and the creation of a parliament in Holyrood (Murkens, Jones, and Keating, 2002, p. 12). Simultaneously, Hollywood cast its own spotlight on Scottish identity with two major releases: *Rob Roy* and *Braveheart*. Both films, particularly the latter, stirred public sentiment around independence and cultural pride. *Braveheart* - starring and directed by Mel Gibson, himself descended from the Scottish diaspora - romanticized rebellion and resistance, echoing themes of national struggle long woven into Scotland's historical fabric (Glasgow Times Reporter, 2020; Watt, 2012, pp. 78-80).

It was into this politically charged atmosphere that McQueen's "Highland Rape" emerged - confrontational, layered, and unflinchingly personal. The collection resonated as more than a fashion statement; it became a cultural intervention. By channeling his own lineage and refusing sanitized narratives, McQueen transformed the catwalk into a platform for national critique and emotional truth. His vision stood at the intersection of memory, myth, and rebellion - fusing biography with political rupture, and clothing with critique.

Evolving Narratives: From Victim to Survivor

The models McQueen sent down the runway in "Highland Rape" wore more than garments—they bore visible signs of bruising and blood, evoking scenes of violence and emotional rupture. These haunting visuals mirrored not only historical trauma but also deeply personal wounds, particularly those related to McQueen's sister, whose experience with domestic abuse had left a lasting mark on him (Bancroft, 2012). "I gave adults a lot of time in my life when I was young and some of them hurt me. And that way I learned even more. Let's say I turned the negative into a positive", McQueen once reflected (McQueen, quoted by Wilson, 2015, p. 34). In this sense, his work became a space of psychic exorcism, where pain was not hidden but transformed into form.

Central to this transformation was the role of skin - not as a neutral backdrop, but as a narrative surface. McQueen treated the body itself as a text: a site of inscription, vulnerability, and resistance. His garments did not merely cover; they communicated. By manipulating exposure - tearing, cutting, or encasing the skin - he blurred the line between adornment and assault, protection and provocation (Honigman, 2021, p. 60). "It's almost like putting armor on a woman. It's a very psychological way of dressing", he explained (McQueen, quoted

by Bolton, 2011, p. 60). The interplay between concealment and revelation suggested that power could be recovered precisely where vulnerability was made visible.

As the show unfolded, this narrative became increasingly pronounced. What began as garments that exposed fragility - loose, distressed, and suggestive of violation - gradually gave way to silhouettes that implied defense and defiance. The models, at first staggered and spectral, appeared to gain composure and strength as the sequence progressed. The clothing itself seemed to evolve - no longer rendering them victims, but survivors. This narrative arc was deliberate. McQueen choreographed an emotional progression in which the exposed body was not merely seen, but redefined - as a site of pain, yes, but also of power.

Caroline Evans draws compelling parallels between the Marquis de Sade and McQueen, observing how McQueen's sharp tailoring and thematic choices echoed the formidable women in de Sade's writing - figures of intense dominance and theatrical mastery. These women were not defined by passivity or fragility; they defied traditional gender roles and embodied exaggerated power. In Evans's reading, they became "superwomen" — and so, too, did McQueen's models (Evans, 2001, p. 207).

Like de Sade's narratives, McQueen's work revealed in the shifting dynamic between victim and aggressor (Evans, 2001, p. 207).

I think there has to be underlying sexuality. There has to be perverseness to the clothes. There is a hidden agenda in the fragility of romance. It's like the Story of O. I'm not big on women looking naïve. There has to be a sinister aspect, whether it's melancholy or sadomasochist. I think everyone has deep sexuality, and sometimes it's good to use a little of it - and sometimes a lot of it - like a masquerade (McQueen, quoted by Bolton, 2011, p. 80).

In this view, the runway becomes not just a stage but a battleground where power, pain, and desire play out. McQueen's models often embodied the arc from vulnerability to control - prey becoming predator, subject becoming agent (Bolton, 2011, pp. 96–97).

This transformation on the catwalk mirrors both McQueen's personal journey and his philosophical fascination with power. Foucault's concept of power/knowledge is particularly resonant here. Power is not static or oppressive in a singular direction; rather, it circulates, producing knowledge and identities in its wake. McQueen's collections enact this circulation. The shift from broken to empowered bodies on the runway visually dramatizes the Foucauldian claim that power is relational, performative, and productive - not just repressive. "The repressive hypothesis", Foucault writes, links power, knowledge, and sexuality, revealing how social systems organize desire and discipline through normative frameworks (Foucault, 1978, p. 5).

Further aligning with Foucault's theory of biopower - the governance of populations through subtle regulation - McQueen's designs expose the tension between subjugation and defiance. The human body in his shows becomes a contested site: simultaneously regulated and resisting. His models transition from passive figures to commanding presences, challenging norms around femininity, victimhood, and agency. In this sense, McQueen's fashion enacts a subtle but profound resistance to biopolitical containment.

While Foucault articulates how power operates through institutional structures, Barthes offers a different but complementary shift, moving from the creator to the receiver. In his essay “The Death of the Author”, Barthes argues that meaning resides not in the author’s intention, but in the reader’s interpretation. McQueen’s work exemplifies this theory in practice. The transformation from victim to survivor is not fully prescribed - it unfolds as an open text, inviting viewers to find their own meaning, their own reflection of strength.

In “Highland Rape” this interpretive openness is especially potent. The visual progression from violence to resilience, from exposure to armor, becomes a canvas for audience engagement. McQueen decentralizes authorship, allowing viewers to become co-authors of the narrative. This act of decentralization turns fashion into a dialogic medium - one where symbolic resistance is not only performed but perceived, and where the power of meaning shifts from the runway to the minds of those who witness it.

Dynamics of Audience Engagement

McQueen’s collections present a profound exploration of the shifting dynamics between designer and audience - an approach that resonates deeply with Roland Barthes’s theory in “The Death of the Author”, which posits that meaning is not dictated by the creator but constructed through the audience’s reception (Barthes, 1977, p. 148). Within this framework, McQueen’s designs move beyond visual spectacle to become narrative canvases: open texts that challenge conventional notions of authorship and meaning in fashion.

Barthes’s assertion that “the reader is the space on which all the quotations that make up a writing are inscribed without any of them being lost,” encapsulates the spirit of McQueen’s collections, particularly “Highland Rape” (Barthes, quoted by Seymour, 2018, p. 56). Each garment not only bears traces of McQueen’s personal and cultural history but also invites a multiplicity of readings, ranging from critiques of colonial and gendered violence to meditations on pain, resilience, and beauty (Entwistle and Wilson, 2001). This interpretive plurality reinforces Barthes’s idea that meaning arises through the act of engagement, not from authorial intent alone.

McQueen’s work - like Barthes’s conception of writing - is layered with sensory, emotional, and symbolic codes. The bruised bodies, torn fabrics, and confrontational imagery provoke not just intellectual reflection but also visceral, affective responses. The audience is not passive but implicated - drawn into a process of decoding and sense-making. In doing so, McQueen activates fashion as a performative site of cultural commentary, where each viewer’s perspective becomes part of the meaning-making process.

Caroline Elenowitz-Hess in her paper “Reckoning with Highland Rape: Sexuality, Violence, and Power on the Runway”, offers a sharply critical lens on this interpretive space:

Examining Highland Rape through its authorial intent and a close reading of the garments themselves while considering the power dynamics between model and designer reveals a performance that reinforces the glamorization of rape and the manipulation of women’s bodies (Elenowitz-Hess, 2020, p. 2).

Elenowitz-Hess further asserts that “this power dynamic between McQueen and the models is significant because consent and bodily autonomy are at the heart of sexual violence” (Elenowitz-Hess, 2020, p. 14).

While her reading is fundamentally critical, focusing on the potential glamorization of violence, it nonetheless demonstrates the kind of dialogue McQueen sought to provoke. Rather than closing interpretation, his work opens it. Elenowitz-Hess’s intervention underscores the friction and complexity that McQueen’s collections invite. Even critique becomes participation - fuel for an ongoing conversation around fashion, gender, and visual power.

These divergent readings, shaped by each viewer’s cultural, social, and gendered experiences, show how McQueen’s runway evolved into something more than a stage - it became a discursive space. In this way, “Highland Rape” does not deliver a singular message; instead, it performs what Barthes envisioned: the decentralization of meaning, where the audience becomes co-author of the narrative. Thus, McQueen’s decision to relinquish interpretive control is not just an artistic gesture but a radical act of empowerment. By allowing his audience to shape meaning - to confront, critique, or celebrate his vision - he destabilizes traditional fashion hierarchies. The runway becomes not a site of absolute authority, but a zone of negotiation between power and perception, authorship and agency.

Conclusion: The Lasting Impact of “Highland Rape”

“Highland Rape” stands as a seminal moment in Alexander McQueen’s career - not merely for its provocation, but for its audacious transformation of fashion into a medium of historical critique, emotional confrontation, and personal reckoning. The collection’s visceral imagery - ripped tartans, bruised skin, ghostly models - was not a gratuitous spectacle, but a deliberate staging of trauma as narrative. In blending his own familial experiences with Scotland’s cultural wounds, McQueen crafted a collection that collapsed the boundaries between personal and collective memory, beauty and brutality, spectacle and subversion.

Far from operating in isolation, “Highland Rape” exemplifies the continuity in McQueen’s body of work: a sustained interrogation of power, vulnerability, and identity across form, material, and performance. It shares thematic lineage with collections like “Joan”, “VOSS”, and “The Widows of Culloden”, where clothing functions as both expression and defense, where garments are not worn, but performed. In this sense, McQueen elevates fashion into a critical design practice: one capable of narrating histories, resisting norms, and invoking transformation.

This collection also marked a turning point in how fashion could operate as political discourse. By staging bodies that shift from victimhood to agency, McQueen foregrounded the fashion show as a symbolic battlefield - one where gendered violence, historical injustice, and psychological resilience were made visible. His work enacted what theorists like Foucault and Barthes have only conceptualized: the body as a site of power inscriptions, and meaning as an open, interpretive act. “Highland Rape” thus activated the audience not merely as observers, but as co-authors of the narrative.

Ultimately, the legacy of “Highland Rape” lies in its refusal to be resolved. It provokes without simplifying. It wounds, yet heals. And in doing so, it redefined the possibilities of

fashion, not as adornment, but as a medium for critique, remembrance, and resistance. More than a collection, “Highland Rape” endures as a political, emotional, and cultural artifact - one that continues to inspire scholarship, unsettle complacency, and affirm fashion’s place in the arena of cultural discourse.

References

1995 NEWS REPORT ON ALEXANDER MCQUEEN’S HIGHLAND RAPE COLLECTION.

Bumsters. YouTube, uploaded by Kinoslibrary, 2015. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=-8Sdwys0nTo>. Last visited: 19 oct. 2024.

BANCROFT, Alison. **Fashion and Psychoanalysis: Styling the Self.** London: I.B. Tauris, 2012.

BARI, Shahidha. **Dressed: A Philosophy of Clothes.** New York: Basic Books, 2020.

BARTHES, Roland. **The Death of the Author.** In: BARTHES, Roland. *Image-Music-Text.* Translated by Stephen Heath. London: Fontana Press, 1977. p. 142–148.

BERGER, John. **Ways of Seeing.** London: Penguin, 1990.

BERTHUNE, Kate. **Encyclopedia of Collections.** In: WILCOX, Claire (ed.). *Alexander McQueen.* New York: Harry N. Abrams, 2015, pp. 303-326.

BOLTON, Andrew. **Alexander McQueen: Savage Beauty.** New York: Metropolitan Museum of Art, 2011.

BUTLER, Judith. **Gender Trouble.** New York: Routledge, 2006.

DE SADE, Marquis. **Justine, Philosophy in the Bedroom, and Other Writings.** Translated by Richard Seaver and Austryn Wainhouse. New York: Grove Press, 1965.

DEVINE, T. M. **The Scottish Nation: A Modern History.** London: Penguin Books, 2012.

DIOR, Christian. **Dior by Dior: The Autobiography of Christian Dior.** London: V&A Publishing, 2018.

ELENOWITZ-HESS, Caroline. **Reckoning with Highland Rape: Sexuality, Violence, and Power on the Runway.** *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, v. 24, n. 5, p. 649–672, 2020. Available at: <https://doi.org/10.1080/1362704X.2020.1846325>. Last visited: 14 sep. 2024.

ENTWISTLE, Joanne. **The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory.** Cambridge: Polity Press, 2000.

ENTWISTLE, Joanne; WILSON, Elizabeth (ed.). **Body Dressing.** Oxford: Berg Publishers, 2001.

EVANS, Caroline. **Desire and Dread: Alexander McQueen and the Contemporary Femme Fatale.** In: ENTWISTLE, Joanne; WILSON, Elizabeth (ed.). **Body Dressing.** Oxford: Berg Publishers, 2001. p. 201–213.

FOUCAULT, Michel. **The History of Sexuality: Volume 1 – An Introduction.** New York: Pantheon Books, 1978.

FOUCAULT, Michel. **Discipline and Punish: The Birth of the Prison.** Translated by Alan Sheridan. New York: Vintage Books, 1995.

GLASGOW TIMES REPORTER. **Mel Gibson Reveals Real Inspiration Behind Braveheart.** Glasgow Times, 2020. Available at: <https://www.glasgowtimes.co.uk/news/18462612-mel-gibson-reveals-real-inspiration-behind-braveheart/>. Last visited: 01 oct. 2024.

GLEASON, Katherine. **Alexander McQueen: Evolution.** Beverly, MA: Race Point Publishing, 2012.

HARRISON, E. P. **Scottish Estate Tweeds.** Elgin: Johnstons of Elgin, 1995. HOGARTH, William. **The Analysis of Beauty.** New Haven: Yale University Press, 1997.

HONIGMAN, Ana Finel. **What Alexander McQueen Can Teach You About Fashion (Icons with Attitude).** London: Frances Lincoln, 2021.

MCQUEEN. **Documentary directed by Ian Bonhôte and Peter Ettedgui.** United Kingdom: Embankment Films, 2018.

MURKENS, Jo Eric; JONES, Peter; KEATING, Michael. **Scottish Independence: Legal and Constitutional Issues: A Practical Guide.** Edinburgh: Edinburgh University Press, 2002.

NORTH, Susan. **18th Century Fashion in Detail.** London: Thames & Hudson, 2018.

PICARDIE, Justine. **Coco Chanel: The Legend and the Life.** New York: It Books, 2011.

PREBBLE, John. **The Highland Clearances.** London: Penguin Books, 1969.

SEYMOUR, Laura. **An Analysis of Roland Barthes's The Death of the Author.** London: The Macat Library, 2018.

SPOONER, Catherine. **A Gothic Mind.** In: WILCOX, Claire (ed.). **Alexander McQueen.** New York: Harry N. Abrams, 2015. p. 141–158.

STOWELL, Lauren; COX, Abby. **The American Duchess Guide to 18th Century Dressmaking: How to Hand Sew Georgian Gowns and Wear Them With Style.** Salem, MA: Page Street Publishing, 2017.

TIRAMANI, Jenny; NORTH, Susan. **Seventeenth-Century Women's Dress Patterns: Book 1.** London: Victoria & Albert Museum, 2011.

WATT, Judith. **Alexander McQueen: The Life and the Legacy.** New York: Harper Design, 2012.

WILCOX, Claire (ed.). **Alexander McQueen.** New York: Harry N. Abrams, 2015.

WILSON, Andrew. **Alexander McQueen: Blood Beneath the Skin.** London: Simon & Schuster UK, 2015.

Proofreading Acknowledgment

Name: Christian Ratcliff, Associate Professor, Department of Cross-Cultural Studies, Kanagawa University.

Email: jindaiclassesratcliff@gmail.com

Das capas de discos para as ruas de terra vermelha: moda punk no interior paulista no início dos anos 1980

From album covers to the red dirt streets: punk fashion in a small town in the State of São Paulo in early 1980s

Carlos Eduardo Marquioni¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6201-6070>

[**resumo**] O artigo endereça elementos do *punk rock* observados na pequena cidade de Santa Gertrudes/SP nos primeiros anos da década de 1980. A partir da argumentação de que os significados culturais associados ao *punk rock* (tanto musical quanto visual) foram inspirados no *rock'n'roll* e na estética visual dos anos 1950 e 1960, defende-se aqui que, em tempos pré-internet (quando a informação circulava com maior dificuldade e morosidade), as capas dos álbuns de música *punk* cumpriram um papel comunicacional. Enquanto, por um lado, os LPs propriamente ditos divulgavam a sonoridade *punk*, suas capas apresentavam indicativos do modo como deveriam se vestir e se fazerem ver aos jovens *punk rockers* do mundo que tinham acesso àquelas materialidades. Neste sentido, as capas de discos de *punk rock* são abordadas aqui como forma de cultura material que seriam um fator chave no estabelecimento de identidade entre os jovens da pequena localidade no interior paulista. Em termos teóricos, o artigo apresenta análises e reflexões considerando (a) a noção de estrutura de sentimento conforme definida por Raymond Williams, (b) uma adaptação do conceito de comunidade imaginada desenvolvido por Benedict Anderson e (c) a cultura material conforme apresentada por Daniel Miller. Metodologicamente, é realizada análise comparativa entre capas de LPs do período e o registro fotográfico obtido durante uma apresentação da banda *punk* local Lixo Atômico procurando evidenciar como os jovens músicos daquela banda incorporaram elementos chave da moda *punk* em seu modo de vestir no interior paulista ainda no início dos anos 1980.

[**palavras-chave**] **Capas de discos punk rock. Identidade. Moda. Estrutura de sentimento. Cultura material.**

¹ Doutor em Comunicação e Linguagens. Estágio de pós-doutorando na Unesp de Franca/SP. cemarquioni@uol.com.br. <http://lattes.cnpq.br/9535482361660675>.

[abstract] This article addresses elements of *punk* rock observed in the small town of Santa Gertrudes/SP in the early 1980s. Based on the argument that the cultural meanings associated with *punk* rock (both musical and visual) were inspired by rock'n'roll and the visual aesthetics of the 1950s and 1960s, it is argued that, in pre-internet times (when information circulated with greater difficulty and slowness), the album covers of *punk* records performed a communicational role. While the LPs propagate the *punk* music itself, the correspondent album covers presented indications of how young *punk* rockers over the world with access to these materials should dress and make themselves be seen. In this sense, the *punk* rock album covers are addressed here as a form of material culture and a key factor to identity among the young people of the small town of Santa Gertrudes. In theoretical terms, the article presents analyses and reflections considering (a) the notion of structure of feeling as defined by Raymond Williams, (b) an adaptation of the concept of imagined community developed by Benedict Anderson and (c) material culture as presented by Daniel Miller. Methodologically, a comparative analysis is carried out between LP covers from the period and a photo snapshot obtained during a performance by the local *punk* band Lixo Atômico, seeking to highlight how the young musicians of that band incorporated key elements of *punk* fashion into their way of dressing in a small town of São Paulo State in the early 1980s.

[keywords] **Punk rock album covers. Identity. Fashion. Structure of feeling. Material culture.**

Recebido em: 16-02-2025.

Aprovado em: 09-04-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1904>

Introdução

There's changing fashions all the time
 A new image standing in line [...]
 Identity, let me see your clothes
 Friend or enemy then will I know [...]

G. Stoker - Identity. In: The Rebels (Misspent Youth album)

Investigações anteriores conduzidas pelo autor deste artigo relacionadas ao rock e ao *punk rock* possibilitaram o desenvolvimento de quatro hipóteses principais que são tanto consideradas quanto expandidas neste *paper*.

A primeira delas endereça que (i) o rock – como ocorre também em relação a romances literários – pode ser considerado como “uma possibilidade de materialidade alternativa para acesso” (Marquioni, 2018, p. 4) à cultura de um período; a segunda é associada ao fato de que (ii) seria possível identificar e *rastrear* elementos definidores do que o autor deste artigo tem referenciado como a *fúria compartilhada do punk rock* em metrópoles de países e continentes diferentes como Nova Iorque (Estados Unidos/América do Norte), Londres (Inglaterra/Europa) e São Paulo (Brasil/América do Sul) na passagem da década de 1970 para 1980 (Marquioni, 2021a).² Mas tem-se destacado que (iii) os elementos definidores da *fúria punk* não ficariam restritos às metrópoles (ou às periferias das grandes cidades). O autor tem procurado evidenciar que tais elementos definidores seriam *compartilhados* também em pequenas localidades (tem sido abordada especificamente a cidade de Santa Gertrudes – localizada no interior paulista e que contava, no início dos anos 1980, com aproximadamente 6.000 habitantes). Finalmente, a quarta hipótese, relacionada diretamente às anteriores, é que a percepção de materializações de iniciativas do *punk rock* ao redor do mundo dependeria (para que pudesse ser classificado como *punk*) do (iv) acesso pelos atores sociais ao conteúdo *punk* produzido (obviamente mais restrito/limitado nos tempos analógicos dos anos 1970/1980). Entende-se que tal acesso se daria, no período, principalmente a partir de álbuns *punk* – que tinham também circulação limitada no início dos anos 1980.

O componente chave que relaciona as quatro hipóteses seria uma “estrutura de sentimento” (Williams, 2001) em formação a partir da década de 1970. Essa complexa noção definida por Raymond Williams ao longo de décadas corresponde à “cultura de um período” (Williams, 2001, p. 64). Ao considerar cultura enquanto “significados comuns, o produto de todo um povo [...] [- e ainda observando que tais significados] são feitos ao longo da vida, feitos e refeitos” (Williams, 1989, p. 8), a estrutura de sentimento corresponderia então aos significados compartilhados por um grupo humano *na duração*. No caso endereçado neste

² Há que se mencionar que o termo *fúria* tem sido empregado pelo autor no contexto das investigações que tem conduzido “não no sentido de choque ou polêmica, mas para designar práticas vinculadas a problemas observados e à motivação em promover alterações para superá-los” (Marquioni, 2021b, p. 145).

artigo, notadamente uma “cultura do período” materializada na música produzida com o uso do *ethos Faça Você Mesmo* (ou *Do It Yourself* – a partir daqui DIY) – sabidamente uma característica chave do *punk*, ainda que anterior ao gênero musical.³

Este artigo é parte de um projeto pós-doutoral iniciado em 2024. Tal projeto foi motivado pelo fato de que, durante o desenvolvimento de investigação anterior conduzida pelo autor na cidade, foi possível constatar a quase inexistência de material histórico das bandas atuantes na localidade – particularmente em relação aos primeiros anos da década de 1980 –, permitindo inferir que estaria em curso uma espécie de apagamento de ações culturais em função da articulação entre o envelhecimento dos participantes e àquela quase inexistência mencionada.

Contudo, enquanto o projeto endereça a perspectiva musical das bandas atuantes em Santa Gertrudes, neste artigo são propostas análises e reflexões que abarcam o modo de vestir dos atores sociais nos primeiros anos do *punk rock* na localidade, argumentando que a estética visual (como a musical) também fora *compartilhada* entre cidades (novamente alcançando desde metrópoles mundiais até pequenas cidades) através dos álbuns musicais – no caso do modo de vestir – ou da moda *punk*⁴ –, a partir das capas dos discos. Assim, a mencionada expansão das hipóteses apresentadas acima se dá no sentido de que (i) as capas de discos (como a música) são aqui consideradas como uma “materialidade alternativa” para acesso à cultura do período; também que a (ii) fúria compartilhada globalmente seria identificada inclusive no modo de vestir e que (iii) aquele modo seria identificado também em Santa Gertrudes (como procura-se endereçar na fotografia de banda local apresentada adiante). Finalmente, argumenta-se que (iv) o acesso aos elementos a observar na moda (também restrito) se dava na cidade do interior paulista a partir dos mesmos álbuns de *punk rock* a partir dos quais ocorria o compartilhamento das canções.

³ É importante destacar que ainda que o *ethos* DIY seja observado como uma constante no caso do *punk rock*, deve-se reforçar que ele “não foi uma invenção punk” (Marquioni, 2021a, p. 207): é possível encontrar exemplos de sua aplicação (por exemplo em casos de jovens se organizando para formar bandas) desde os primeiros anos do *rock’n’roll*. Para um exemplo de 1956, que teria inclusive relação com os Beatles, consulte Branco (2019, p. 73 [grifos meus]). Em relação à aplicação do *ethos* DIY na moda (e, mais especificamente do *punk rock*), pode-se mencionar o exemplo de Vivienne Westwood (proprietária de loja de roupas abordada adiante neste artigo, que seria chave no contexto do *punk rock*). Ocorre que ainda que Westwood não se visse pessoalmente “como estilista de moda, mas como alguém que queria confrontar o *status quo*” (Westwood; Kelly, 2014, p. 95), seu modo de produção acabou tornando-a uma espécie de curadora de “uma nova forma de se vestir e se comportar” (Westwood; Kelly, 2014, p. 232), particularmente ao trazer para a loja elementos da moda de rua. O destaque é relevante no sentido em que tais produções traziam a (então) notável possibilidade de serem passíveis de repetição em casa (Westwood; Kelly, 2014, p. 200), a partir do uso de peças rasgadas, alfinetes de segurança, ou apliques – como no exemplo emblemático da camiseta com ossos de frango cozido (Westwood; Kelly, 2014, p. 165-168). Em outros termos, uma produção que inclusive motivava o uso do *ethos* DIY.

⁴ Alguns autores argumentam que “Mais para o fim de 1980 [...] A palavra moda cai de moda. Agora é a vez de estilo. ‘Moda’ – diz, então, [o escritor] Quentin Crisp – ‘é a antítese de estilo. Moda é o que é seguido por pessoas que não sabem quem são, pessoas que dependem de revistas de moda para criar uma identidade para elas. Estilo é decidir quem você é e perpetuar essa decisão. Ou, dizendo-o de outro modo, ter estilo é ser você mesmo, mas com propósito” (Bivar, 2018, p. 71). Uma vez que ‘perpetuar a decisão’ parece caracterizar uma expressão culturalmente inapropriada (já que a cultura estaria, *a priori*, em reconfiguração – logo, não perpetuada –, e para o estabelecimento de identidade seria necessário, como abordado adiante, alguma repetição), aqui aquela mencionada variação entre os termos não é considerada e eles são tratados como sinônimos.

Mas um fator chave a observar envolve o fato de que o modo de vestir *punk* não emergiu *per se* (constituindo uma moda inaugural). De fato, como endereçado adiante, argumenta-se que a estética visual do *punk rock* (sob a perspectiva do modo de vestir e considerando a contribuição da moda no estabelecimento de “comunidades imaginadas” (Anderson, 2011)), analogamente ao que ocorreu em relação à música propriamente dita (Marquioni, 2021a, p. 210), tiveram como referências tanto o *rock’n’roll* produzido e gravado nas décadas de 1950 e 1960 (para a música) quanto o modo de vestir dos músicos e de pessoas de seu entorno (para a moda) no mesmo período. A abordagem contribui também para ilustrar relações entre a música e a moda – não apenas porque a “roupa apresenta os sinais mais visíveis, nos espaços de circulação de uma grande cidade [e também nas pequenas localidades]” (Abramo, 1995, p. 70), destacando que, sob a perspectiva da “cultura material”, a “cultura vem acima de tudo a partir dos objetos [das coisas materiais]” (Miller, 2010, p. 54) que os grupos sociais possuem e que acabam sendo chave enquanto elementos de identificação e pertencimento. No caso aqui endereçado, entende-se se tratar de uma forma particularmente sofisticada de “cultura material”, uma vez que as capas dos discos constituíam também a fonte de informação acerca do modo de vestir dos atores sociais da pequena localidade (em certa medida, atuando como um meio de comunicação que indicava alternativas para um *punk rocker* definir seu traje cotidiano).

Neste artigo, o *compartilhamento* da *fúria* considerando a moda é abordado a partir de comentários e depoimentos de *punk rockers* habitantes de metrópoles mundiais e da pequena Santa Gertrudes/SP. Aqueles depoimentos são utilizados na análise do modo de vestir apresentado em capas de álbuns de música *punk* comparativamente ao único registro fotográfico da banda *punk* gertrudense Lixo Atômico obtido durante apresentação pública realizada no ano de 1981. A dificuldade em obter registros imagéticos dos *punk rockers* foi observado também pela antropóloga Janice Caiafa em investigação realizada entre 1982 e 1984 no Rio de Janeiro, para quem “a câmera não conseguia acompanhá-los [...]. Na imagem era isso (é curioso): o *punk* aparecia na ausência” (Caiafa, 1985, p. 17).

O artigo é dividido em três seções. Em *Sobre origens comuns: a música e a moda punk e os anos 1950/1960*, estas décadas são apresentadas como referência das estéticas musical e visual do *punk rock*. A seção *Procurando alternativas de consumo: das lojas à customização* aborda as alternativas de consumo para o estabelecimento da identidade *punk* a partir de meados dos anos 1970. Finalmente, em *Imagens da fúria compartilhada em relação à moda*, é apresentado como o acesso às capas de discos influenciou o modo de vestir de jovens músicos da pequena cidade de Santa Gertrudes.

Sobre origens comuns: a música e a moda *punk* e os anos 1950/1960

Em tempos analógicos, o acesso a conteúdos era mais limitado do que aquele observado com a cultura digital (particularmente em cidades pequenas como Santa Gertrudes). No caso do *punk*, uma das poucas formas de acesso à informação (ainda que potencialmente associada a incompreensões em função da contextualização também limitada no período) eram os álbuns de música *punk*. No que interessa a este artigo, particularmente as capas daqueles álbuns, através das quais eram observados os modos de vestir dos músicos.

Em termos conceituais, por se entender álbuns musicais enquanto ocorrências de “cultura material”, aqueles discos de *punk rock* eram uma forma de materializar o “sentimento” (da “estrutura de sentimento”) que, uma vez compartilhado, contribuiria decisivamente com o estabelecimento de identidade e pertencimento. A complexidade da afirmação justifica algumas explicações das teorias relacionadas. Inicialmente, deve-se observar que para a “cultura material”, “as coisas, como as roupas, não representam as pessoas, mas de fato constituem quem elas são” (Miller, 2010, p. 23) porque, a rigor, “as sociedades elaboram o que elas são e o que elas fazem de formas diferentes. Através de parentesco, rituais e também via seus objetos” (Miller, 2010, p. 48). Assim, os objetos – como “o relacionamento entre o objeto e o grupo social” (Miller, 1987, p. 118) – seriam chave tanto para um autorreconhecimento quanto para o estabelecimento de identidade. Associado aos objetos, o “sentimento” na noção teórica intitulada “estrutura de sentimento” proposta por Raymond Williams seria relacionado aos “significados e valores tal como são vividos e sentidos ativamente” (Williams, 1979, p. 134). O “sentimento” procura endereçar a *experiência de vida conforme vivida*; tratar-se-ia, assim, de uma experiência que tende a não ser percebida de modo consciente (Williams, 1971, p. 18), mas que seria sentida no viver. Com o destaque que, a partir do comentário, o termo não deve ser entendido “em contraposição ao pensamento, mas [, ao invés disso, no sentido] de pensamento tal como sentido e de sentimento tal como pensado [...] definindo uma experiência social [...] *em processo* [= *na duração*, associada ao passar do tempo]” (Williams, 1979, p. 134).

Desta forma, o “sentimento” seria a parte da “cultura do período” relacionada aos elementos etéreos, “elementos especificamente afetivos da consciência e das relações” (Williams, 1979, p. 134); elementos esses que acabam por contribuir com o estabelecimento de significados pelos atores sociais especialmente a partir das materialidades com as quais travam contato a cada momento ao longo dos anos: mesmo sem pensar ou teorizar a respeito, os atores sociais experimentam o “sentimento” em relação àquelas materialidades. O termo reforça a dificuldade no aprendizado formal da cultura, pois envolve os significados compartilhados vinculados às características não formais da cultura (significados que não são necessariamente observáveis concretamente ou passíveis de demonstração, mas que são efetivamente sentidos). O “sentimento” justifica o uso de fontes alternativas de informação (ou materialidades culturais alternativas) para realização de análises sob perspectiva cultural. De fato, a dificuldade na realização de análises culturais durante a formação e vigência de uma “estrutura de sentimento” é justificada porque a experiência tende a não ser percebida de modo consciente (Williams, 1971, p. 18) – pois é sentimento. Reiterando: ainda que de modo etéreo, seria a partir do “sentimento” que os significados (= a “cultura do período”) seriam *compartilhados*.

Daí se afirmar aqui que seriam os objetos (e o compartilhamento de significados associados via “sentimento”) que levariam à percepção de materialidades comunicacionais como álbuns de música *punk* enquanto “réplicas” (Anderson, 2011, p. 62), um fator chave no estabelecimento de identidade e pertencimento. As “réplicas” constituiriam então materialidades que, uma vez repetidas e reconhecidas, permitiriam o estabelecimento de pertencimento entre as pessoas que as possuem. Como exemplo, Anderson apresenta o caso do leitor de um jornal que vê “réplicas idênticas [do periódico = outras ocorrências do jornal que lê] sendo consumidas no metrô, no barbeiro ou no bairro em que mora, [e, ao ver tais

réplicas idênticas,] reassegura-se continuamente das raízes visíveis do mundo imaginado na vida cotidiana” (Anderson, 2011, p. 62): ao constatar que uma materialidade que possui/acessa também é utilizada/compartilhada por outros, o leitor imagina pertencer a uma comunidade na qual viveriam ele e os demais que usam/compartilham da materialidade. Para Anderson, essas réplicas estariam associadas às “origens da consciência nacional” (2011, p. 71-83). No caso deste artigo, a “réplica” estaria associada tanto à música gravada nos álbuns *punk* quanto ao modo de vestir apresentado nas capas dos discos.⁵

Procurando conduzir as análises em relação à moda, procura-se aqui ultrapassar o mero apresentar de elementos simplesmente ilustrando como o modo de vestir era comum entre bandas: argumenta-se que a música (em especial aquela produzida nas décadas de 1950 e 1960 – como o modo de vestir daquele período) contribuiu decisivamente para definir as estéticas tanto musical quanto visual do *punk rock*, levando ao estabelecimento de uma identidade “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (Hall, 2006, p. 13). Mas há aspectos de complexidade adicionais a serem destacados: no caso da moda, o vestir compartilhado pode remeter a “*desejos e aspirações contraditórios* [...] [, como] o desejo de *ser como todos* os outros e a busca de *singularidade*” (Bauman, 2013, p. 24; grifos meus).

As formas de contradição mencionadas por Bauman podem ser ilustradas com afirmação de John Lydon (a.k.a. Johnny Rotten – vocalista das bandas *Sex Pistols* e *Pi.L. [Public Image Ltd.]*) segundo a qual os *punk rockers* “adotaram como atitude uma imagem uniforme, e a coisa toda era sobre ser você mesmo” (The filth [...], 2000). Para tensionar conceitualmente tanto a afirmação do vocalista dos *Pistols* quanto a análise de Bauman, é possível considerar, por exemplo, que enquanto elemento constituidor de identidade e pertencimento – para que seja possível o estabelecimento de “comunidades imaginadas” (Anderson, 2011) –, ao menos um nível de “réplicas” (Anderson, 2011, p. 62) é esperado. Ou ainda, que “a distinção não deve ser tão notável a ponto de atrair o que é distinguido para longe de sua independência” (Simmel, 2004, p. 393). Em outros termos: a percepção de alguma uniformidade permite ao *singular* ser compreendido como parte do *grupo*, o que reforça a necessidade de analisar a estética visual adotada. Tal análise pode tanto contribuir para reflexões relacionadas à uniformização no caso do *punk rock* como evidenciar que aqueles modos foram empregados globalmente – inclusive em uma pequena localidade como é o caso de Santa Gertrudes – na aparente tentativa de constituir uma alternativa para “escapar da mediocridade, do tédio da massificação” (Abramo, 1995, p. 83).

⁵ Vale aqui um esclarecimento: ocorre que a noção de comunidade imaginada foi proposta por Benedict Anderson para endereçar a formação de estados-nação. Na formulação daquele historiador e cientista político anglo-irlandês, houve destaque particular para o papel da imprensa, ao publicar jornais diários que tanto contribuíram para unificar e sedimentar o idioma do país no qual circulava (e no qual estava escrito) quanto constituíam réplicas. Afinal, era possível observar no cotidiano que o mesmo jornal que um indivíduo lia em sua casa era manipulado por outro em um barbeiro, por exemplo: o compartilhamento da materialidade entre habitantes de um mesmo país, contribuía para que eles percebessem pertencerem ao mesmo grupo (ou imaginassem pertencer à mesma comunidade por compartilharem o mesmo periódico e idioma). Neste sentido, emprega-se aqui uma adaptação do conceito de comunidade imaginada, considerando ser possível estabelecer identidade e pertencimento a partir de álbuns musicais que caracterizariam as réplicas compartilhadas entre os atores sociais.

A procura por elementos de identificação visual ficam relativamente claros (particularmente considerando alternativas para constituição de grupos) em depoimentos atestando que o “*Punk* era mais do que música. Algumas lojas e barracas de roupas funcionavam como [...] pontos de encontro, onde [...] [obter] *ideias novas e radicais*” (Robb, 2012, p. 99; grifo meu) em relação ao modo de vestir. Dentre tais lojas, destacava-se a “Sex (antes Let it Rock)” (Caiafa, 1985, p. 10), abordada adiante.

Especificamente ao abordar aqueles pontos de encontro enquanto locais nos quais se originariam inspirações, pode-se argumentar que o que pode ser observado também no caso do modo de vestir não constitui mera “imitação” (Abramo, 1995, p. 97) entre as localidades. De fato, haveria “*experiências similares*, que resultam na adoção das mesmas referências” (Abramo, 1995, p. 97, grifo meu) a partir da constituição de um “‘sentimento’ *punk* do período” (Marquioni, 2021b, p. 155).

Enquanto depoimentos de jovens da década de 1970 (Marquioni, 2021a, p. 208-221) evidenciam que o rock (especialmente algumas formas produzidas no início dos anos 1970) era criticado, também o estabelecimento de identidade em relação ao aspecto visual da moda do período (como saltos plataformas e calças boca de sino) encontrava resistências (The filth [...], 2001). Tais depoimentos costumam referenciar como suas balizas temporais de interesse musical e estético o período compreendido entre as décadas de 1950 e 1960.

Para ilustrar a afirmação, pode ser considerado, por exemplo, Legs McNeil (um dos responsáveis pelo registro da história oral do *punk rock* em Nova Iorque) ao mencionar canção gravada por Elvis Presley na década de 1950 para registrar seu desconforto musical pessoal na década de 1970: “Nós queremos algo como ‘Don’t step on my blue suede shoes’,⁶ o que é provavelmente a coisa mais política que você podia dizer, porque é sobre liberdade pessoal” (*Punk*, 2005). É possível relacionar a afirmação de McNeil com depoimento do também estadunidense Martin Rev (membro dos *Suicides*), que aponta a referência que os *punk rockers* observavam nas décadas anteriores ao afirmar que, ao olhar “um pouco para trás [, você] vê que o *rock’n’roll* dos anos 1950 é, de fato, *punk*” (*Punk*, 2005). No caso da Inglaterra, comentários dão conta de que mesmo os *Sex Pistols* “também reciclaram o *rock’n’roll* dos anos 1950 – [o vocalista Johnny] Rotten [= John Lydon] berrou como Little Richard [nas canções do grupo] –, e [os *Sex Pistols*] desenterraram o debate de identidade social introduzido pelos Beatles” (Branco, 2019, p. 181).

Limitações no conhecimento de teoria e prática musical, associadas ao uso de instrumentos musicais e equipamentos precários, não possibilitavam aos jovens músicos de meados dos anos 1970 que a música que criaram *soasse* efetivamente como aquela produzida nas décadas de 1950 e 1960: estas limitações acabaram definindo a base estética musical do que ficaria conhecido como música *punk* (Marquioni, 2021a, p. 210). Mas, para além da música, também para o estabelecimento de identidade a partir da estética visual houve inspiração nas décadas anteriores: os jovens *punk rockers* consideraram aspectos da mesma juventude das décadas anteriores para as quais atribuíam valor estético musical para definirem seu modo de vestir (o que parece razoável: se estabeleço identidade em relação à música, porque não estabelecer identidade também em relação ao modo de vestir?).

⁶ Em tradução literal: ‘Não pise nos meus sapatos de camurça azul’ – trecho da letra da canção *Blue Suede Shoes*.

A base da imagem que seria associada aos *punk rockers* pode ser relacionada àquela do ator James Dean (com o uso de jaqueta de couro) e dos paletós trajados por músicos como Chuck Berry e Elvis Presley (no caso dos Estados Unidos), e da cultura Mod (no caso do Reino Unido). Outra referência básica para os *punk rockers* (mas não tão óbvia) relacionada aos anos 1960 que pode ser mencionada é associada ao visual sadomasoquista adotado pela banda novaiorquina *Velvet Underground* (Marquioni, 2018, p. 5-11). Desta forma, há que se destacar que ainda que tanto musicalmente quanto culturalmente nos anos 1950 houvesse diferenças entre mods, rockers e Ted Boys – inclusive em termos de moda/vestuário (Simonelli, 2013, p. 59-67) –, no momento da definição do modo de vestir *punk* ocorreu uma espécie de *tolerância* entre os aspectos visuais adotados por aquelas tribos urbanas que serviram de *inspiração*. Ao ponto de já se ter afirmado que um “*punk* em Londres não se destacava mais na década de 1980 do que um *mod*, um *ted[dy boy]* ou um *skinhead*” (Simonelli, 2013, p. 242).

Contudo, enquanto os elementos de moda relacionados ao estabelecimento de identidade tivessem origens nas décadas anteriores, uma dificuldade seria encontrar onde adquirir as peças de roupa desejadas. É abordando tal dificuldade e as alternativas de solução encontradas que avança a próxima seção.

Procurando alternativas de consumo: das lojas à customização

Enquanto em termos musicais os jovens *punk rockers* dos anos 1970 enfrentavam dificuldades para *soarem* como os músicos de *rock’n’roll* dos anos 1950 e 1960, a atividade de encontrar roupas para o estabelecimento de identidade visual que remetesse às aquelas décadas tampouco era trivial. Se em relação ao caso estadunidense Johnny Ramone (guitarrista dos Ramones) comenta que a banda decidiu usar “algo com que todo garoto americano médio pudesse se identificar. A gente percebeu que teria de se uniformizar: jeans, camiseta, jaqueta de couro e tênis” (Leigh; McNeil, 2022, p. 132) por se tratarem de peças de vestuário facilmente obtidas pelos jovens locais (o que poderia contribuir com a aquisição e o estabelecimento de identidade), no caso do Reino Unido o cenário era mais complexo. Uma breve contextualização deve minimizar o risco de anacronismo. Ocorre que, no caso da Inglaterra, os primeiros anos do *punk rock* coincidem com o *Glam Rock*⁷: definitivamente, calças jeans e camisetas pretas não constituíam o modo de vestir dos roqueiros *glam* (como pode ser observado, por exemplo, nas roupas das personas de David Bowie *Ziggy Stardust e Aladdin Sane*).

A dificuldade dos *punk rockers* ingleses seria suprida, parcialmente, por uma marca que mudaria de nome algumas vezes, mantida pelo casal Malcom McLaren e Vivienne Westwood em uma loja física no Chelsea, em Londres:

⁷ “em 1972, [...] a onda podia ter sido catalogada como *art-rock*, mas o povo decidiu-se por um nome mais abrangente: *glam rock*. O *glam* original agregou no mesmo habitat ideias fundadas em campos aparentemente desconectados entre si. Literatura, ciência, *avant-gard*, moda, eletrônica, pintura, filosofia, artes performativas, *rock’n’roll*... Tudo reunido em nome da dissolução das fronteiras entre maiores e menores formas de arte. [...] Cada uma das referências, à sua maneira, bastiões de *glamour* e modernidade” (Branco, 2019, p. 148)

Let it Rock foi a primeira loja criada por Malcom McLaren e Vivienne Westwood no número 430 da Kings Road [...] no final de 1971. A loja especializou-se em roupas *revival* dos anos 1950 [...] [, e seria rebatizada ainda como] *Too Fast to Live, Too Young to Die* (entre 1973-74) [...] [antes de ser, no] final de 1974, [...] novamente relançada [rebatizada] como *Sex* (Robb, 2012, p. 82-83).

Para compreender a opção comercial do casal McLaren/Westwood, vale breve digressão. Ocorre que Malcom McLaren atuou como empresário não apenas no ramo da moda, mas também da música: viveu inclusive uma temporada nos Estados Unidos no início dos anos 1970, quando foi agente dos músicos da banda *proto punk New York Dolls* e pode observar o modo de vestir nos anos embrionários do *punk rock* em Nova Iorque. Empresário da moda e ciente da relevância do modo de vestir no contexto do rock, McLaren fez uso recorrente do recurso do choque do público (Marquioni, 2021a, p. 211-212) a partir das roupas trajadas pelos músicos com quem trabalhava. No contexto estadunidense, fez os músicos dos *New York Dolls* vestirem (para além dos elementos visuais remetendo ao *Glam Rock* que já usavam) “trajes vermelhos inspirados nos comunas [comunistas] e fazendo toda a coisa política, e os [New York] Dolls não tinham nada a ver com política” (McNeil; McCain, 1996, p. 209).

Ao retornar à Europa, McLaren abandona aqueles elementos relacionados aos “comunas” (que não necessariamente promoveriam choque no contexto de crise pela qual passava a Inglaterra, inclusive considerando o Estado de bem-estar social pós Segunda Guerra Mundial) e passa a promover o choque através da aplicação de suásticas nazistas, um exemplo da “anti-moda por excelência” (Caiafa, 1985, p. 84) – sabidamente uma “imagem que manteve sua capacidade de horrorizar as pessoas” (Simonelli, 2013, p.237) – e da comercialização de camisetas, calças jeans e roupas rasgadas (com evidente *inspiração* no modo de vestir que observara em relação aos *punk rockers* em Nova Iorque – com destaque especial para o modo de vestir de Richard Hell⁸), camisas de força e roupas de vinil (inspiradas nas práticas sadomasoquistas mencionadas anteriormente em relação aos músicos do Velvet Underground). Também a opção pelo nome *Sex* atribuído por McLaren para a loja que mantinha em Londres parece não apenas contribuir com a tática de promoção de choque na conservadora sociedade britânica do período (The filth [...], 2001), como possibilitar relacionar a loja ao nome da banda *punk* que iria lançar: os *Sex Pistols* (nome também com potencial de chocar).

Reiterando o comentário do comércio de calças jeans mencionado anteriormente na loja de roupas de McLaren/Westwood, vale mencionar afirmação do guitarrista Marco Pirroni (que tocara com *Adam & The Ants* e com *Siouxsie & The Banshees*) de que a loja *Let it Rock* importava “a velha Levi’s de pernas retas para o Reino Unido. Você pode pensar que podia comprá-las em qualquer lugar em 1971, mas você *não podia*. Coisas como uma camiseta preta – você não as encontrava” (Robb, 2012, p. 82; grifo no original).

⁸ O modo de vestir desse *punk rocker* novaiorquino pode ser consultado nas imagens relativas ao álbum *Blank Generation*, da banda *Richard Hell & the Voidoids* – de 1977. Particularmente a versão lançada em CD do álbum apresenta em seu encarte fotografias que possibilitam relação evidente em particular com a estética visual adotada pelo segundo baixista dos *Sex Pistols*, Sid Vicious.

Enquanto as roupas comercializadas na *Let it Rock* (primeiro nome da Sex) sugeriam rebeldia (afinal, vendiam roupas ao estilo *Teddy Boys* mesmo em tempos de *Glam Rock*), seus preços eram altos. Uma alternativa mais econômica então encontrada é mencionada pelo DJ, cineasta e músico Don Letts, que atuava também como um dos gerentes (Reynolds, 2005, p. 21) de uma outra loja na cidade, a “*Acme Attractions* [...] [, também um local que] vendia roupas retrô” (Robb, 2012, p. 100). Para justificar os preços mais atrativos, Gene October (vocalista da banda *Chelsea*) explica que na *Acme Attractions* eram vendidos “produtos de segunda-mão dos anos 1960, como botas Chelsea, calças com cintura nos quadris [calças *saint tropez*] e camisetas, coisas que eram bastante baratas” (Robb, 2012, p. 103). Outra opção ainda era um bazar da organização de amigos conhecida como

O contingente de Bromley (um subúrbio de Londres). [...] Muito ativo, o Contingente de Bromley é, antes de mais nada, uma organização dedicada ao visual *punk*. [...] Os rapazes do Contingente [...] [usam então] peças compradas a preço mais baixo que o da banana, nas vendas das manhãs de sábado nos fundos das paróquias. Roupas de segunda mão – paletós, calças, camisas, gravatas (Bivar, 2018, p. 48-49).

Também nos Estados Unidos – particularmente na Califórnia, “um visual *punk rock* [...] se tornaria um estilo definidor amplamente adotado, nascido de achados em brechós vintage” (Doe, 2016, p. 82).

Complementarmente aos brechós, os *punk rockers* londrinos expandiam ainda um recurso fundamental do *punk rock*: o *ethos* DIY foi evidentemente utilizado em relação à moda. A partir da percepção da viabilidade da aplicação do *ethos* DIY à moda *punk*, “as bandas compravam em lojas pequenas e customizavam as próprias camisetas e outras peças de roupa” (Robb, 2012, p. 104). Como exemplo é possível citar o caso de *Captain Sensible* (músico da banda londrina *Damned*) ao comentar que, mesmo com a falta de recursos financeiros, ainda se mantinha na moda customizando suas roupas em meados da década de 1970 em Londres: era possível “pegar uma jaqueta velha, rasgá-la, colocar nela alfinetes de segurança e você estava no ápice da moda” (Robb, 2012, p. 104). Arturo Bassick (baixista da banda *Lurkers*) afirmou que sua banda seria “verdadeiramente *punk*”. Para justificar, complementa: “Nós não andamos nos circuitos da moda. [...] Nós vestimos roupas que fazemos” (Robb, 2012, p. 344; grifos meus): segundo a perspectiva de Bassick, um *punk rocker autêntico* deveria produzir suas roupas (ao invés de contribuir com a indústria da moda).

Mas, mesmo customizando, havia evidente acesso a referências, como destaca Ari Up (cantora alemã vocalista da banda inglesa *The Slits*) ao comentar que quando viu os músicos do “Clash [...] percebi quão importante para eles era *pixar* [sic] suas roupas. Eu voltei [para casa,] rasguei e *pixei* [sic] todas minhas roupas. [...] meu primeiro conjunto de roupas *punk*. Eu mesma produzi” (Robb, 2012, p. 196).⁹ De fato, no contexto do *punk rock* adotou-se uma “estética baseada [...] [na] utilização de materiais rudimentares [...]: tecidos de plástico, calças rasgadas, meias furadas, camisetas semidestruídas [...]. O estilo compõe uma aparência estranha e agressiva [...]” (Abramo, 1995, p. 44) – ou ainda “dura e agressiva. Porém sóbria e sucinta” (Caiafa, 1985, p. 13).

⁹ Um exemplo da customização com recursos de pixação das roupas adotado pelo *Clash* pode ser constatado na capa do single *White Riot* da banda, lançado pela banda em 1977.

Em termos conceituais, “ao ‘customizarmos’ uma roupa, [...], ao ouvirmos determinado tipo de música, podemos estar tanto ‘consumindo’, no sentido de uma experiência [...] [quanto] nos ‘autodescobrimos’ ou ‘resistindo’ ao avanço do consumismo em nossas vidas” (Barbosa; Campbell, 2006, p. 23). Reiterando a pertinência do *ethos* DIY, também nos Estados Unidos o recurso da customização de roupas era aplicado (eventualmente com subsídios teóricos). Quem comenta é John Doe, baixista da banda X, que enquanto era estudante de *design* nos anos 1970 (Doe, 2016, p. 16) na Califórnia, também “fazia [, ele próprio, suas] roupas *punk*” (Doe, 2016, p. 19).

Analogamente ao que ocorreu com as gravadoras em relação à sonoridade *punk*, com o passar do tempo a indústria da moda também iria se apropriar daqueles recursos tidos inicialmente como “verdadeiros”; mas o fato é que os membros das bandas e seus fãs passaram a se trajar de acordo com um padrão visual que promovia pertencimento em função de um “sentimento” em definição no período: as “réplicas” baseadas no consumo de produtos de segunda mão e no *ethos* DIY habilitavam o estabelecimento de “cultura material” e, com ela, criava-se identidade.

Enquanto ocorria aquisição de roupas em brechós e customizações nos Estados Unidos e Inglaterra, na investigação associada a este artigo identificou-se que, também no interior de São Paulo, paletós eram adquiridos pelos jovens *punk rockers* em feiras informais de ação social para comércio de roupas de segunda mão conhecidas como “*Bazar da Pechincha*” (Filié, 2020).

O fato é que ainda que com acesso limitado e compreensão parcial em relação significados relacionados ao *punk rock* em tempos de circulação menos acelerada, práticas eram reproduzidas (mesmo que intuitivamente) inclusive em Santa Gertrudes. A próxima seção apresenta breve comparação entre o modo de vestir dos membros da primeira banda de *punk rock* local chamada Lixo Atômico com capas de álbuns *punk* com os quais os então jovens gertrudenses tiveram contato entre o final dos anos 1970 e início da década de 1980, fomentando o interesse musical e identitário com o *punk rock*.

Imagens da *fúria compartilhada* em relação à moda

Foi brevemente mencionado anteriormente que John Lydon afirmou, em relação ao modo de vestir, que os *punks* “adotaram como atitude uma imagem uniforme” (The Filth [...], 2000). Como procurou-se argumentar, a adoção de uma *imagem uniforme* não caracterizaria o emprego de cópias ou o estabelecimento de um grupo massificado; ao invés disso, há que se considerar as reproduções/inspirações visuais enquanto tentativas de estabelecimento de identidade e pertencimento através de “réplicas” (Anderson, 2011, p. 62). Considerando esta perspectiva, é apresentada aqui análise comparativa entre o modo de vestir de *punk rockers* dos Estados Unidos e Inglaterra com aquele adotado pelos componentes da banda gertrudense Lixo Atômico.¹⁰

¹⁰ A fotografia utilizada nesta seção foi editada/recortada para possibilitar o estabelecimento mais direto de relações com imagens de *punk rockers* obtidas em capas de discos de bandas de outras partes do mundo com as quais os músicos tiveram contato no período. Para acesso à fotografia completa (sem edição), assim como análises relativas à única composição musical da banda e o contexto geral do período de sua formação, consulte Marquioni (2021b, p. 159).

A partir do registro fotográfico é possível identificar elementos chave associados ao *modo punk* de vestir. Sobre aquele *modo* em Santa Gertrudes, Parsifal Lourenço Filier (baterista da banda *punk gertrudense*) mencionou que uma das referências iniciais que os jovens da pequena cidade tiveram foram efetivamente “as capas de discos (não tem como fugir delas)” (Filier, 2020). O músico local menciona ainda que a percepção do modo de vestir confirmou-se acertada “quando fomos para a [loja de discos] *Punk Rock* [em São Paulo/Capital] comprar nossos primeiros discos¹¹ e] vimos todo mundo vestido daquele jeito [...] também. [...] Parecia que morávamos em São Paulo, porque estávamos [vestidos] iguais a eles” (Filier, 2020). A afirmação ilustra com exemplo local um caso de estabelecimento de identidade/pertencimento a partir do compartilhamento de “réplicas”: o modo de vestir permitiu ao então jovem gertrudense se entender como pertencendo ao grupo dos *punk rockers* da capital paulista com quem se encontraram na loja em que iam adquirir os próximos álbuns *punk*.

No caso do registro fotográfico a seguir, vale destacar afirmação de que a foto seria particularmente “interessante porque [...] nos vestimos [para ir à apresentação da banda quando a fotografia foi obtida do mesmo modo] como costumávamos nos vestir na época” (Filier, 2020): mais do que uma produção elaborada para uma ocasião especial específica (a apresentação pública), a fotografia registraria, segundo a afirmação, um compartilhamento de significados culturais que seria observado na pequena cidade do interior paulista.

Nos parágrafos seguintes são conduzidas breves análises comparativas entre o registro fotográfico da banda *punk gertrudense* e bandas de metrópoles mundiais a partir de capas de discos observando alguns elementos chave na moda *punk* – especificamente o uso de (a) paletós e (b) jaquetas de couro, permitindo estabelecer relação não apenas com o *rock’n’roll* dos anos 1950 e 1960 (como já mencionado neste artigo) mas também com *punk rockers* de grandes cidades a partir da inspiração nas capas de discos. Também é abordado o uso de peças de vestuário que referenciam (c) uniformes militares¹² e, talvez, um dos elementos de vestuário mais marcantes do modo de vestir no contexto do *rock*: a (d) camiseta de banda.

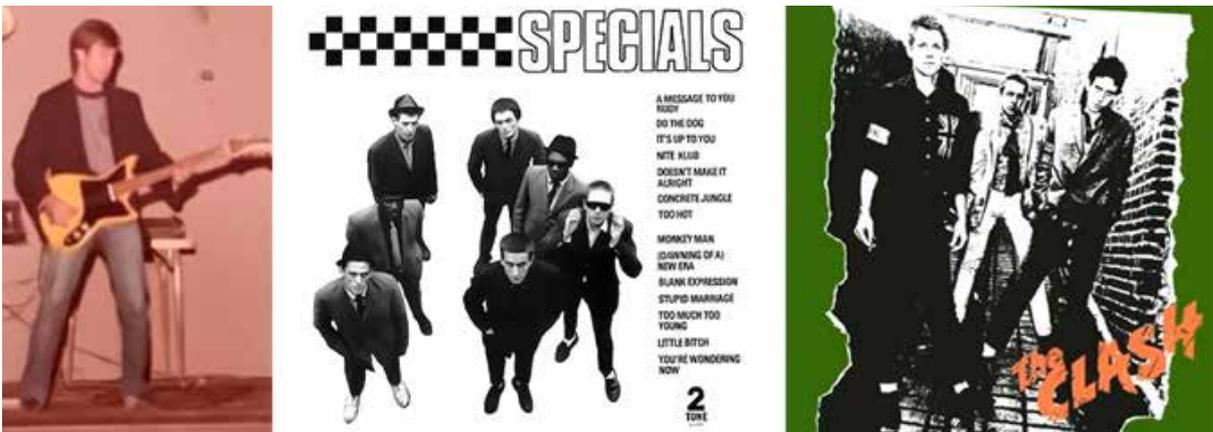
¹¹ Vale destacar que não se entende aqui como uma contradição a referência a “comprar **nossos primeiros discos**” e os jovens gertrudenses já estarem vestidos como os *punk rockers* da cidade de São Paulo – ainda que a relação visual do padrão estético sejam as capas de discos de música *punk*. Ocorre que o acesso inicial aos álbuns de música *punk* (a partir dos quais foi possível identificar como se vestir para estabelecer identidade) pelos jovens locais se deu a partir de discos emprestados de amigos da escola na qual estudavam na cidade vizinha, “Rio Claro: o Du Califa foi para a Califórnia [...] e voltou com uma mala de discos. Isso em 1980, eu fazia cursinho. [A partir do contato com aqueles primeiros álbuns, v]iajámos a São Paulo; juntávamos dinheiro – eu, Pezão e Márcio – e íamos na [loja] Punk Rock Discos” (Filier, 2024).

¹² Aqui vale uma observação: ainda que anteriormente não tenha sido referenciado anteriormente no presente artigo esse tipo de roupa como parte da moda *punk*, há que se destacar que uniformes militares têm relativa relevância especialmente devido à banda inglesa *The Clash*. Esta banda adotou, enquanto esteve em atividade, um posicionamento político combativo e de protesto – desde a participação do festival *Rock Against Racism* (RAR) realizado no Victoria Park (em Londres) no ano de 1976, até manifestações em canções como *White Riot* (do *single* homônimo e do álbum *The Clash* de 1977), *Safe European Home* e *English Civil War* (do álbum *Give ‘Em Enough Rope* de 1978) *Spanish Bombs* e *Revolution Rock* (do álbum *London Calling* de 1979), *Charlie Don’t Surf*, *The Call Up* e *Washington Bullets* (do álbum *Sandinista!* De 1980) ou ainda *Know Your Rights* e *Rock the Casbah* (do álbum *Combat Rock* de 1982) – entre outras. Como menciona-se aqui, em vários momentos (inclusive em uma capa de álbum da banda), há uso de trajas militares.

Iniciando as breves análises comparativas pelo uso de (a) paletós, a montagem correspondente à Figura 1 apresenta, da esquerda para a direita, um registro de apresentação de José Jardim (contrabaixista do Lixo Atômico), a capa do álbum *The Specials* (da banda de *ska* homônima) na qual todos os membros usam paletós, e a capa do álbum *The Clash* (primeiro álbum da banda homônima), na qual dois dos três membros retratados trajam paletós.

Ao mencionar como o uso do acessório passou a ocorrer em Santa Gertrudes, Filier conta como se deu a compra dos primeiros artefatos do tipo no mencionado “Bazar da Pechincha. A gente entrou, [...] eu vi os paletós: tinha dois, estávamos eu e Márcio [Jacomini]. [...] Falamos: isso tem tudo a ver [com o *punk rock*]. Porque tinha a ver com *ska*, com *Specials*” (Filier, 2020).¹³ Ainda que o estabelecimento de referência mais direta seja evidentemente com *rockers* dos anos 1950, é possível associar o modo de vestir também com *punk rockers* e músicos de *ska* (como aqueles mencionados por Filier).

FIGURA 1 – MONTAGEM COM ZÉ CALIFA (JOSÉ JARDIM, CONTRABAIXISTA DO LIXO ATÔMICO)¹⁴, CAPA DO ÁLBUM *THE SPECIALS* E CAPA DO ÁLBUM *THE CLASH*



FONTE: editado a partir do acervo pessoal de Parsifal Lourenço Filier (fotografia) e acervo do autor (capas dos álbuns), respectivamente

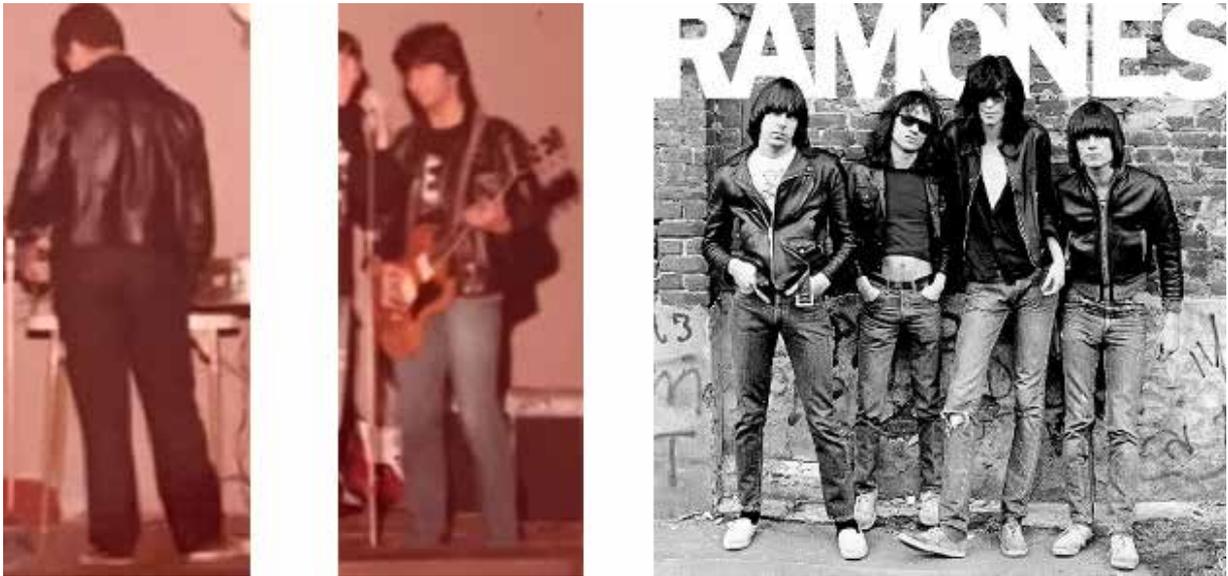
No caso do uso das (b) jaquetas de couro, a montagem correspondente à Figura 2 apresenta, da esquerda para a direita, um registro de Dinael Denardi (de costas) que atuava como *roadie* do Lixo Atômico, e um de Leandro Filier Júnior, guitarrista da banda, comparativamente à capa do primeiro e autointitulado álbum dos *Ramones*. Parsifal Lourenço Filier

¹³ “O *ska* começou no final dos anos cinquenta como uma versão jamaicana da *dance music* negra americana de Nova Orleans [...]. Os *Specials* [a banda mencionada por Filier] pegaram o [...] *ska* dos anos sessenta e o amplificaram com a energia frenética do *punk [rock]*” (Reynolds, 2005, p. 231). Nos clubes londrinos seria “tocado [...] combinando *punk* e *reggae* em atitude e ódio” (Simonelli, 2013, p. 242). Terry Hall, vocalista dos *Specials*, comenta em relação à moda que, em sua percepção, “As roupas eram quase tão importantes quanto a música” (Reynolds, 2005, p. 233).

¹⁴ Todos os recortes de fotos dos membros da banda Lixo Atômico são resultantes de edição da única imagem disponível da banda, obtida durante sua apresentação no festival de talentos “Vale Tudo” (realizado em Santa Gertrudes/SP, em 1981).

menciona como referência chave para o uso daquelas jaquetas exatamente o “primeiro disco dos *Ramones*, [no qual] todo mundo [todos os membros da banda estão na capa vestidos com jaquetas] de couro. Eu não gostava muito de usar couro na época. [...] O Pezão [Dinael Denardi] gostava muito, até por causa da influência dos *Ramones* para ele” (Filier, 2020).

FIGURA 2 – MONTAGEM COM PEZÃO (DINAELE DENARDI, ROADIE [DE COSTAS], LEE (LEANDRO FILIER JÚNIOR, GUITARRISTA DO LIXO ATÔMICO) E CAPA DO ÁLBUM *RAMONES*



FONTE: editado a partir do acervo pessoal de Parsifal Lourenço Filier (fotografias) e acervo do autor (capa do álbum), respectivamente

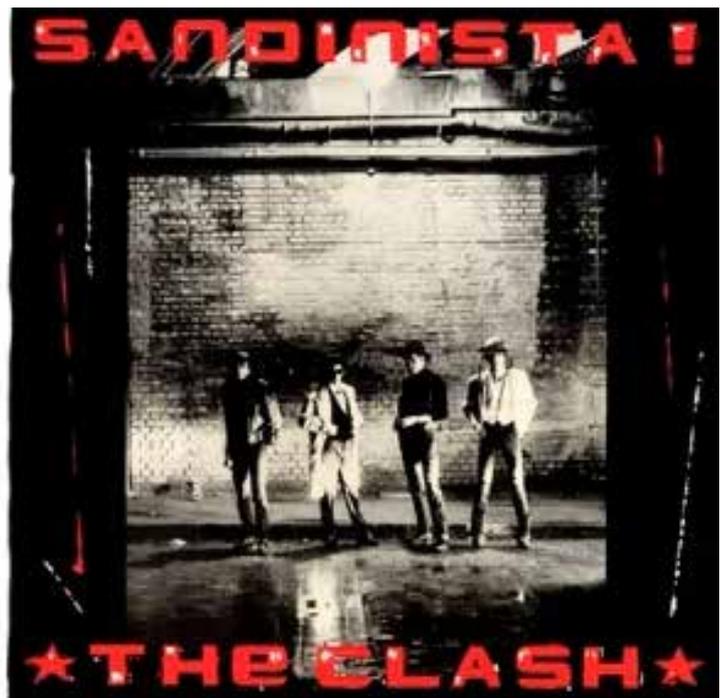
Em relação a peças de roupa que referenciam (c) uniformes militares, a montagem correspondente à Figura 3 apresenta, da esquerda para a direita, Parsifal Lourenço Filier, baterista do Lixo Atômico e a capa do álbum *Sandinista!*, da banda *The Clash*. Aqui é possível observar que o baterista está vestido com jaqueta verde militar: em relação à opção, Filier comenta que efetivamente “gostava da farda militar, por causa do *Clash*, [...] por conta do tipo de protesto nas músicas” (Filier, 2020).¹⁵ Ainda em relação àquele modo de vestir, e contextualizando a percepção do modo de vestir com a música (o que auxilia a evidenciar como é possível articular o contexto vivido em pequenas localidades com outras partes do mundo – inclusive na procura por pertencimento em uma fase da vida), Filier comenta que “antes a gente teve uma fase *disco* [associada ao gênero musical] [...]. Eu usava na época uma camiseta regata por baixo e uma camisa aberta por cima. [...] [Quando passou a se identificar

¹⁵ Janice Caiafa comenta que a opção do verde militar se daria também entre os *punk rockers* do Rio de Janeiro, fazendo eventualmente o ponto de encontro daqueles jovens por volta de 1983 remeter a “uma tropa, um batalhão de choque, pelo visual militarizado” (Caiafa, 1985, p. 94).

como um *punk rocker*:] eu só tirei a camisa e coloquei a jaqueta da farda militar [no lugar dela]” (Filier, 2020).¹⁶

No caso do *Clash*, é possível identificar referências militares na capa do álbum *Sandinista!* (montagem da Figura 3). Aqui, não apenas o título do álbum faz referência à revolução popular ocorrida na Nicarágua entre 1979 e 1990 com o apoio da Frente Sandinista de Libertação Nacional, como é possível destacar o uso de capacete militar por um dos músicos fotografados.

FIGURA 3 – MONTAGEM COM FAL (PARSIFAL LOURENÇO FILIER, BATERISTA DO LIXO ATÔMICO) E CAPA DO ÁLBUM *SANDINISTA!*



FONTE: editado a partir do acervo pessoal de Parsifal Lourenço Filier (fotografia) e acervo do autor (capa do álbum), respectivamente

Finalmente, a montagem correspondente à Figura 4 apresenta, da esquerda para a direita, Márcio Jacomini (vocalista do Lixo Atômico), o desenho de *Skank Kid*¹⁷ e capa do álbum *GroupSex* (primeiro álbum da banda *Circle Jerks*). Na montagem, Jacomini veste uma (d) camiseta de banda – que, como os “*buttons* [que eram colocados nas roupas, também] eram compradas em São Paulo, junto com os discos [de *punk rock* nas viagens anuais

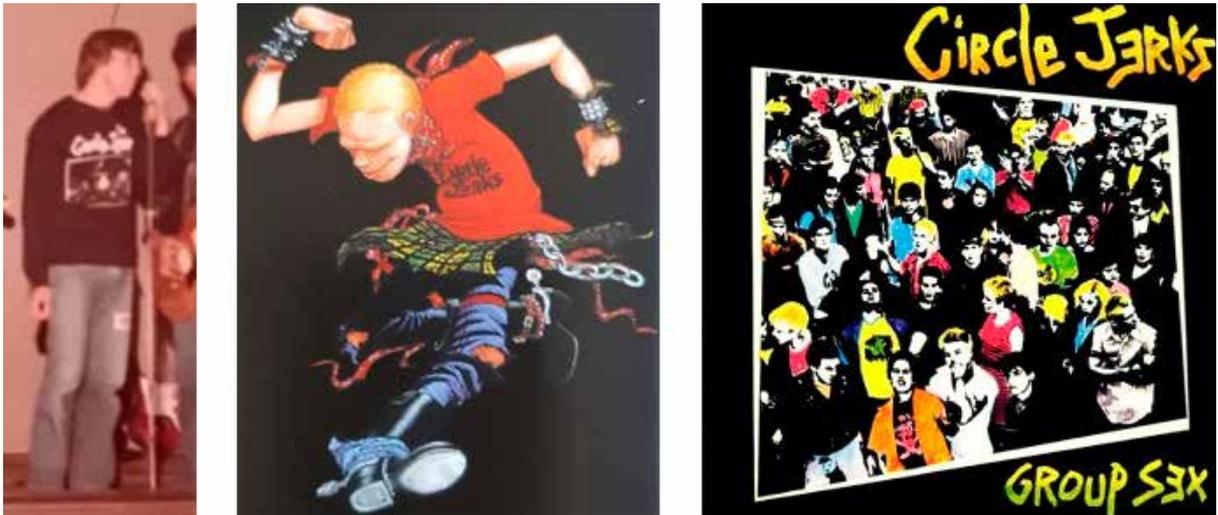
¹⁶ Para minimizar um eventual risco de confusão em relação aos gêneros mencionados, pode-se argumentar que “o *disco sound* era tão ‘político’ quanto o *punk*. Afinal, em tempo de celebração da democracia ocidental, o *disco* foi populista e pôs o povo a dançar despidoradamente. Impôs a batida como requisito obrigatório na música *pop* de sucesso” (Branco, 2019, p. 181).

¹⁷ A imagem apresentada foi editada a partir do encarte fornecido na edição em CD do álbum *Wild In The Streets*.

à capital paulista após economias]” (Filier, 2020). Forma de “réplica” que destaca imediatamente (ao fazer uso da camiseta como um artefato comunicacional evidente) as preferências musicais de quem a veste, a camiseta de banda costuma ser observada com frequência entre os fãs de *rock* em geral, incluindo os *punk rockers* (Caiafa, 1985, p. 13). Na Figura 4, Jacomini usa uma camiseta da banda *punk rock* da Califórnia *Circle Jerks*. Filier comenta, em relação ao uso daquela camiseta por Jacomini que “*Circle Jerks* é uma banda [*punk*] que ele [Márcio Jacomini] gostava. E ele está com um visual legal, porque ele está com uma camiseta preta de manga longa por baixo, e a camiseta dos *Circle Jerks* por cima. A camiseta dele não é de manga longa” (Filier, 2020).

Ainda em relação ao caso específico da banda apresentada na camiseta de Jacomini, vale destacar que os músicos da banda *Circle Jerks* não apenas as utilizavam, como também referenciavam a si próprios inclusive na camiseta trajada pela espécie de mascote criado para a banda e parte da montagem da Figura 4: nomeado *Skank Kid*, o personagem foi desenhado por Shawn Kerri trajando camiseta com auto referência à banda. Outros casos de pessoas vestindo camisetas de bandas podem ser observados inclusive entre os retratados na capa do álbum *Group Sex*, de 1980.

FIGURA 4 – MONTAGEM COM MÁRCIO (MÁRCIO JACOMINI, VOCALISTA DO LIXO ATÔMICO), IMAGEM DO ‘MASCOTE’ *SKANK KID* E CAPA DO ÁLBUM *GROUPSEX*



FONTE: editado a partir do acervo pessoal de Parsifal Lourenço Filier (fotografia) e acervo do autor (desenho mascote¹⁸ e capa do álbum), respectivamente

Para finalizar, pode-se mencionar o uso da calça jeans (observado de modo óbvio em praticamente todos os membros do Lixo Atômico fotografados), que possibilita estabelecer relação direta com o comentário de Johnny Ramone (mencionado anteriormente).

De fato, uma breve análise comparativa possibilita identificar uma série de elementos que sugerem um “sentimento” entre *punk rockers* relacionado ao modo de vestir

¹⁸ A imagem apresentada foi editada a partir do encarte fornecido na edição em CD do álbum *Wild In The Streets*.

considerando cidades, países e continentes diferentes. Parece ser possível afirmar que, analogamente ao que foi possível observar em relação à música, quando o contexto vivido na passagem dos anos 1970 para 1980 contribuiu para o compartilhamento da *fúria punk* em relação à música alcançando cidades ao redor do mundo (Marquioni, 2021b), também no caso da moda é possível encontrar traços daquela *fúria* globalmente (inclusive em pequenas localidades).

Considerações finais

Não apenas a música *punk* alcançou países em vários continentes, como também o modo de vestir *punk* ultrapassou fronteiras mesmo em tempos analógicos. Potencialmente em função da referência musical principal (que constituía inclusive a sonoridade que os *punk rockers* dos primórdios do gênero musical esperavam produzir), o *rock'n'roll* dos anos 1950 e 1960, o visual adotado remeteria também ao período. A partir do uso de calça jeans, camiseta e paletó ou jaqueta de couro, um primeiro grupo de indivíduos estabeleceu os elementos que caracterizariam um “sentimento”, compartilhando “réplicas” e estabelecendo “cultura material” que culminou com o estabelecimento de significados proporcionando identidade e pertencimento.

Mas é necessário destacar que os “grupos juvenis [, que] estão permanentemente sob o perigo de se verem novamente apropriados pela indústria cultural e padronizados, devolvidos à normalidade [...] [com] seus significados originais diluídos e esvaziados” (Abramo, 1995, p. 90) foram efetivamente afetados pela indústria da moda nos anos seguintes. Como destacou Sid Vicious (segundo baixista dos *Sex Pistols*): “É uma pena de certa forma. Todos aqueles garotos ricos se tornando *punks*. Eu achava aquilo revoltante. É como um exército agora, uma facção: chique. Eu não sou chique. Eu nunca poderia ser chique” (The filth [...], 2000). No caso da música *punk*, uma resposta quase imediata foi dada por John Lydon ao deixar os *Sex Pistols* e fundar a banda *Public Image Ltd. (Pi.L.)*.

Enquanto o próprio nome da banda já permite inferir certa crítica associada ao modo como se é apresentado, o primeiro álbum do grupo – lançado em 1978 e intitulado *Public Image* – trazia canção homônima na qual o grupo inglês informava que “You never listened to a word that I said/ You only seen me from the clothes that I wear”¹⁹. O trecho da letra da canção possibilita estabelecimento de relação direta não apenas com a afirmação de Vicious citada acima, mas também com um depoimento do próprio Lydon, para quem “O visual clichê *punk* se tornou o cartão postal *punk* [...] [enquanto a ideia inicial era que a moda *punk* fosse] muito mais um tipo de coisa DIY” (The filth [...], 2000): uma decodificação possível para a afirmação da letra da canção parecer ser a de que ao não ouvir o que foi dito (e ver apenas as roupas trajadas) a ênfase fora atribuída nos anos seguintes ao consumo *per se* – ainda que, como mencionado, algum nível de “réplica” seja esperado para o estabelecimento de identidade/ pertencimento. De fato, indubitavelmente “O *punk* e a *new wave* foram fenômenos comerciais. Escalada fulminante do *underground* até o *mainstream*” (Branco, 2019, p. 190).

¹⁹ “Você nunca ouviu uma palavra do que eu disse/ Você só me notou pelas roupas que eu visto” (minha tradução).

Ao analisar em relação ao *punk* as ações DIY englobando a música e a moda nos primeiros anos do gênero em meados dos anos 1970 (mas observando que aqueles *primeiros anos* se estendem por, ao menos, mais uma década ao abordar outros países – como Inglaterra e Brasil –, em função da velocidade então possibilitada pelo uso das tecnologias da comunicação em anos pré-Internet), entende-se ser possível afirmar que o que ocorrera a partir do final da década de 1970 foi o início da propagação da “estrutura de sentimento” *punk* associada à execução de ações práticas para superar dificuldades. Tais ações alcançavam desde formar grupos musicais independentemente de limitações em equipamentos ou habilidades técnicas musicais (Marquioni, 2021b) até promover identidade/pertencimento a partir do consumo de peças de roupa que remetiam àquelas das décadas de 1950/1950 – com os destaques que tais ações não ficaram, definitivamente, restritas a grandes centros urbanos e que parte significativa da divulgação tanto das canções (através do vinil propriamente) quanto do modo de vestir (a partir das capas dos LPs) se davam com os poucos álbuns musicais a que os jovens gertrudenses tinham acesso.

Como abordado em artigo anterior, a banda Lixo Atômico esteve ativa entre os anos de 1981-1982 e realizou apenas duas apresentações ao vivo (Marquioni, 2021, p. 147). Apesar da breve carreira, e concordando com afirmação de Chris Morris – escritor, jornalista e crítico musical da Califórnia – ao comentar que “Não importa a cidade na qual você vive – sempre haverá uma ou duas lendas musicais cuja reputação não vai ultrapassar os limites da cidade” (Doe, 2021, p. 137), entende-se ser possível inferir que aquelas poucas apresentações contribuíram para a proliferação de bandas de rock que seriam observadas nos anos (e décadas) seguintes em Santa Gertrudes (Marquioni, 2021, p. 159) – como se planeja evidenciar na continuidade da investigação.

Referências bibliográficas

ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis: punks e darks** no espetáculo urbano. São Paulo: Página Aberta, 1994.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, [1983] 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BARBOSA, Lúvia; CAMPBELL, Colin. O consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: ____ (org.). **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 21-44.

BIVAR, Antonio. **Punk**. Edições Barbatana, 2018.

BRANCO, Pedro de Freitas. **Sobreviventes: o rock em Portugal na era do vinil**. Lisboa: Marcador, 2019.

CAIAFA, Janice. **Movimento punk na cidade**: a invasão dos bandos sub. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

DOE, John. **Under the big black sun**: a personal history of L.A. *punk*. Philadelphia: Da Capo Press, 2016.

DOE, John. **More fun in the new world**: the unmaking and legacy of LA *punk*. New York: Hachette books, 2021.

FILIER, Parsifal Lourenço. **Entrevista por Skype concedida ao autor**. Santa Gertrudes/ Curitiba, 01 mai. 2020.

FILIER, Parsifal Lourenço. **Entrevista presencial concedida ao autor**. Santa Gertrudes, 29 mar. 2024.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, [1992] 2006.

LEIGH, Mickey; MCNEIL, Legs. **Eu dormi com Joey Ramone**: memórias de uma família *punk* rock. Caxias do Sul: Belas Letras, 2022.

MCNEIL, Legs; MCCAIN, Gillian. **Mate-me por favor (please kill me)**: a história sem censura do *punk*. Porto Alegre: L&PM Editores, 1996.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. **Do rock como materialidade alternativa para acesso a “estruturas de sentimento”**: o Velvet Underground e o cenário da música pop no final dos anos 1960. Per Musi, 38 Belo Horizonte, n.38 (2018), 1-23, mai. 2018. doi: 10.35699/2317-6377.2018.5162.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Uma fúria, três metrópoles: breves apontamentos acerca da aurora do *punk rock* em Nova Iorque, Londres e São Paulo. In: FENERICK, José Adriano (org.). **Nas trilhas do rock**: Contracultura e Vanguarda. Curitiba: Appris, 2021a, p. 205-224.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. **Uma fúria compartilhada em toda parte**: sentimento e cultura material nos primórdios do *punk rock* do interior paulista. ArtCultura, 23(43), 143-159, jul.-dez. 2021b. doi:10.14393/artc-v23-n43-2021-64089.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption**. Oxford and New York: Basil Blackwell, 1987.

MILLER, Daniel. **Stuff**. Cambridge: Polity Press, 2010.

REYNOLDS, Simon. **Rip it up and start again**: postpunk 1978-1984. New York: Penguin Books, 2005.

ROBB, John. **Punk rock: an oral history**. Michigan: PM Press, [2006] 2012.

SIMMEL, Georg. **The Philosophy of Money**. London and New York: Routledge Taylor & Francis, [1978] 2004.

SIMONELLI, David. **Working class heroes: Rock music and British Society in the 1960s and 1970s**. Plymouth: Lexington Books, 2013.

WESTWOOD, Vivienne; KELLY, Ian. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2014.

WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary. In: GABLE, Robin. (ed.). **Resources of hope: Culture, democracy, socialism**. London: Verso, 1989. p. 3-18.

WILLIAMS, Raymond. **The long revolution**. Peterborough: Broadview Press Ltd., [1961] 2001.

WILLIAMS, Raymond. **Drama from Ibsen to Brecht**. London: Chatto & Windus, [1952, 1968] 1971.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

Filmes

PUNK: Attitude. Direção: Don Letts. US: Cactus Three, 2005. 2 DVD. 154 min.

THE FILTH and the fury: A Sex Pistols Film. Direção: Julien Temple. New York: New Line, 2000. 1 DVD. 108 min.

Agradecimentos

Revisora do texto: Caroline Cavalcanti de Oliveira, doutora (FAE Business School). E-mail: carocavalcanti@gmail.com



[artigos]

Fashioning identity: Sartorial symbolism and cultural negotiation in Tanzimat literature of the Ottoman Empire

Modelando a identidade: Simbolismo vestimentar e negociação cultural na literatura do período Tanzimat no Império Otomano

Şakir Özüdoğru¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5451-1971>

[abstract] This article explores sartorial symbolism in Tanzimat-era literature (1860-1896) within the Ottoman Empire. The research analyzes sartorial choices as narrative devices in three pivotal Tanzimat novels: *The Carriage Affair (Araba Sevdası)* by Recaizade Mahmut Ekrem, *Mister Felâton and Master Râkım (Felâton Bey ve Râkım Efendi)* by Ahmet Mithat Efendi, and *Dandy (Şık)* by Hüseyin Rahmi Gürpınar. Drawing on Barthes' semiotic framework, it positions fashion as a performative act that inscribes cultural myths onto the body, articulating narratives of identity, power and transformation. By analyzing sartorial symbolism as a visual grammar, the study employs a comparative character analysis of the *alafanga* and the Ottoman gentleman (*alaturka*) archetypes. The research further offers a novel interpretation of Tanzimat novels by combining sartorial symbolism with Homi Bhabha's postcolonial theories of mimicry and hybridity (third space). It introduces three novel concepts -superficial mimicry, excessive mimicry, and harmonious hybridization-symbolized by the characters in the novels. This interdisciplinary approach aims to bridge literary analysis, historical context, postcolonial theories and fashion studies.

[keywords] **Tanzimat literature. Sartorial symbolism. Ottoman modernization. Semiotics. Mimicry.**

¹ PhD in Communication Design and Management, Anadolu University, Türkiye. Assistant Professor, Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Architecture and Design, Eskisehir Technical University, Türkiye. E-mail: sakiro@eskisehir.edu.tr

[**resumo**] Este artigo explora o simbolismo da indumentária na literatura da era Tanzimat do Império Otomano. A pesquisa analisa as escolhas de indumentária como dispositivos narrativos em três romances fundamentais do Tanzimat: *The Carriage Affair* (*Araba Sevdası*), de Rezaizade Mahmut Ekrem, *Mister Felâton and Master Râkım* (*Felâton Bey ve Râkım Efendi*), de Ahmet Mithat Efendi, e *Dandy* (*Şık*), de Hüseyin Rahmi Gürpınar. Com base na estrutura semiótica de Roland Barthes, encaramos a moda como um ato performativo que inscreve mitos culturais no corpo, articulando narrativas de identidade, poder e transformação. Ao analisar o simbolismo da indumentária como uma gramática visual, o estudo emprega uma análise comparativa do caráter dos arquétipos do *alafranga* e do cavaleiro otomano. Além disso, a pesquisa oferece uma nova interpretação dos romances Tanzimat, combinando o simbolismo da indumentária com as teorias pós-coloniais de Homi Bhabha sobre mimetismo e hibridismo. Apresentamos três conceitos, mimetismo superficial, mimetismo excessivo e modernização equilibrada, simbolizados pelos personagens dos romances. Essa abordagem interdisciplinar une análise literária, contexto histórico, teorias pós-coloniais e estudos de moda.

[**palavras-chave**] **Literatura do Tanzimat. Simbolismo vestimentar. Modernização otomana. Semiótica. Mimetismo.**

Received on: 01-07-2024

Approved on: 20-12-2024

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1854>

Introduction

In the late Ottoman history, Tanzimat period (1839-1876), officially initiated by the declaration of The Edict of Tanzimat in 1839, was a politically, socially, and culturally vibrant yet controversial era during which Eurocentric ideals began to be implemented by the government. During this era, Ottoman society began to assimilate European influences, leading to the emergence of new social forms and cultural practices. Organizing such practices according to Eurocentric ideals sparked a debate on modernization among intellectuals of the era. On the one hand, a group of intellectuals defended assimilation of European ideals with all its aspects, such as social, cultural, technical, and governmental. On the other, a more skeptical group rejected cultural, social and cultural dimensions of Europeanization and offered selective adoption of technological advances by preserving Ottoman traditions.

Amid these debates, clothing emerged as a central symbol of transformation. European fashions, as one of the most visible symbols of modernization, showcased the Europeanized body in Ottoman society, yet it came with the visible anxiety of losing traditional values. The literature of the era reflects these complex and tense debates with remarkable vibrancy. Tanzimat writers tried to create a synthesis between European influences and Ottoman values through instructive novels. Because of its central role as a visible marker of

both modernization and cultural anxiety, clothing became a significant narrative device for Tanzimat writers in negotiating and forming personal and collective identity.

This study focuses on fashion's role in shaping identity and driving social transformation critically through three novels written during Tanzimat era: *The Carriage Affair (Araba Sevdası)* by Rezaizade Mahmut Ekrem, *Mister Felâton and Master Râkım (Felâton Bey ve Râkım Efendi)* by Ahmet Mithat Efendi, and *Dandy (Şık)* by Hüseyin Rahmi Gürpınar. In these novels, fashion stands as a constitutive element of protagonist's existence, shapes social and cultural practices, and reflects evolving perceptions of the body. These literary works use rich imagery reinforced with sharp contrasts related to clothing. Fashion choices of protagonists represent the ideological choices and cultural tensions faced by their writers and the era. At the heart of these choices and dilemmas lies the struggle of preserving cultural authenticity and ways of adapting to the ideals and practices of Europeanization.

The theoretical framework of this study relies on Homi Bhabha's concepts of mimicry and hybridity. Through the lens of self-orientalism, the *alafanga* and the Ottoman gentleman (*alaturka*) archetypes are interpreted as representations of mimicry and hybridization. The study positions fashion as a performative act that inscribes cultural myths onto the body, articulating narratives of identity, power and transformation. The methodological approach of the study is grounded in Roland Barthes's semiotics, analyzing sartorial symbolism as a narrative device to articulate broader ideological and cultural dilemmas. By drawing perspectives from contemporary cultural theorists, this study aims to bridge literary analysis, historical context, postcolonial theories and fashion studies through an interdisciplinary approach.

Theoretical framework: reformation, hybridization, and *alafanga* vs. *alaturka*

Reformation or The Edict of Tanzimat as a symbol of modernization

Although the Ottoman Empire's first cultural and social encounters with Europe occurred during the Tulip Period (1718-1730), which is considered a time of moderate relations, by the latter half of the 18th century, the Empire began to perceive Europe as a formidable imperial power due to the decline of its own status as a "dominant power" (Çiftçi, 2019, p. 15). To revitalize the state's power, Ottoman statesmen developed strategies influenced by Eurocentric ideals of modernity, incorporating Western military, administrative, and economic structures into the Empire's system (Parla, 2014). By the 19th century, the scope of these ambitions broadened and led to critical transformations in the domains of economy, law, and administration, along with the adoption of European-inspired clothing regulations under imperial directives (Karabulut, 2010).

Symbolizing the Ottoman Empire's formal acknowledgment of Western superiority in technological, political, and organizational spheres, the pivotal moment in this transformative journey was the issuance of the Edict of Reorganization (*Tanzimat Fermanı*) in 1839. Marked by a significant cultural shift, the Edict promised a comprehensive reorganization of

Ottoman rules and institutions (Zürcher, 2004). The declaration of the Edict, also known as the Supreme Edict of Gülhane, is largely accepted as the start of the Tanzimat period (1839-1876) and the beginning of Ottoman modernization following Eurocentric ideals as well (Koyuncu and Tiltay, 2017, p. 2)².

Tanzimat reforms represented a semi-voluntary reorganization program (Parla, 2014) aimed at restoring the Empire’s former glory (Kılıçbay, 1989). They were approached with caution and skepticism. On the one hand, Ottoman statesmen sought to reconcile the practical necessities of adopting Western methods; on the other hand, they needed to maintain the Empire’s cultural and institutional identity by preserving key Ottoman elements and ensuring that the restructured framework would not completely forsake its unique cultural foundations (Şeker and Özcan, 2021, p. 34). By blending external influences with internal traditions, the Tanzimat reforms aimed to forge a distinctive Ottoman way toward modernity, suggesting a more complex hybrid process.

Hybridization or “mülemma”

Renowned Turkish literature critic Orhan Okay suggests the concept of “*mülemma*”, meaning “multicolored”, “creolized” or directly “mismatch”, to capture the multifaced process of transformation that the Ottoman Empire was undergoing (Okay, 1975). Originally, the term *mülemma* referred to poems composed with each line or section written in a different language. In classical Ottoman poetry (*Divan*), this technique was employed by poets to demonstrate their artistic skill. Drawing an analogy to such poems, Okay illustrates the transformations of the Tanzimat period as follows:

One of the characteristics of the Tanzimat period is the civilization, customs and cultures are mixed together. Rather than a synthesis, it would be more appropriate to describe this as *mülemma*. It is not adopting a cultural element, but only liking it, being unable to abandon the past while failing to achieve a coherent composition. This is the Tanzimat’s *mülemma* (Okay, 1975, p. 358, my highlight)³.

As Orhan Okay puts it, Westernization during the Tanzimat period was not merely a copying of the cultural, social and administrative structures of the West but rather a selective process shaped by the Ottoman context. The central pillar of this selective adaptation was Islam, the foundational belief system underpinning the Ottoman values. In other words, the Ottoman endeavor was to achieve modernization while remaining firmly rooted in Islamic principles (Meriç, 1996).

² The Edict is also considered as the symbol of the transformation to a modern state – “intertwined [modernization] would only be possible for ‘multi-religious’ and ‘multi-cultural’ Ottoman Empire with a superordinate identity of being ‘Ottoman’” (Çiftçi, 2019, p. 21).

³ My translation for: “Tanzimat devrinin hususiyetlerinden biri de Dođu ve Batı medeniyetinin, âdetlerinin, kültürlerinin birbirine karışmasıdır. Buna bir sentezden ziyade eski tabiriyle mülemma demek daha yakışır. Bir kültür unsurunu benimsemek değil, sadece beğenmek, eskiden de vazgeçmemek, fakat bir terkibe ulaşamamak. İşte Tanzimat’ın mülemması budur.”

Building on Okay's analogy, the cultural and social transformations of the Tanzimat period can be understood as a complex interplay of adaptation and resistance. Until the Tanzimat period, interactions with and the experience of European customs mostly remained restricted to the palace and its environs. However, European lifestyles -or lifestyles perceived as European- began to spread among upper classes especially residing in the major cities of the period such as Istanbul and Izmir, with the Tanzimat (Mardin, 1969). This shift was most visible in consumption patterns in various spheres (Exertzoglou, 2003), such as food and drink, entertainment and recreation, education, transportation and vehicle use, residence and home life, and clothing and accessories (Mardin, 1990, p. 18; Koyuncu and Tiltay, 2017, p. 8). Blending local traditions with European influences, these changes marked a vital cultural turn.

Fashion was one of the most powerful symbols of this cultural transformation. Reinforced by the state policies, shifting from traditional Ottoman attire to European fashions became a symbol of Europeanization both for the state and individuals (Aysal, 2011). Thus, the adaptations of European fashions can be seen as a metaphor for the broader cultural synthesis, which was a goal of and a challenge for the Tanzimat reforms. The legacy of this hybridization process can be followed today: fusion of traditional and novel practices continues to inspire unique cultural expressions, like contemporary reinterpretations of traditional Ottoman garments, such as caftan, shalwar, or yashmak (Özudoğru, 2016).

Alafranga vs. alaturka

The appearance of European styles on the streets found its reflection in literary works, as the writers of the period captured the dual nature of the Tanzimat period through the characters they created. The *alafranga* became a literary archetype often portrayed in the period's works. Originating from the Italian phrase "*alla Franca*" (meaning in the French style), the term *alafranga* came to describe Europeanized behaviors, lifestyles, and cultural practices. As the contrast to *alafranga*, *alaturka* was used to describe Ottoman/Turkish lifestyles, signifying adherence to Ottoman-Islamic traditions.

In the literary works, *alafranga* characters are illustrated as superficial imitators of European fashions. Marked by intellectual shallowness, the *alafranga* lacks understanding the essence of Western ideals (Namlı, 2019) and is a "a shallow man who does not any endocarps" and "only consists of borrowed gestures and facial expressions" (Gürbilek, 2012, p. 103).

By employing the stark contrast between *alafranga* and *alaturka* characters, the writers of the Tanzimat novels addressed the most critical issue of their time: the methods and consequences of Westernization. Instead of questioning whether to adopt selective Western practices, the debate of the period was how to integrate them (Arslan, 2018, p. 239). Alienated from deeper intellectual and moral considerations, as well cultural roots as, the *alafranga* archetype was portrayed as emblematic of false Westernization, a "Westernized snob" (Mutman, 2019, p. 230). Loyal to Ottoman-Islamic values, the *alaturka* archetype, or the Ottoman gentleman, was framed as embodying a considered engagement with modernity - an example of right or desired Westernization.

Reading Tanzimat through the lens of self-orientalism

The cultural and ideological implications of the West-East divide are reflected through the contrast between *alafranga* and *alaturka* archetypes, embodying a broader discussion within postcolonial studies. As, in the eyes of statesmen, the adaptation of selective Western practices was essential for the survival of the Empire, the question of how these practices could be integrated into the Ottoman system without undermining the cultural fabric of the Empire became one of the hardest challenges of the time. The *alafranga-alaturka* contrast can be seen as a metaphorical understanding of this challenge, a dilemma that brings a deeper existential question: in a world increasingly dominated by Western power, how the Ottoman Empire should position itself – as part of the Occident or the Orient. The answer of the intellectuals of the period was a clear one: despite ongoing debates among themselves about the methods of implementation, they consistently positioned the Empire as part of the Orient (Arslan, 2018). However, positioning an empire that aimed to modernize rapidly as a part of Orient created many ideological challenges, contradictions, and cultural anxieties.

As the Orient is often constructed as a cultural space through orientalist texts (Güner, 2008, p. 64) framed by stereotypes, orientalism, as Edward Said (1978) puts it in his seminal work, functions as an element of hegemony designed to reinforce Western dominance underpinned by an ontological divide that underscores moral, intellectual and cultural superiority of the West over non-Western civilizations (Hung, 2003). According to this divide, the West is symbolically portrayed as civilized, advanced, and rational, while the East is depicted as sly, mysterious, exotic, and irrational (Echtner and Prasad, 2003). Thus, in a reflexive manner, the binary opposition of Occidental and Oriental maintains the Western imagination of itself by defining the East as its essential “Other” (Sardar, 1999, p. 13).

However, the construction of the image of the Orient by the West is not a one-sided projection; the Orient itself contributes in various ways to the construction and dissemination of this image (Dirlik, 1996). Although Ottoman intellectuals positioned the Empire as a part of the Orient, from the 19th century onwards, they began to view their own society through an orientalist lens. This process, known as self-orientalism, often emerges during the modernization efforts of non-Western societies, where the West is taken as the sole source of progress and renewal (Akkaya, 2020, p. 51). The signs of Western modernization begin to function as performative markers of progress with the internalization of the assumption that the Orient is incapable of producing alternative models of modernization (Yan and Santos, 2009, p. 298). Codified as visible and tangible elements of modernity, these markers become tools for modernizing elites to align with the universal trajectory of “advanced civilizations,” namely the West. Then, these elites attempt to impose these markers upon society through top-down mechanisms and legal frameworks.

One of the most significant outcomes of self-orientalism is the construction of “a new Oriental subject” (Golden, 2009, p. 19). Defined through Eurocentric ideals, this subject positions itself as a civilizing agent within its own society. By internalizing Western standards as markers of progress, it distinguishes itself from the “others” it seeks to reform. In the Ottoman context, this dynamic became particularly pronounced during the Tanzimat period, as modernizing elites of the time, a small group primarily composed of Ottoman statesmen and intellectuals residing in the capital, Istanbul, delineated a divide

within society between the “modern”, namely *alafranga*, and “traditional”, namely *alaturka*. As Edhem Eldem (2015, p. 100) puts it, nowhere is this internalized dissonance more evident than in the coining of a term like *alaturkalık*, an ironic reference that turns the Ottoman identity itself into a shorthand for backwardness and uncivility, a paradox born of the tensions within self-orientalism.

Fashion as sartorial symbolism embodying the divide: almost European, but not quite

As the agent of social change (Lipovetsky, 1994, p. 16) and a site for cultural negotiations (Kaiser, 2012, p. 1), fashion serves as a strong metaphor for highlighting ambivalence and ambiguity (Davis, 1994) in the currents of the Tanzimat period. By referring to Akiko Fukai from Kyoto Costume Institute, as Jennifer Craik (2009, p. 3) puts it, fashion can be understood as a narrative on the visible face of the fictional body. This narrative extends beyond the individual to encompass societal transformations and – fashion, with all its connections to appearance, change, identity formation and lifestyles – becomes a medium for articulating ideological and cultural tensions. Here, I take the definition of fashion beyond mere appearance by referring power relations and subject positions, as Kaiser (2012, p. 1) suggests. In this framework, becoming a tool for both constructing and challenging subject positions, fashion functions as a performative act inscribing power dynamics within a given social structure. By imitating European mannerisms, modernizing elites of the Tanzimat period produced an identity and reinforced it through repeated social practices, or embodied actions, as Judith Butler’s concept of performativity suggests (Butler, 1990). In this respect, fashion, as both a marker of modernity and a medium of cultural negotiation, is imbued with power dynamics that reflect its civilizational associations with Western societies, where it is seen as a symbolic bearer of progress and modern identity (Jansen and Craik, 2016, p. 2).

While spreading among upper classes, these embodied actions - imitation of Western customs ranging from consumption patterns to educational practices and daily encounters- dragged Ottoman intellectuals into a cultural limbo, trapping them between adopting the advancements of the West and preserving the Ottoman-Islamic epistemologies as well as manners. This duality was vividly reflected through the novels of the time, which created a substantial body of literature criticizing the mere imitations of the West as a form of moral, social and cultural degeneration, often presenting detailed sartorial imaginary symbolizing ideological struggles of the era.

By borrowing Homi Bhabha’s concept of “mimicry” (Bhabha, 2004, p. 122), I analyze the anxieties and contradictions inherent in merely imitating Western fashions and customs (*alafranga*) through the novels of Tanzimat period, which used a rich sartorial symbolism as a semiotic device, signifying both the wearer’s alignment with European modernity and fragility of this borrowed identity. Additionally, using Bhabha’s concept of the “third space” (Bhabha, 2004, p. 55), I examine the supposed Ottoman gentleman archetype (*alaturka*), which embodies a relatively coherent identity through a harmonious hybridity that combines European influences with Ottoman-Islamic traditions. Employing Bhabha’s conceptual framework in this study offers a novel perspective to cultural studies, merging postcolonial theories with a fashion studies lens.

However, this framework also presents challenges as the Ottoman Empire has not traditionally been considered a colonized society but rather a colonizing state, particularly from the 19th century, following the legitimization of Westernization movements (Deringil, 2003; Kühn, 2007; Makdisi, 2002)⁴. Yet, from a self-orientalist perspective, as the dressed body becomes a canvas where the ideological struggles of self-orientalism are visibly inscribed, it transforms into a space where the ruler becomes the subject, and the subject becomes the ruler, as Bhabha (2004, p. 122) describes in his notion of mimicry: “almost the same, but not quite.” Wearing a European frock coat distinguishes the modernizing elite from the rest of society, marking him with the signs of modernity while conferring prestige and status; at the same time, as an Oriental subject, he remains a part of the Orient - an Easterner dressed like a European, or in Bhabha’s terms: “almost European, but not quite.”

For instance, Osman Hamdi Bey (1842-1910), an Ottoman statesman, the first Ottoman archaeologist and one of the Empire’s earliest painters, epitomizes this ideological paradox rooted in sartorial symbolism. Educated in France, Osman Hamdi Bey absorbed orientalist aesthetics dominant at the time, framing the East as exotic – a duality emblematic of self-orientalism, as an Ottoman subject painting the Orient through a Western lens. This duality is most prominently displayed in the *Elbise-i Osmaniyye*, an exhibition curated by Osman Hamdi for the Vienna World Exposition in 1873. The exhibition catalogued Ottoman folk costumes in meticulous detail, aligning closely with European musicological practices to assert Ottoman sophistication and cultural diversity (Ersoy, 2003). Simultaneously, by presenting Ottoman attire as artifacts of an exoticized yet civilized empire (Makdisi, 2002), the presentation was framed through a Western ethnographic gaze – reframing tradition not as backward but as a curated cultural legacy. During the exhibition, despite his strong francophone identity, Osman Hamdi Bey included a photograph of himself dressed in oriental garb (Eldem, 2015), blurring the line between object and subject, modernity and tradition through his dressed body.

At this point, Osman Hamdi’s position can be interpreted as an attempt to bridge the cultural divide between the West and the East. The *Elbise-i Osmaniyye* exhibition is not only a self-orientalist gaze directed toward the Ottoman world but also an effort to document the customs, traditions, and clothing of his own multicultural society. As an orientalist and social scientist oscillating between Western modernity and Eastern heritage, he embodies this duality in his personal life, artistic expression, and scientific pursuits. Although traces of self-orientalism can be found in this approach, it can also be considered as an attempt at cultural hybridization, where Western and Ottoman elements coalesce into a distinctive, if ambivalent, narrative.

Another striking example of sartorial symbolism highlighting such hybridization is the *Istanbulin*, an Ottoman adaptation of Western *redingote*. Western-style attire was introduced as a compulsory dress code for civil servants during the Tanzimat period. However, garments like starched shirts and ties caused significant unrest, as they were uncomfortable

⁴ For an alternative interpretation, see Türesay (2013) and Kechriotis (2013): Türesay challenges the characterization of the Ottoman Empire as a colonizer state within the framework of modern colonialism. While acknowledging the Empire’s practices that resemble Orientalist behaviors, he argues these acts were a part of a broader imperial logic rooted in administrative centralization rather than systematic exploitation.

for daily use and posed practical challenges for fulfilling religious obligations such as ablution (*abdest*) and prayer (*namaz*). In response to these tensions, Istanbul tailors invented the *Istanbulin*, a jacket featuring a stand-up straight collar, a single row buttons extending to the waist, and a length reaching the knee (Koçu, 2015). This garment offered a functional compromise between Western aesthetics and Ottoman-Islamic traditions. Over time, the *Istanbulin*, which once symbolized the sartorial identity of the Tanzimat era and was even associated with the sultan, was supplanted by the *redingot*. Yakup Kadri Karaosmanođlu, a prominent post-Tanzimat writer, captures this transformation in his seminal work *The Rented Mansion (Kiralık Konak)*, by comparing the *Istanbulin* era with the subsequent the *redingot* era: “There was two eras in Istanbul: one was the *Istanbulin* era; the other was the *redingot* era. [...] The Ottomans were never as elegant, clean, and polite as they were in the *Istanbulin* era. The greatest work of *Tanzimat-ı Hayriye* is the Istanbul gentlaman in his *Istanbulin*” (Karaosmanođlu, 2005, p. 10)⁵.

Functioning as a semiotic system imbued with cultural, ideological, and moral codes, fashion in Tanzimat literature transcends its material dimension, much like in daily life. Through the theoretical framework of mimicry and hybridization proposed by Bhabha, combined with the lens of self-orientalism, clothing becomes an active participant in shaping narratives of modernity and tradition. Thus, sartorial symbolism encodes deeper anxieties and aspirations. In these novels, dressing up is not merely a daily activity but a performative act that signifies the negotiations of power, the transformation of identity, and the search for cultural authenticity.

Methodological approach: bridging literary analysis, cultural narratives and historical context

This study takes clothing as a semiotic battlefield where myths of modernity, authenticity, and progress are contested and redefined. Following Roland Barthes’ description of fashion as a “system of signs,” where clothing operates on both a denotative level and a connotative level (Barthes, 1990), I position fashion as a performative act that inscribes cultural myths onto the body, articulating narratives of identity, power and transformation – serving as an embodied performance that constructs and challenges subject positions. By employing Barthes’ semiotics, my aim is to analyze sartorial symbolism as a narrative device and a visual grammar (Barthes, 1977). To do so, I examine the recurring themes, character arcs, and symbolic elements within and across narratives to reveal cultural and ideological insights (Herman, 2009; Bal, 2017), focusing on the sartorial distinctions between *alafranga* figures and the Ottoman gentlemen in three Tanzimat novels: *The Car Affair (Araba Sevdası)*, *Mister Felâton and Master Râkım (Felâton Bey ve Râkım Efendi)*, and *Dandy (Şık)*. At a literal level, for example, a Western suit might signify wealth and modernity, and at a deeper, symbolic level it might convey cultural alienation. The Westernized outfit of Felâton and Şâtırzâde is analyzed for its connotations of mimicry

⁵ My translation for: “İstanbul’da iki devir oldu: Biri İstanbulin; diđeri redingot devri... Osmanlılar hiçbir zaman bu İstanbulin devrindeki kadar zarif, temiz ve kibar olmadılar. Tanzimatı Hayriye’nin en büyük eseri, İstanbulinli İstanbul Efendisidir.”

and superficiality, whereas Râkım's hybrid sartorial choices are read as counter-discursive to uncritical Westernization. Positioned as carriers of cultural myths (Barthes, 1972), the sartorial choices of these characters are treated as semiotic signs, illustrating how clothing functions as a narrative device to critique cultural mimicry and celebrate harmonious hybridization as a more sustainable model of modernization.

The study also employs tables visualizing sartorial choices onto character behaviors, narrative arc, and socio-political implications to systematically present the findings. Offering an analysis of how sartorial elements operate as cultural myths and narrative devices, these tables integrate Barthes' semiotic framework with a postcolonial reading.

Employing a semiotic analysis combined with concepts of postcolonial theory, my aim is to bridge literary analysis, cultural narratives, and historical context. This methodology takes an interdisciplinary perspective, underscoring the critical role of sartorial practices in Tanzimat literature and presenting an understanding of how fashion mediates the complex relationships between tradition and modernity, East and West, and mimicry and authenticity/hybridization in the Ottoman context.

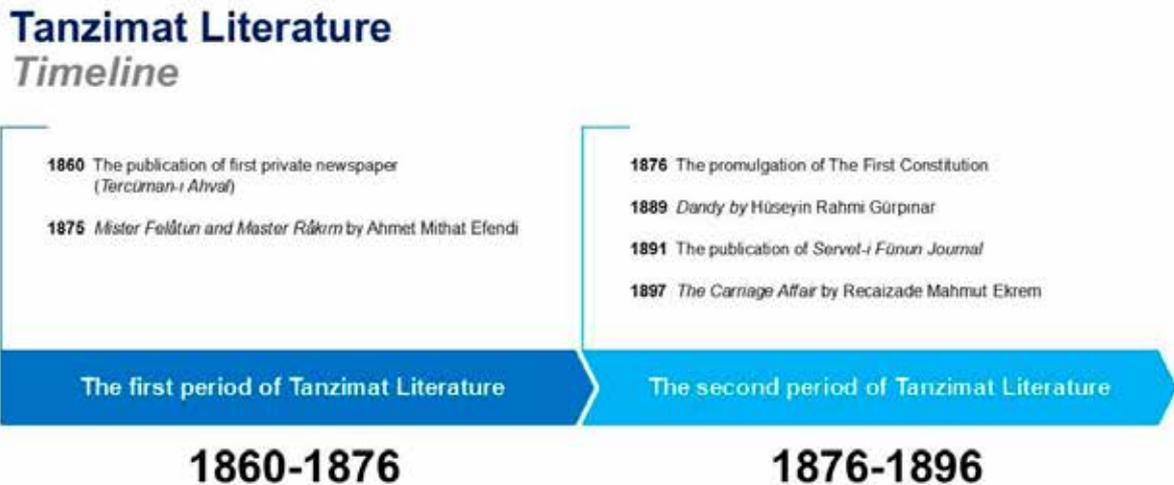
Three novels, shared themes

The Tanzimat era marked a profound cultural shift within the Ottoman Empire, where Western literary forms such as articles, plays, novels, and critical essays began to infiltrate into the Ottoman arts, which had long been under the domination of the *Divan* literature – an elite genre confined to the palace and its exclusive audience. These new genres were already starting to treat more public issues, indicating the change toward an all-embracing and popular direction in public discourse. Tanzimat literature became a significant means for intellectuals and writers to engage with this broad change of the epoch.

The novel became of greater significance: it presented the most effective outlet for expressing Tanzimat reforms, the conflict between tradition and modernity, and the balance sheet between Western impact and Ottoman values. As a narrative genre, the novel offered a platform for intellectuals to confront issues of identity, social justice, change, and reform (Parla, 2014). Therefore, Tanzimat novels are not merely historical artifacts; they are profound explorations of cultural and social identity, uniquely situated at the crossroads of transformation.

Tanzimat literature is divided into two periods (Chart 1). The first period began with the publication of the first private newspaper, *Interpreter of Events (Tercüman-ı Ahval)*, in 1860. New literary genres adopted directly from the West were published in newspapers, often through translations of Western literature. The newspaper itself was regarded as a literary form (Beyaz, 2024, p. 16). This initial period was characterized by a strong emphasis on didacticism and social critique, especially in the novel. The first period concluded with the promulgation of The First Constitution in 1876. Using the novel as a tool to address societal issues, authors in the first period primarily focused on public education. The second period revealed a maturation in narrative techniques and themes, marked by more sophisticated storytelling that employed irony and satire. This phase concluded with the emergence of a new literary approach, *New Literature (Edebiyat-ı Cedide)*, following the publication of *Wealth of Sciences (Servet-i Fünûn)* journal in 1891, which shifted focus toward more individualistic, emotional and artistic pursuits (Andı, 2006, p. 533).

CHART 1 - PERIODS OF TANZIMAT LITERATURE AND PUBLICATION DATES OF ANALYZED NOVELS



SOURCE: Produced by the author.

Mister Felâton and Master Râkım was published in 1875, at the end of the first phase of Tanzimat literature, by Ahmet Mithat Efendi and is broadly accepted as one of the first works of fiction in the Ottoman Empire. It is a contrasting story between two Ottoman male: Mister Felâton, who stands as an epitome of idealized *alafranga* with his taste in European aesthetics and lifestyle, and Master Râkım, who is presented in the category of a classically educated Ottoman gentleman in value and depth of education and moral integrity. Mustafa Meraki Efendi, a rich man who lives ostentatiously with a European lifestyle, educates his children, Felâton (son) and Mihriban (daughter), to be concerned with the looks of things more than anything. The consequence is a pair of dandies with a shallow worldview. Felâton hardly ever goes to work and depends on his father's allowance. On the other hand, Râkım, orphaned as a child, is brought up by his nurse, who makes him a responsible and hard-working person. His command of French affords him some translation works, which results in his financial gain. He lives modestly and opts not to marry, focusing on his career. The life of Râkım crosses that of the British Ziklas family, which widens his network further with his ability to speak different languages. Râkım's family increased with the acquisition of a Circassian enslaved woman named Canan; his life was bloomed in happiness and abundance. Meanwhile, profligacy brought about the destruction of Felâton; at last, he was compelled to work in Algeria for the government as his last resort. The contrasting fortunes of Râkım and Felâton point to the recurrent themes that run through the novel – personal responsibility, substance over mere appearance, and consequences of choices made in life.

Recaizade Mahmut Ekrem's *The Carriage Affair* (*Araba Sevdası* in Turkish), written at the end of the second phase of Tanzimat literature in 1896 and published in 1897, takes up the superficial embracing of Western culture on the part of Tanzimat society through its protagonist, Mister Bihruz. Bihruz, living in Istanbul, epitomizes the fashionable Europeanized Ottoman gentleman: he is fully subsidized by his mother and fascinated with the external trappings of wealth. The story unfolds on one beautiful spring day when Bihruz, traveling in his luxurious yellow carriage, finds Miss Periveş getting down from an equally chic carriage inside the Garden of Çamlıca. The symbols that draw attention are not Miss Periveş

herself but those of luxury surrounding her: carriage, chic environment, amorousness, and French romantic poetry. Bihruz, of course, continues to pursue Periveş with a series of comic but also illuminating misadventures: he writes her a love poem and letter in French, only to realize that he has gotten the main word wrong, and his effort to flatter is one of those language mistakes that flay him. This episode expresses his shallow regard for the culture, which he holds in very high esteem. Infatuated more and more, he is finally broken down by the false news of the death of Periveş herself, becoming insensate from his grief for a woman he barely knew. This makes Bihruz realize that his passions were aimed more at the emblems of affluence and status than Periveş herself. However, the novel points out the vices of an *alafranga* mentality of life in which pretense and appearance are brought on a higher level than authenticity and self-expression. *The Carriage Affair* extrapolates from Bihruz's circumstances to comment on the general social implications of shallow Westernization.

Şik—translated with the shift in the meaning as *Dandy*—by Hüseyin Rahmi Gürpınar, written in 1888 and published in 1889 during the second phase of Tanzimat literature, tells the story of Mister Şâtırzâde Şöhret, a young man caught by the allure of Western beauty and life. At twenty-five or twenty-six of age, Şâtırzâde, despite his small income, leads a profound life with style, fashion, and European customs. His desire to relive those days, replete with opulence, in the arms of the notorious Beyoğlu courtesan, Madam Potiş, pushes him to steal and sell his mother's diamond earring and use that money to arrange a sumptuous evening in which he can live it up as in the old days. However, Şâtırzâde's attempts at cultivation are accompanied by a series of disasters that ultimately reveal how superficial and fragile his aspirations are. With Madam Potiş and a street dog, which Şâtırzâde initially thinks is an exotic breed from Anatolia, he now can parade himself down Pangaltı Street with confidence. The trio's evening promptly spirals into mayhem when the dog, Drol, sets off the local dogs into a commotion and later spoils a restaurant kitchen by creating a ruckus among other patrons and staff. From here, the situation turns for the worse when Madam Potiş is whisked away forcefully by a character from her disturbed past, and Şâtırzâde, after being beaten and bled white in compensating for the broken-down payment that he promised for the damages caused by the dog, is reduced to a pauper and shambles. His presence in Madam Potiş's house adds to his woes as he finds her missing and gets subjected to more disgrace by the landlady. Destitute and desperate, Şâtırzâde takes shelter for the night in a store in Taksim, where a chance meeting with an acquaintance resulting in an invitation to another calamitous social occasion. His final and disastrous attempt at social redemption in the Tepebaşı Gardens—to pose as Madam Potiş and her dancing tutor—ends when the dog, Drol, dies, and police involvement follows. Misinterpreting nature, Şâtırzâde confesses that he is a thief and ends up in prison ultimately.

It is these stories that serve as poignant criticisms of the Tanzimat period's fascination with the West. These are very different novels with dissimilar stories, yet all at one center: The characters in the novels all walk around a city with which they are familiar, but also in the process of transformation. This is reflected in the interactions and the movement of the characters over several different parts of Istanbul, which serves to reflect their personal and society standings. Regarding the choices this cast of characters makes in fashion and sartorial habits, it is perhaps a visualization of their inner turmoils and conflicting aspirations: European styles adopted by some and the traditional attire maintained by others

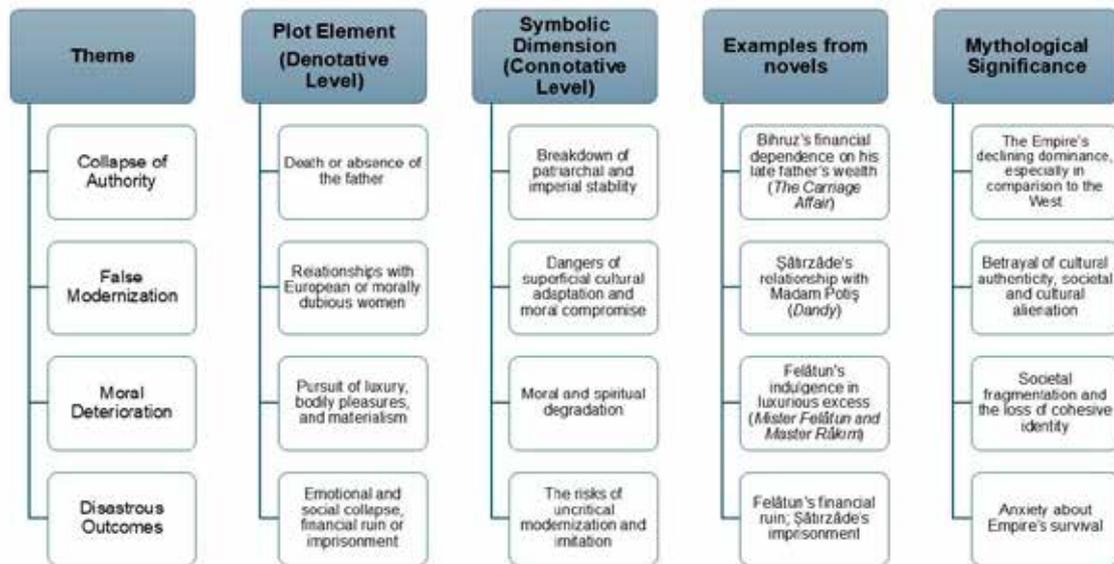
(Özer, 2009). Here, fashion does not only denote personal adornment but also identity and social status. It then becomes a lens through which the characters see and are seen by others, establishing their own and others' social standing about a world in flux. Elaborate descriptions of dress and public appearance in these stories reveal new social codes and status anxieties that went hand in glove with a society coming to terms with modernity.

Moreover, these novels are also an initial response to false Westernization (Tüzel, 2022). People, characters that are written as *alafranga* in these stories, become people who have lost their fundamental values and are unable to understand European philosophical, social, and cultural values. All these Western characteristics are superficially imbibed by them, most preferably in clothing, which eventually end them to their doom or unhappy ending, that is, an ending of the loss of fortune, humiliation, loss of pride, or jail.

As Jale Parla (2014, p. 20) notes, the epistemology of Tanzimat literature is shaped by an Ottoman-Islamic worldview, which contrasts with European empiricism and positivism. This framework imbues the narratives with a sense of “stable and unchangeable reality,” not as direct reflections of historical events, but as constructs rooted in the authors' interpretations of society. The storylines, though romanticized, weave together observed elements of Ottoman life, resonating with the educational and moralistic goals of the period. In works of Tanzimat literature, characters are crafted not merely based on behaviorist principles but are rather molded in accordance with ideal cultural archetypes and parabolic models (Parla, 2014, p. 21). Their life stories are constructed in a way that critiques deeper cultural and societal issues: the death of a father, a recurring theme where protagonists are often financially dependent on their mothers or a heritage, signifies a collapse of traditional authority within the Empire. Relationships with European women or morally dubious figures, such as Madam Potiş in *Dandy* or the imagined “Europeanized” Periveş in *The Carriage Affair*, represent flawed attempts at modernization. The pursuit of luxury, bodily pleasures, and materialism which is forbidden by Islam, underlines moral deterioration. Finally, the narratives often culminate in financial disaster or imprisonment, serving as a stark warning of the disastrous outcomes of superficially adopting Western ways, which metaphorically could allude to the potential downfall of the Empire itself.

Drawing from Barthes semiotic framework, this narrative structure, grounded in narrative archetypes, can be effectively analyzed to reveal how seemingly simple plot elements function as carriers of broader ideological tensions. At the denotative level, the plotlines present linear stories; however, at the connotative level, these events symbolize broader struggles and outcomes, such as the weakening of authority, flawed and risky attempts at modernization, preoccupation with materialism and sensual indulgence, and moral erosion. The authors of the period transform their writings into cultural myths by using metaphorical and symbolic devices. By linking individual characters and events to collective fears about authority, modernization, and moral erosion, Chart 2 illustrates how specific narrative elements in Tanzimat literature transcend their immediate plotlines to reflect anxieties of the time.

CHART 2 - SEMIOTIC AND SYMBOLIC ANALYSIS DIMENSIONS IN OF TANZIMAT LITERATURE



SOURCE: Produced by the author.

This semiotic framework demonstrates how personal struggles, such as moral decline or the superficial mimicking of European appearances, are metaphorically linked to the Empire's collective challenges. Thus, these stories reflect individual failures but also serve as cultural myths, projecting the broader social dilemmas of identity formation during the era. In this context, fashion emerges as a compelling metaphor – a sartorial battlefield where external appearances and internal values collide, and the anxieties of cultural negotiation become visibly encoded. On the one hand, Ottoman society embraced European fashions with enthusiasm; on the other hand, fashion represented the antithesis of what Islamic values, often associated with sensuality, luxury, and materialism. Tanzimat authors, therefore, positioned fashion as a paradoxical agent: as a visible marker of modernization that at the same time threatens the moral and cultural fabric of the Empire.

Positioned as a driving force behind the erosion of traditional values, fashion embodies an uneasy hybrid: it presents Ottoman subjects as both aspiring modern Europeans and alienated Easterners. This ambivalence frames fashion as a semiotic site where the contradictions of modernity (*alafranga*) and tradition (*alaturka*) converge. Since many Tanzimat writers illustrated fashion as an antagonist to the survival of the Empire, they also revealed its role as a symbol of cultural transition in shaping the individual and societal identities.

Sartorial Symbolism in Tanzimat Literature

In a broad sense, sartorial symbolism can be considered as the transformation of clothes into narratives loaded with cultural, ideological and personal meanings. In his study, I read sartorial symbolism as a semiotic system in Tanzimat literature, especially in the context of the novels analyzed, taking it as a signifier of identity, power and transformation. In this context, clothing in Tanzimat literature takes place as a visible expression of internal conflicts, social anxieties, and cultural dilemmas as well. Therefore, sartorial symbolism should be evaluated as a space of cultural negotiation. The concept of hybridization finds resonance in the sartorial elements depicted in these novels. Clothing becomes a site where the complexities of Ottoman modernization are negotiated—serving as both a tool of mimicry and a vehicle for expressing resistance to cultural hegemony. The recurring trope of the *alafranga* exemplifies the dangers of superficial Westernization, critiqued as both a personal failing and a broader societal challenge. From Bihruz’s flashy European outfits to Râkım’s Ottoman attire, clothing presents a social negotiation of identity. Following the semiotic framework, these sartorial elements, at the denotative level, reflect character’s societal roles and personal aspirations; and at the connotative level, they symbolize larger themes, such as mimicry, hybridity, and resistance.

Beyond the symbolism of sartorial choices of individual characters, the contrast between the *alafranga* and the Ottoman gentleman emerges as a recurring theme. These archetypes serve as narrative devices, employed by the authors to represent ideological tensions of an era where modernization and tradition intersected and clashed. Additionally, authors used these contrasts to enhance the instructive side of their narratives.

Revealing these archetypes’ function as cultural myths and symbolic narrative devices, Chart 3 provides an analysis of sartorial symbolism by contrasting the *alafranga* and the Ottoman gentleman (*alaturka*) to illustrate how contemporary themes such as mimicry and hybridity can be interpreted through Tanzimat novels from a fashion studies perspective.

CHART 3 - FASHION AS A CULTURAL DIVIDE: THE *ALAFRANGA* VS. THE OTTOMAN GENTLEMAN IN THE ANALYZED NOVELS

	Alafranga		Ottoman Gentleman	
Attire Description	Bihruz	Tailor-made topcoat, silver headed-walking stick, enamel watch attached to gold silk ribbon, satin vest	Râkım	Traditional Ottoman attire (probably shalwar, mintan, caftan, fez, vest)
	Felâtun	A fast changing wardrobe according to fashion plates circulating in Istanbul		
	Şâtırzâde	Cheap suits, bonjur, a violet on his collar, gloves, walking stick, monocle, corset, powder		
Sartorial Symbolism	Bihruz and Felâtun	Superficial mimicry	Râkım	Balanced modernization
	Şâtırzâde	Excessive mimicry		
Function as a Cultural Myth	Bihruz	Fragility of identity	Râkım	Harmonious hybridity
	Felâtun	Moral and financial collapse		
	Şâtırzâde	Self-destruction		
Behavioral Expression	Exaggerated, and attention-seeking		Composed demeanor; embodying self-assurance	
Moral Foundation	Morally eroded, driven by materialism and vanity		Ethically grounded, emphasizing integrity and self-awareness	
Social Interaction	Disconnected, driven by self-aggrandizement		Engaged, built on reciprocity	
Cultural Identity Formation	Rootless imitator; disconnected from both Ottoman tradition and Eurocentric ideals		Deeply rooted in Ottoman heritage while harmoniously engaging with modernity, grounded identity	
Symbolic Narrative Function	Embodiment of superficial and excessive mimicry		Representation of harmonious hybridity	

SOURCE: Produced by the author.

The alafraŒa as superficial and excessive forms of mimicry

The *alafraŒa* figure, as portrayed Bihruz, Felâton, and Şâtirzâde in the novels analyzed, is an incomplete figure who exists solely for appearance -a superficial screen lacking any depth beyond outward expression, reflected in everything from sartorial choices to social interactions and moral foundations. In *The Car Affair*, Bihruz shows an obsession with Western attire: his tailored suits purchased from well-known tailors in Istanbul, and his iconic yellow carriage -giving the novel its name- symbolizes his desire to be seen and be admired. For the *alafraŒa*, everything revolves around appearance. At the beginning of the novel, the author describes Bihruz as follows: “Wherever Bihruz went, wherever he was, his only goal was to be seen and only to be seen.” (p. 16)⁶. Through the critical tone of the novel, his obsession with carriage and fascination with Western lifestyles becomes an allegory of superficial Westernization. He emerges as a superficial figure, totally alienated from his culture and shaping his identity through foreign appearances and aspirations without being able to grasp their essence.

Similarly, in *Mister Felâton and Master Râkım*, the author criticizes the superficial Westernization through the sartorial choices of Felâton. Although the author does not directly list Felâton’s clothing items, he emphasizes his extravagance and passion for European fashions as follows:

If you ask about Mister Felâton’s clothing, I cannot fully describe it to you. Let me just say this: you know those cardboard illustrations displayed in dress shops and tailor stores in Beyođlu to showcase the latest fashions? Well, Mister Felâton owns several hundred of them. He would take one of these illustrations in hand, stand in front of a full-length mirror, and work until he perfectly resembled the picture. As a result, no one could see him in the same outfit for two consecutive days, making it impossible to say, “This is Mister Felâton’s style” (p. 13)⁷.

Likewise, his obsession with to be seen, the *alafraŒa*’s behavioral expressions, such as exaggerated gestures and performative behaviors, turn into a spectacle devoid of substance. Borrowing from Goffman’s concept of impression management (1956), this style of presentation becomes a hollow performance which can be identified as an ill-fitting, borrowed staging rather than a coherent expression of self. These performances can be seen as scripts that fail to align with the actor’s inner convictions, and result in a fragmented and unconvincing portrayal of self. The *alafraŒa* embodies a sort of borrowed gesture, a performative expression that is adopted from an external source without internalization or adoption to one’s authentic context.

⁶ My translation for: “Bihruz Bey her nereye gitse, her nerede bulunsa, amacı görünmekle birlikte görmek deđil; yalnızca görünmekti.”

⁷ My translation for: “Felâton Bey’in kıyafetini sorarsanız, size anlatmaya gücüm yetmez. Şu kadar diyelim ki, hani Beyođlu’nda elbiseci ve terzi dükkânlarında modaları göstermek için mukavvalar üzerinde birçok resimler vardır ya! İşte bunlardan birkaç yüz tanesi Felâton Bey’de de vardır. Elinde resim, boy aynasının karşısına geçer ve kendisini resme tam benzetinceye kadar çalışırdı. Onun için kendisini iki gün aynı kıyafetle gören olmazdı ki ‘Felâton Bey’in kıyafeti şudur’ demek mümkün olsun.”

This lack of depthless echoes through the social interactions of the *alafranga*. In these novels, the *alafranga's* engagement with Europeans is often characterized by envy and a profound sense of inadequacy. His envy and inferiority complex make the *alafranga* an easy target for mockery and humiliation. Driven by a desperate need for external validation, he fails to recognize the sincerity in those he seeks to impress. This dynamic is illustrated in *Dandy*, where Şâtırzâde becomes entangled in the schemes of Europeans like Madam Potiş and her ex-lover, Hristo. Exploiting Şâtırzâde's naive aspirations, Madam Potiş introduces Hristo as a renowned Parisian dance instructor and persuades Şâtırzâde to learn so-called "grasshopper dance", purportedly the last craze in Paris. Eager to present himself as a sophisticated gentleman, Şâtırzâde unquestioningly performs the absurd dance movement by following Hristo's instruction. His repeated falls during the dance literally and figuratively symbolizes his incapability to endure the façade he has constructed. Similarly, in *Mister Felâton and Master Râkım*, the French theater actress Polini manipulates Felâton by enticing him into gambling away his fortune. Marked by cultural dissonance, these portrayals of European women as conniving figures emphasize the vulnerability of the *alafranga* in navigating social interactions. The *alafranga*, in these novels, is portrayed in disconnected, self-aggrandizing social interactions which function as a compensatory mechanism, rooted in a desperate need for external validation, borrowed gestures aimed at impressing others. Reinforcing a cycle of isolation and delusion, these interactions act as mirrors for the individual's imagined self. As the projected image fails to align with a grounded sense of self, the desire for recognition leaves individuals vulnerable to ridicule and exploitation.

Moral foundation is another key aspect to understanding the myth constructed through these novels about the loss of cohesive identity. This aspect is directly related to sartorial symbolism, through ostentation, consumerism, and materialism. In *Dandy*, Gürpınar (2012, p. 27) states, "Excessive elegance in dress sometimes means the outward signs of the evils that are involved in the creation of human beings,"⁸ suggesting that an overemphasis on sartorial display may reflect deeper moral shortcomings. The *alafranga* exemplifies "conspicuous consumption" which Veblen described as "the consumption valuable goods is a means of reputability to the gentleman of leisure" (Veblen, 2007, p. 53). The *alafranga* is a prodigal figure, spending his inheritance for the sake of showing off. In *The Car Affair*, the author describes the depletion of Bihruz Bey's inheritance, and he adds: "Yet, despite all this, Bihruz continued to plunge headlong into his world of entertainment, rushing about with his carriage, his servants, and all his pomp and show" (Ekrem, 2010, p17)⁹. Thus, the acts of *alafranga* emerge as a flawless example of conspicuous consumption: his relationship with his work is not rooted in productivity or responsibility; instead, he spends most of his time to performative displays of status. His primary objective is simply "to be seen". From flamboyant clothing styles to performative social interactions, his obsession with appearances permeates every aspect of his life.

⁸ My translation for: "Kıyafette görülen aşırı şıklık bazen insanın yaradılışına karışan kötülüklerin dış belirtileri demektir."

⁹ My translation for: "Hal böyleyken Bihruz Bey dalmış olduğu eğlence alemine arabasıyla, hizmetçileriyle, tantanasıyla koşturmaya devam ediyordu".

The *alafranga*'s fixation on sartorial display and performative social interactions reflects mimicry what Hobi Bhabha describes as colonial mimicry, or an ambivalent imitation (Bhabha, 2004, p. 122) – almost same as the European, but not quite. Based on the analysis, this kind of mimicry can be identified as superficial mimicry, which refers to the adoption of appearances, manners, and external markers of a foreign culture during a cultural shift, without any epistemological, philosophical, or cultural depth. Exemplified by Bihruz, superficial mimicry may lead to social and emotional collapse, ultimately shattering one's identity. On the final page of *The Car Affair*, Bihruz discovers that Periveş, the woman he idealized and admired, is not a wealthy socialite but merely a maid. This revelation exposes the fact that Bihruz's all world is just a façade, everything he has built his identity upon is disconnected from reality, a “virtual” presence (Bhabha, 2004, p. 123). The author describes this moment as an existential crisis in which Bihruz loses his grip on reality:

Lost within this peculiar feeling, he could no longer find any sweet or bitter pleasure in his life. He was unable to recognize his own existence. Unable to think of where he was, what he was doing, or what he was about to do, he moved his body aimlessly. (Ekrem, 2013, p. 216)¹⁰

In *Dandy*, superficial mimicry reaches an extreme. The protagonist, Şâturzâde, is depicted through his extravagant, gaudy and mismatched sartorial choices. His attire includes cheap suits crafted by untalented tailors, gloves, cane and monocle, as well as more unusual elements such as corset and powder. Particularly, the use of powder is symbolically expressed in the narrative. During the Tanzimat period, the use of powder by men was often condemned as a sign of moral erosion. The author highlights this detail in the novel as: “If a man surpasses women in the use of female ornaments such as powder, blush, redness, etc., his morals may be questioned” (Gürpınar, 2012, p. 27)¹¹. Correspondingly, Şâturzâde is portrayed as a particularly bad-tempered and ugly character. Despite his dark complexion, coarse features, broad forehead, crow-like nose, lanky frame, and gaunt appearance, he seems himself as remarkably handsome, even going so far to consider himself as an “object of fine arts” (Gürpınar, 2012, p. 27). Beyond his delusions of elegance, he is also a conniving, thieving, and foolish individual. Combining Şâturzâde's physical attributes and ill-tempered personality with his sartorial choices creates a bizarre, absurd, and grotesquely comedic figure which is delusional and completely alienated from himself and his environment.

This grotesque portrayal shows his superficiality and exaggerates the flaws in his mimicry of Western aesthetics. More than that, it advances superficial mimicry to the level that can be identified as excessive mimicry. Based on the analysis, excessive mimicry can be defined as an exaggerated form of cultural imitation in which the external aspects of another culture—such as fashion, behavior, or aesthetics—are adopted to an extreme degree, often

¹⁰My translation for: “Bu garip duygu içinde hayatından acı tatlı hiçbir zevk alamaz oldu. Varlığını bilemiyordu. Nerede bulunduđunu, ne yaptığını, ne yapacağını düşünemeyerek vücudunu hareket ettiriyordu.”

¹¹My translation for: “Bir erkek, pudra, allık, kırmızılık gibi kadınlara özgü olan süs eşyalarını kullanmakta kadınları geçerse onun ahlakından kuşulanılabilir”.

to the point of absurdity or grotesqueness. It turns mimetic action into a delusion, a schizoid state that disconnects the individual from both their authentic self and cultural reality, leaving them trapped in a performative yet incoherent identity. This kind of mimicry leads to humiliation and self-destruction, exemplified by Şâtîrzâde's imprisonment. Ultimately, Şâtîrzâde, neither fully Western nor authentically Ottoman, becomes a grotesque caricature of Westernization.

The archetype of the *alafranga*, as a rootless imitator, disconnected from both Ottoman tradition and Eurocentric ideals, embodies a fragmented identity trapped in a cultural limbo. Relying on superficial sources such as gossip, indulgence, and fashion magazines, he consumes European culture with great appetite. Fascinated by the novelty, the *alafranga* seizes everything he perceives as new to consume it and then pursues the next superficial fascination. This results in a lack of internal coherence. His consumption leaves behind residue, an excess that fails to integrate into a coherent sense of self. He attempts to learn French, which is emblematic of the culture he admires, but he fails. He often establishes relationships with foreign women who exploit him and is eventually humiliated, betrayed, or even imprisoned. He never achieves a sense of belonging; however, he transforms into a caricature of the culture he admires. While he disdains his own culture, he cannot escape. In *Mister Felâtun and Master Râkım*, for instance, a scene depicts Felâtun's trendy skinny pants tearing during a European dance. His traditional underwear is exposed, leaving him deeply embarrassed.

Trapped in this relentless cycle, the *alafranga* is condemned to alienation. Belonging nowhere, he is left in an identity void. This loneliness, even though he may not recognize it, fragments his sense of self by leaving him in a state of disorientation and loss - a state that leaves him at the heart of the clash between a disparaged and abandoned tradition and ever-elusive progress that remains perpetually ahead of him. Like Walter Benjamin's notion of the time of the now (Benjamin, 2003), as a self among the fragments of a tradition trying to be left behind and the unyielding pull of a future, he exists in a liminal space where identity is deferred.

The Ottoman gentleman as harmonious hybridization, or third space

Ahmet Mithat Efendi constructs an opposing figure to the *alafranga*, Felâtun, in his novel, *Mister Felâtun and Master Râkım*, by introducing the Ottoman gentleman, Râkım, who keeps faith with his traditional values while embracing the advances brought by modernization. The author does not provide an in-depth description of Râkım's clothing items; however, he is portrayed as a typical Ottoman gentleman and celebrated for his frugality, sense of responsibility, and intellectualness. Interestingly, in the numerous editions of the book published over years, Felâtun and Râkım are characterized by sartorial symbols on their covers. For instance, Felâtun is often illustrated wearing a hat, while Râkım is shown with a fez. Beyond his wardrobe, Râkım is fluent in foreign languages and possesses an intellectual understanding of Western culture. Thus, through his trusting relationship with the British Ziklas family, he sets the stage for harmonious hybridity, a space for cultural negotiation, where identities coexist in a dynamic interplay.

The behavioral expression of the Ottoman gentleman stands in stark contrast to the exaggerated gestures of the *alafiranga*. Defined by authenticity, his actions reflect internal stability and a deep connection to cultural heritage. This coherence between values and behaviors offers a sense of integrity that goes beyond superficiality. Reflecting quite self-possession, Râkım's actions are deliberate yet natural. Whether engaging with his Circassian enslaved woman, Canan, or European friends, Râkım demonstrates a respect for both tradition and modernity. He earns administration through genuine reciprocity rather than ostentation. The Ottoman gentleman's gestures show a measured, situational performance that reflects internal coherence, a sign of being true to one's self and cultural identity. His behavioral expressions represent an embodied authenticity -lived through behaviors, relationships, and decisions- that achieves an unwavering alignment between inner convictions and external conduct.

Likewise, the Ottoman gentleman's social interactions exemplify an ethos of mutual respect and understanding. He is portrayed as an individual deeply connected to his surroundings. His social interactions are based on moral duty, humility, and generosity. Forging meaningful bonds through actions that reflect his inner virtues, the archetype of the Ottoman gentleman stands as an anchor of social harmony. His family relationships are marked by selflessness and prioritization of others over himself. Despite growing up as a poor orphan, Râkım uses the first earnings from his translation work to buy beautiful clothes for his nurse. He also brings home the enslaved woman Canan to assist her with household tasks. His actions signify a profound moral compass rooted in gratitude for those who nurtured him. Reflecting a selfless worldview that prioritizes collective well-being, Râkım's gestures transform familial and social obligations into opportunities to give. The Ottoman gentleman is portrayed in engaged social interactions built on reciprocity, rooted in mutual respect and understanding, and characterized by an openness that invites trust. Rather than mirroring an imagined, delusional self for external validation, these interactions encourage the embodiment of one's values through the cultivation of meaningful and transformative relationships.

The hybridity exemplified by Râkım resonates with the concept of "third space", described by Bhabha (2004, p. 55) as "an in-between space of cultural encounter" in which "the binary of the self and the other, the colonizer and the colonized, or the East and the West" is deconstructed (Bhandari, 2022, p. 171). The construction of a hybrid identity occurs through cultural negotiation, where past (tradition) and present (modern) interact to produce a dynamic cultural identity. Third space is a space where cultural meaning emerges in the liminal zone between traditions. Râkım is portrayed as a traditional Ottoman gentleman with numerous foreign friends living in Istanbul who respect and trust him. One of the important building blocks that constructs the "third space" is trust. Unlike his *alafiranga* counterparts, Râkım strives to gain the trust of Europeans rather than seeking their approval. Thus, trust becomes a vital element of mutual understanding. In one scene of the novel, Râkım has a sensual experience with the French piano teacher Yozefino. Yozefino then explains her trust in Râkım as follows: "My confiding in you and showing you affection in this way is due to the fact that you are a truly lovable man and that you are known by all as a moral, honorable and honest person. You also understand the importance of protecting my reputation among families, and I trust you will keep this matter discreet for as long as

necessary” (Ahmet Mithat Efendi, 2010, p. 57)¹². In their relationship, trust serves a critical foundation that transcends mimicry. And also, Rakım’s trust-building opposes the colonial narrative that often illustrates the Orient as morally and culturally inferior (Said, 1978). Validating Râkım’s identity without reducing it to an exotic caricature, Yozefino’s recognition of Râkım’s virtue subverts this stereotype, establishing trust as a cornerstone for meaningful cross-cultural engagement. Unlike Felâtun, who is a merely superficial imitator of Western lifestyle, Râkım, with his intellectual adaptability, understands Eurocentric ideals and integrates them deeply into his life. Thus, he represents a culturally grounded identity, open to negotiation as an equal rather than uncritically admiring one culture, blending elements of both the East and the West.

The Ottoman gentleman is not portrayed as resistant to change. On the contrary, he emerges as an intellectual figure, eager to understand and engage with different cultures, however, when interacting with these cultures, he does so on the foundation of his own values. His identity is rooted in traditions and customs, yet he possesses the intellectual depth to recognize that these can evolve over time – a transformation he views as both inevitable and poignant. In contrast to the *alafranga*, he faces the pressure of the present, namely modernization, by building his vision of the future upon the fabric of tradition. Râkım’s synthesis reflects Walter Benjamin’s concept of the constellation, which involves assembling fragmented cultural elements into a cohesive and meaningful whole (Benjamin, 2007). This act of reassembly does not deny the fractures of history; instead, it acknowledges and incorporates them as essential components of a dynamic and evolving identity, as Bhabha (2004, p. 55) states for the third space “which ensure that the meaning and symbols of culture have no primordial unity or fixity; that even the same signs can be appropriated, translated, historicized and read anew”. The Ottoman gentleman embodies integration which is a dynamic process of synthesizing cultural elements from diverse sources into a coherent identity that evolves in the continuity of tradition by embracing renewal.

Conclusion

By taking fashion as a site for cultural negotiation, this study has positioned Tanzimat literature as a space where modernity and tradition are both staged and critiqued. Transforming into a performative act that encodes identity, power, and transformation, clothing in the Tanzimat period transcends its materiality and becomes a metaphor for the new Ottoman body. This body lies at the center of the debates of the time – how to modernize without losing traditional values -a question that continues to resonate in today’s globalized world. As cultural myths, the *alafranga* and the Ottoman gentleman archetypes symbolize the anxieties surrounding this clash. These figures personify the ambivalence of cultural mimicry. The *alafranga* archetype exemplifies superficial and excessive mimicry, criticized by Tanzimat authors for moral erosion, identity fragmentation, and leading to emotional,

¹² My translation for: “Sana bu şekilde sırdaş olup sevgi göstermem, hem hakikaten sevinecek bir adam olduğundan, hem de her tarafça ahlaklı, namuslu ve dürüst biri olarak bilinmenden kaynaklanmıştır. Benim de aileler arasında bu yoldaki tanınmışlığımın korunması gerektiğini de bilirsin, artık bu sırrı ne kadar saklamak gerektiğini anlamalı.”

financial, and social collapse. In contrast, the Ottoman gentleman offers a model of balanced modernization, or harmonious hybridization, deeply rooted in heritage while engaging with the advances of the modern era. This archetype emphasizes integrity and self-awareness, evolving within the continuity of tradition by incorporating renewal without losing its cultural foundation.

The concepts developed during the analysis -superficial mimicry, excessive mimicry, and harmonious hybridization, offer a lens for postcolonial studies. Although specific to the Ottoman Empire's unique position as both colonizing power and a self-orientalized subject, the scope of the concepts can be expanded to contemporary cultural negotiations through comparative analysis. In this context, fashion, through general appearance and behavioral expressions, functions as a sartorial battlefield, where the semiotics of the past (tradition) and the new (modernity) collide. As revealed by the *alafanga* type's mimetic actions, sartorial symbolism extends beyond personal choices to mirror the collective anxieties about survival, cultural hegemony, and authenticity. Here, fashion serves as a contested space that encodes aspirations for progress and also fears of cultural decline. The dressed body, as portrayed in the analyzed works, becomes both a stage for identity performance and a canvas where the anxieties and aspirations of a society in flux are visibly inscribed. By integrating semiotics and postcolonial studies, this analysis highlights the potential of sartorial symbolism to bridge literary studies, postcolonial theories and fashion studies.

Future research could build upon these findings by exploring the intersections of sartorial symbolism with other postcolonial constructs, such as cultural hegemony, epistemic violence, or subalternity, across various historical and cultural contexts through comparative studies.

References

AKKAYA, Sacide N. Türk romanında self-oryantalizm. **PhD Thesis**, Istanbul University: Institute of Social Science, 2020.

ANDI, Kübra. Servet-i Fünûn mecmuası. **Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi**, v. 4, n. 7, pp. 533-544, 2006. Available at: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/654866> Last visited: 3 jan. 2025.

ARSLAN, Bahtiyar. Characteristics of the Tanzimat novel and two actors of cultural ambivalence: Felâtun Bey and Bihruz Bey. **Journal of Turkish Language and Literature**, n. 58, v. 2, pp. 229-245, 2018. Available at: <https://doi.org/10.26650/TUDED494448>. Last visited: 4 jan. 2025.

AYSAL, Necdet. Tanzimat'tan Cumhuriyet'egiyimvekuşamdaçağdaşlaşmahareketleri. **Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi**, v. 10, n. 22, pp. 3-32, 2011. Available at: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ctad/issue/25243/266919>. Last visited: 4 jan. 2025.

BAL, Mieke. **Narratology**. Toronto: University of Toronto Press, 2017[1985].

BARTHES, Roland. **Mythologies**. Translated by Annette Lavers. New York: The Noonday Press, 1972.

BARTHES, Roland. **Image, music, text**. Translated by Stephen Heath. London: Fontana Press, 1977.

BARTHES, Roland. **The fashion system**. Translated by Matthew Ward and Richard Howard. Berkeley: University of California Press, 1990.

BEYAZ, Yasin. Yeni Türk Edebiyatı ne kadar yeni? XIX. asır sonrasına dair yeni yaklaşımlar. **Dil ve Edebiyat Araştırmaları**, v. 29, pp. 14-16, 2024. Available at: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3534315>. Last visited: 4 jan. 2025.

BENJAMIN, Walter. On the concept of history. In: ELIAND Howard, and JENNINGS, Michael W. (Eds.). **Selected Writings: Volume 4, 1938–1940**. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, 2003. pp. 389–400.

BENJAMIN, Walter. *Illuminations*. Translated by Harry Zohn. New York: Schocken Books, 2007[1968].

BHABA, Homi K. **The location of culture**. London: Routledge, 2004[1994].

BHANDARI, Nagendra B. Homi K. Bhabha's third space theory and cultural identity today: A critical review. **Prithvi Academic Journal**, v. 5, pp. 171-181, 2022. Available at: <https://doi.org/10.3126/paj.v5i1.45049>. Last visited: 10 sep. 2024.

BUTLER, Judith. **Gender trouble: Feminism and the subversion of identity**. New York: Routledge, 1990.

CRAIK, Jennifer. **The face of fashion: cultural studies in fashion**. London: Routledge, 1993.

CRAIK, Jennifer. **Fashion: The key concepts**. Oxford: Berg, 2009.

ÇİFTÇİ, Yusuf. Modernisation in the Tanzimat Period and the Ottoman Empire: An analysis of the Tanzimat Edict within the scope of the modern state. **Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**, v. 2, n. 2, pp. 14-24, 2019. Available at: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/914134>. Last visited: 2 jan. 2025.

DAVIS, Fred. **Fashion, culture, and identity**. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

DERİNGİL, Selim. "They live in a state of nomadism and savagery": The late Ottoman Empire and the post-colonial debate. **Society for Comparative Study of Society and History**, v. 45, pp. 311-342, 2003. Available at: <https://www.jstor.org/stable/3879318>. Last visited: 4 jan. 2025.

EKREM, Rezaizade M. **Araba sevdası**. İstanbul: Türk Edebiyat Vakfı, 2010[1897].

ECHTNER, Charlotte M., and PRASAD, Pushkala. The context of third world tourism marketing. **Annals of Tourism Research**, n. 30, v. 3, pp. 660-682. Available at: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00045-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00045-8). Last visited: 10 jan. 2025.

ELDEM, Edhem. The Ottoman Empire and orientalism: An awkward relationship. In: POUILLON, François and VATIN, Jean-Claude (Eds.). **After orientalism: Critical perspectives on Western agency and Eastern re-appropriations**. Leiden: Brill, 2015. pp. 89-102.

EXERTZOGLOU, Haris. The cultural uses of consumption: Negotiating class, gender, and nation in the Ottoman urban centers during the 19th century. **International Journal of Middle East Studies**, v. 35, n. 1, pp. 77-101, 2003. Available at: <https://www.jstor.org/stable/3879928>. Last visited: 10 jan. 2025.

GOFFMAN, Erving. **The presentation of self in everyday life**. Edinburgh: University of Edinburgh, 1956.

GOLDEN, Sean. **Orientalism in East Aisa: A theoretical model**. Barcelona: Inter Asia Papers, 2009.

GÜNER, Selda. Oryantalizmin ortaçağ Avrupasındaki düşünsel kökenleri: Batı'nın ötekileştirdiđi müslüman Dođu. **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, v. 25, n. 1, pp. 57-73. Available at: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/huefd/issue/41206/502698>. Last visited: 11 jan. 2025.

GÜRBİLEK, Nurdan. **Kötü çocuk Türk**. İstanbul: Metis, 2012.

GÜRPİNAR, Hüseyin R. **Şık**. İstanbul: Özgür, 2012[1889].

HERMAN, David. **Basic elements of narrative**. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.

HUNG, Ho-Fung. Orientalist knowledge and social theories: China and the European conception of East-West differences from 1600 to 1900. **Sociological Theory**, n. 21, v. 3, pp. 254-280, 2003. Available at: <https://www.jstor.org/stable/3108638>. Last visited: 10 jan. 2025.

KAISER, Susan. **Fashion and cultural studies**. London: Bloomsbury Academic, 2012.

KANDIYOTI, Deniz. Some awkward questions on women and modernity in Turkey. In: ABU-LUGHOD, Lila (Ed.). **Remaking women: feminism and modernity in the Middle East**. New Jersey: Princeton University Press, 1998. pp. 270-287.

KARABULUT, Mustafa. Tanzimat dönemi romanlarında eğlence hayatı, adab-ı muâşeret ve kılık-kıyafet. **Türk Dünyası Araştırmaları**, v. 185, pp. 133-148, 2010. Available at: https://turkoloji.cu.edu.tr/YENI%20TURK%20EDEBIYATI/mustafa_karabulut_tanzimat_roman_kilik_kiyafet.pdf. Last visited: 20 aug. 2024.

KECHRIOTIS, Vangelis. Postcolonial criticism encounters late Ottoman studies. **Historein**, v. 13, pp. 39-46, 2013. Available at: <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/historein/article/download/2256/2090>. Last visited: 10 jan. 2025.

KILIÇBAY, Mehmet A. Tanzimat neyi tanzim etti? **Argos**, v. 15, pp. 57-63, 1989.

KOÇU, Reşat E. *Türk giyim kuşam ve süslenme sözlüğü*. İstanbul: Doğan Kitap, 2015[1967].

KOYUNCU, Derviş T., and TİLTAY, Muhammet A. Tanzimat sonrası Osmanlı toplumunun tüketim kalıplarında meydana gelen değişimin dönemin romanları bağlamında değerlendirilmesi. **Journal of International Management, Education and Economics Perspectives**, v. 5, n. 2, pp. 1-19, 2017. Available at: <https://arastirmax.com/en/system/files/dergiler/286594/makaleler/5/2/arastirmax-tanzimat-sonrasi-osmanli-toplumunun-tuketim-kalip-larinda-meydana-gelen-degisimin-donemin-romanlari-baglaminda-degerlendirilmesi.pdf> Last visited: 15 aug. 2024.

KÜHN, Thomas. Shaping and reshaping colonial Ottomanism: Contesting boundaries of difference and integration in Ottoman Yemen. **Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East**, v. 27, n. 2, pp. 315-331, 2007. Available at: <https://muse.jhu.edu/pub/4/article/220768/summary>. Last visited: 16 jan. 2025.

LIPOVETSKY, Gilles. **The empire of fashion**: Dressing modern democracy. Translated by Catherine Porter. Princeton: Princeton University Press, 1996.

MAKDISI, Ussama. Ottoman orientalism. **American History Review**, v. 107, n. 3, pp. 768-796, 2002. Available at: https://warwick.ac.uk/fac/arts/history/students/modules/hi173/classesandreading/ottomanempire/makdisi_-_ottoman_orientalism.pdf. Last visited: 16 jan. 2025.

MARDIN, Şerif. Power, civil society and culture in the Ottoman Empire. **Comparative Studies in Society and History**, v. 11, n. 3, pp. 258-284, 1969. Available at: https://www.jstor.org/stable/pdf/178085.pdf?casa_token=tt4w16N1l_wAAAAA:YyTmo1wCkwAGHRcRbWQJ0LRgmLB8kGDKe-ERCCAP5C1-o0ksvjzls6Jr6_IBXRr1_KldK6ncvFgwK3JHQCjupcUhNT53uteYmuhTIp_dLkjlqvstBlbLew. Last visited: 16 jan. 2025.

MARDIN, Şerif. European culture and the development of modern Turkey. In: EVIN, Ahmet and DENTON, Geoffrey (Eds.). **Turkey and the European community**. Budrich: Opladen, 1990. pp. 13-23.

MERİÇ, Cemil. **Umrandan uygarlığa**. İstanbul: İletişim Yayınları, 1996.

MITHAT, A. **Felâtnun Bey ve Râkım Efendi**. İstanbul: Türk Edebiyat Vakfı Yayınları, 2010[1875].

MUTMAN, Mahmut. The Carriage Affair, or the birth of a national hero. **Monograf**, v. 11, pp. 230-289. Available at: <http://monografjournal.com/sayilar/12/13-mahmut-mutman.pdf>. Last visited: 12 jan. 2025.

NAMLI, Taner. (2019). Tanzimat romanında alafranga züppe eleştirisi. **Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, v. 31, pp. 188-239. Available at: <https://doi.org/10.14520/adyusbd.525110>. Last visited: 10 sep. 2024.

OKAY, Orhan M. **Batı medeniyeti karşısında Ahmet Mithat Efendi**. Ankara: Baylan Matbaası, 1975.

ÖZER, İlbeyi. **Osmanlı'dan cumhuriyete yaşam ve moda**. İstanbul: Truva, 2009[2006].

PARLA, Jale. **Babalar ve oğullar: Tanzimat romanının epistemolojik temelleri**. İstanbul: İletişim, 2014[1990].

ÖZÜDOĞRU, Şakir. **Ottoman costume in the context of modern Turkish fashion design**. In: JANSEN, M. Angela and CRAIK, Jennifer (Eds.). *Modern fashion traditions: Negotiating tradition and modernity through fashion*. London: Bloomsbury Academic, 2016. pp. 121-141.

SAID, Edward W. **Orientalism**. New York: Pantheon Books, 1978.

TÜRESAY, Özgür. The Ottoman Empire seen through lens of postcolonial studies: A recent historiographical turn. **Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine**, v. 60, n. 2, pp. 127-145, 2013. Available at: https://www.cairn-int.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=E_RHMC_602_0127&download=1. Last visited: 12 jan. 2025.

TÜZEL, Bilge. "Modernliğin" tanzim ettiği gardıroplar: Tanzimat dönemi romanlarında giyim-kuşam. **Gazi Türkiyat**, v. 30, pp. 357-274. Available at: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2517857>. Last visited: 16 jan. 2025.

VEBLEN, Thorstein. **The theory of the leisure class**. Oxford: Oxford University Press, 2007[1899].

ZÜRCHER, Erik J. **Turkey: a modern history**. Oxford: I. B. Tauris, 2004[1993].

Thanks

I sincerely thank Prof. Dr. Maria Carolina Garcia for encouraging me to develop this research into an article. I also appreciate the anonymous peer reviewers for their thoughtful feedback, which has significantly enriched this work.

Proofreader: Ferhan Kizilepe. Email: fkiziltepe@eskisehir.edu.tr

A moda feminina sob a perspectiva interdisciplinar da semiótica e da psicanálise

Women's fashion from the interdisciplinary perspective of semiotics and psychoanalysis

Adriana Lúcia de Escobar Chaves de Barros¹

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-3511-6828>

Ednéia Albino Nunes Cerchiari²

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4716-6855>

Vicente Sarubbi Júnior³

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9149-1639>

[resumo] A moda é uma forma de expressão cultural, criativa e pessoal, que nos permite comunicar, inovar e reivindicar nossa individualidade. Por meio de uma linguagem visual específica, construída a partir de signos presentes nas roupas e nos acessórios, pode-se transmitir informações sobre o perfil, o status social, as aspirações e as transformações de indivíduos, como, também, de grupos sociais. O objetivo deste estudo consiste em discorrer sobre a moda feminina sob a perspectiva interdisciplinar da Semiótica e da Psicanálise, destacando como as representações simbólicas do vestuário refletem a construção da identidade da mulher, ao longo do tempo. Para um maior entendimento da moda feminina e sobre as mensagens e significados que a indumentária transmite, esperamos contribuir promovendo uma reflexão quanto ao seu impacto na construção da subjetividade das mulheres, bem como na reprodução ou na desconstrução de estereótipos e de padrões culturais.

Palavras-chave: **Moda. Mulher. Semiótica. Psicanálise. Símbolos.**

¹ Doutora em Estudos da Linguagem (PUC-Rio). Docente efetiva na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). E-mail: adrianadebarros@uems.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0201552127514276>

² Psicóloga. Psicanalista. Docente Aposentada da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). Doutora em Ciências Médicas – área Saúde Mental (FCM/UNICAMP), com estágio pós-doutoral em Psicologia (UCDB). Membro Efetivo da Sociedade Psicanalítica de Mato Grosso do Sul (SPMS) da Associação Psicanalítica Internacional (IPA), da Federação Brasileira de Psicanálise (FEBRAPSI) e da Federação Psicanalítica da América Latina (FEPAL). Membro do Grupo de Atendimento Clínico (GAC) do Comitê Mulheres e Psicanálise (Cowap/Brasil). E-mail: edcer@terra.com.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5403068058117628>

³ Doutor em Saúde Pública (USP). Docente efetivo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). E-mail: vicente.junior@uems.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5532082488262193>

[abstract] Fashion is a form of cultural, creative and personal expression, which allows us to communicate, innovate and claim our individuality. Through a specific visual language, constructed from signs present in clothes and accessories it is possible to transmit information about the profile, the social status, aspirations and transformations of individuals and social groups. Therefore, the objective of this study is to discuss women's fashion from the interdisciplinary perspective of Semiotics and Psychoanalysis, highlighting how the symbolic representations of clothing reflect the construction of women's identity over time. We hope to contribute to a greater understanding of women's fashion and the messages and meanings that clothing conveys, promoting reflection on its impact on the construction of women's subjectivity, as well as on the reproduction or deconstruction of stereotypes and cultural standards.

Keywords : **Fashion. Woman. Semiotics. Psychoanalysis. Symbols.**

Recebido em: 21-03-2024.

Aprovado em: 19-03-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1742>

Introdução

A moda tem sido estudada por diversas áreas do conhecimento, como a Antropologia, a História, a Sociologia, a Psicologia e a Psicanálise. Ela é um fenômeno cultural e desempenha um papel importante na sociedade, especialmente para as mulheres. Sob a perspectiva psicanalítica, a história da moda feminina revela como roupas e acessórios relacionam-se não só com a personalidade e o status social das mulheres, mas também com a fantasia de que essas peças reflitam suas personas, seus desejos de expressão pessoal e cultural, ou mesmo que revele seus medos de inadequação, de desatualização e não de pertencimento a um determinado grupo social.

As vestimentas femininas são carregadas de significados simbólicos, que podem variar de acordo com a cultura, com a época e com o contexto social em que são usadas. No passado, por exemplo, refletiam a ideia de objeto de desejo masculino e evidenciavam formas de submissão, associadas aos moldes de beleza do corpo feminino, ao julgamento da (i)moralidade, ao *locus* econômico, à distinção entre classes sociais e ainda referendava o poder do homem. No entanto, ao longo dos últimos séculos, a moda evoluiu em proporcionalidade às ideias emergentes de mulheres, que passaram a introduzir, por meio dela, materialidades às suas expressões, representadas pela liberdade, pela resistência e pela independência, na luta pela igualdade de gênero.

No século XX, houve uma mudança expressiva nos cuidados com o corpo e na importância de se embelezar. Antes, ser bonita envolvia escolher vestidos que combinavam com o cabelo e a com pele. Já, na segunda metade desse século, a beleza ganhou destaque na imprensa e na publicidade, abrangendo uma ampla variedade de produtos e de serviços,

incluindo cosméticos, medicamentos, alimentos, academias e clubes de lazer. A partir da década de 1950, cremes de beleza passaram a ser vendidos como produtos capazes de agir profundamente na pele, restaurar o colágeno, hidratar e rejuvenescer, além de serem práticos, perfumados e discretos. Isso tornou o embelezamento uma necessidade primordial, conectado ao desejo humano ancestral de escapar da doença e da morte (Sant'ana, 2022).

Atualmente, século XXI, a moda volta-se fortemente para uma forma de construção política da subjetividade, relacionada à reconfiguração e à contestação das experiências socialmente impostas. Ela é utilizada como arma ideológica na disputa entre grupos sociais, assim como instrumento para a formação e para a comunicação de identidades. Nesse contexto, discursos relacionados a gênero, à diversidade, ao corpo, à sustentabilidade e à juventude, se unem para evidenciar questões sociais emergentes e contra-hegemônicas, desafiando ideias estáveis e consensuais (Rufino, 2022).

Enquanto objeto de estudo, a moda pode ser investigada como um espaço de construção identitária vinculado a escolhas que marcam épocas e apontam para mudanças que (re)criam simbolicamente o surgimento de estilos e reconstruem, de uma forma única, a maneira pela qual os sujeitos se (re)apresentam ao mundo.

Ao permear a dimensão do simbólico, pela análise das expressões e das percepções em relação à moda da mulher, a Semiótica, enquanto ciência que promove imersão nos signos e seus significados, traz, em seu arcabouço, o potencial de captura e de análise daquilo que se constitui no entramado do identitário feminino, no qual se encontram códigos sociais, econômicos, culturais e psicológicos. Tais códigos, expressos simbolicamente, apontam tanto para a afirmação e celebração de conquistas quanto para as manifestações das individualidades, que possibilitam o registro do novo e da autenticidade, ante o olhar do Outro.

A partir dessas ideias, o objetivo deste estudo consiste em discorrer sobre a moda feminina, sob a perspectiva interdisciplinar da Semiótica e da Psicanálise, destacando como as representações simbólicas do vestuário refletem a construção da identidade da mulher, ao longo do tempo. Para isso, abordamos o pensamento de figuras proeminentes da Semiótica, como Barthes (2005, 2015), Santaella e Nöth (2004), Pierce (2000) e Santaella (1995, 1998, 2001, 2002, 2003), e da Psicanálise, por meio de Freud, Klein, Segal e outros.

Os signos, a comunicação e a moda feminina à luz da Semiótica

É interessante lembrar que a Semiótica estuda a linguagem e os signos em diversas formas de expressão, sejam eles verbais ou não-verbais. Ela busca compreender como a comunicação e a significação se constroem, levando em consideração o contexto social e cultural. Além de analisar a mensagem transmitida, também se preocupa em entender como ela é percebida e interpretada e como os signos são utilizados para criar e para reorganizar os significados, em nosso mundo.

Essa teoria possibilita a análise dos processos internos das mensagens, incluindo os recursos e os procedimentos utilizados na sua construção. Permite, ainda, compreender o contexto em que tais mensagens estão inseridas, seja ele imediato ou histórico, bem como analisar os aspectos do processo comunicacional em suas diferentes naturezas e modalidades (verbal, visual, sonora ou multimodal). Nessa perspectiva, Santaella (1995) pontua que a Semiótica é a ciência que abrange todas as linguagens, ou seja, qualquer sistema que o ser

humano utilize para se comunicar. Como afirma a autora (1993), segundo a Semiótica peirceana, linguagem, percepção e signo são indissociáveis, isto é, a percepção e o conhecimento do mundo só são possíveis por meio dos signos.

Nesse sentido, considerando a moda, observamos diferentes elementos, incluindo cores, tecidos, formas, texturas, estampas e acessórios que, juntos, criam um conjunto de significados percebidos pelos usuários. Ela é muito mais que apenas um grupo de objetos utilitários ou uma forma de se vestir e de se comportar. Trata-se de uma combinação de signos que comunicam mensagens em níveis conscientes e inconscientes, uma linguagem que atribui significados culturais, de personalidade e de identidade às pessoas, de modo que, para compreendê-la, é fundamental estudar as formas de comunicação e os seus meios.

De acordo com Santaella e Nöth (2004), a comunicação é um processo que envolve a troca de informações, ou conteúdos, em forma de mensagem transmitida de um lugar para outro. Essa mensagem precisa, então, ser materializada em signos codificados, para que sejam capazes de informar adequadamente. Além disso, é necessário um meio, ou canal, que sirva como veículo para intercambiar esse conteúdo entre os dois polos envolvidos no processo. O sucesso depende, portanto, da escolha adequada do meio e da maneira como a mensagem é codificada e decodificada. Todos esses aspectos revelam, em um nível básico, as inter-relações entre comunicação e semiótica. Nas palavras dos autores.

A semiótica é também uma teoria da comunicação, que está implícita, em primeiro lugar, no fato de que não há comunicação sem signos. Em segundo lugar, está implícito no fato de que a semiose é, antes de tudo, um processo de interpretação, pois a ação do signo é a ação de ser interpretado em um outro signo. Por isso mesmo, o significado de um signo é um outro signo e assim por diante, processo através do qual a semiose está em permanente devir (Santaella; Nöth, 2004, p. 160-161).

Sendo assim, a moda está diretamente relacionada à comunicação, pois roupas e acessórios transmitem qualidades simbólicas por meio de suas características, possibilitando uma comunicação direta que reflete senso estético, desejos, ligação com o passado ou com o presente e status. Todos esses aspectos nos permitem adentrar no campo da linguagem não verbal, a fim de trazer à tona os significados dessas mensagens. Contudo, identificar as peças de vestuário e dos acessórios como signos não é suficiente – é necessário compreender como esses elementos constroem semioses e explicar por quais mecanismos eles se articulam para produzir discursos sobre o sujeito.

O vestuário pode transmitir informações importantes sobre o comportamento da sociedade em determinado período mediante adesão massiva a elementos específicos, como estampas psicodélicas e vestidos com franjas, ou pela priorização de algo que a roupa possa proporcionar, como o conforto, por meio da leveza e fluidez. Ao examinar esses signos, percebe-se os valores e crenças compartilhados por uma determinada cultura ou grupo social. Na medida em que a moda molda e é moldada pela sociedade, o estudo da indumentária pode enriquecer diversas análises sobre comportamento, cultura, economia e outros aspectos, em diferentes espaços e tempos.

Barthes (2015), filósofo, escritor e teórico literário francês, em sua obra intitulada *O sistema da moda*, publicada em 1967, analisou o fenômeno pela ótica da Semântica e da Semiótica, estabelecendo relações de significados entre os seus componentes por meio da descrição do vestuário feminino presente em revistas de moda. O autor propôs uma análise crítica da moda enquanto sistema de signos, mostrando de que forma as roupas e os acessórios podem ser interpretados como mensagens que expressam valores, ideias e padrões estéticos de uma determinada cultura. Em suas palavras,

O homem vestiu-se para exercer sua atividade significante. O uso de um vestuário é fundamentalmente um ato de significação, além dos motivos de pudor, adorno e proteção. É um ato de significação, logo um ato profundamente social, alojado no próprio cerne da dialética das sociedades (Barthes, 2005, p. 363).

Esse fragmento destaca que a moda não é apenas um fenômeno superficial ou puramente comercial, mas, sim, um reflexo das relações sociais, econômicas, políticas e culturais de uma época, assim como também pode ser vista como forma de resistência. Em alguns casos, como nos movimentos punk, gótico ou grunge, a indumentária representa uma subversão consciente da cultura predominante, desafiando as normas estéticas e os valores sociais tradicionais. Suas tendências podem unir grupos de pessoas com interesses e visões de mundo semelhantes e criar uma sensação de comunidade e de pertencimento, fortalecendo a identidade individual e coletiva de seus adeptos.

A ambiguidade da moda é discutida por Barthes (2015), esse estudioso afirma que ela pode ser vista não somente como um símbolo de liberdade e de criatividade, mas também como um instrumento de opressão e de conformismo. Assim como Santaella, o autor reconhece o papel da Semiótica nessa análise, e propõe uma abordagem que a considera como um sistema de signos que são interpretados pelos indivíduos, de acordo com suas próprias experiências e perspectivas. A moda feminina se revela um tema que reúne diversos aspectos, que vão desde a criação de tendências e de novas peças até a análise psicológica das escolhas das mulheres e seus impactos na autoestima e na sensação de aprovação social, podendo influenciar a forma como elas se veem e são vistas pelos outros.

Nesse viés, a Psicanálise permite compreender as influências culturais e psicológicas envolvidas nas vestimentas e nos seus impactos, na construção da identidade feminina. A relação entre moda e sexualidade feminina, por exemplo, pode ser analisada à sua luz, uma vez que a roupa e o estilo pessoal são, inúmeras vezes, usados como uma forma de reprimir ou de expressar a sexualidade, impactando significativamente na saúde mental das pessoas. Além disso, os estilos, ditados em um determinado momento, também podem influenciar as expectativas em relação ao casamento e à maternidade – símbolos culturais da feminilidade.

Os estereótipos de gênero têm uma influência expressiva, visto ser comum que as mulheres sejam enquadradas em padrões específicos de beleza e de comportamento, o que pode ser desconfortável para aquelas que desejam transgredi-los por meio da roupa e do estilo pessoal. Além disso, há que se considerar a extensão da mídia e da publicidade na criação de ideais de beleza, pois, por vezes, eles são tão inalcançáveis que passam a gerar problemas de autoimagem e de autoestima. A aceitação de si mesma e do próprio corpo é fundamental para a construção de uma identidade autêntica e saudável.

Dessa forma, a partir da ótica da Psicanálise, é possível explorar essas temáticas de maneira mais profunda, compreendendo as influências culturais, a pressão social e as questões inconscientes envolvidas na escolha das roupas, cores e estilos, o que, frequentemente, acaba por levar as mulheres a buscarem determinados padrões de beleza e de comportamento e, assim, desenvolver complexos de inferioridade ou de superioridade.

Simbolismo, corpo e moda feminina à luz da Psicanálise

Na obra *Vocabulário da Psicanálise*, Laplanche e Pontalis (1991) citam que simbolismo, em sentido amplo, é um “modo de representação indireta e figurada de uma ideia, de um conflito, de um desejo inconscientes. Em Psicanálise, podemos considerar simbólica qualquer formação substitutiva” (p. 481). Em sentido restrito, é um “modo de representação que se distingue principalmente pela constância da relação entre o símbolo e o simbolizado inconsciente” (p. 482). Corroborando com tal ideia, Delouya propõe que

a realidade psíquica é indissociável do símbolo e do simbólico, uma vez que se erguem em função da ausência: o que seria o símbolo senão o elemento que se cria à distância sobre o hiato da falta, em um descentramento? (Delouya, 2020, p. 165).

Freud (1900), em sua obra *Interpretação dos Sonhos*, aborda esse tema em um capítulo específico, desenvolvendo um interesse pelo simbolismo ao perceber que, durante a análise dos sonhos de seus pacientes, havia certos elementos relatados para os quais o sonhador não fazia nenhuma associação. Essa questão não se limitava apenas aos pacientes, mas também ao próprio Freud. Ele passou a perceber que determinados elementos do sonho não tinham nenhuma associação com o sonhador. Assim, onde, antes se acreditava haver uma falha técnica, descobriu-se um novo princípio em vigor, os elementos silenciosos. Freud passou a dar voz a esses elementos, baseando-se em sua experiência, substituindo-os por outros que tivessem características semelhantes e que dessem sentido ao sonho. Após essa “tradução”, o sonho começava a fazer sentido. O elemento em questão funcionava como um símbolo e correspondia a outro, ou seja, o simbolizado considerando o símbolo como substituto de uma ideia traumática (Costa, 2010).

Klein (1996a), importante precursora da Psicanálise Infantil, ampliou a compreensão sobre simbolismos, relacionando-os à expressão humana, à criatividade e à sublimação. Conforme suas ideias, o primeiro ano de vida é de suma importância para o desenvolvimento do psiquismo, sendo que, nos primeiros seis meses, o bebê estaria na posição denominada esquizo-paranoide e, no segundo semestre, na posição depressiva. O termo “posição” se refere a um modo de vivenciar, de perceber o mundo externo, sujeito a ansiedades, a defesas e a fantasias, predominantes em determinado momento, que se alternam entre si ao longo da vida.

Segundo a autora, o simbolismo emerge do conflito vivenciado em relação ao corpo da mãe. O interesse libidinal e agressivo direcionado a ela e, mais tarde, a ambos os pais, provoca ansiedade e culpa, o que leva a criança a deslocar seu interesse para o mundo que o circunda, atribuindo-lhe um significado simbólico. No simbolismo reside, portanto, a fundação de toda a sublimação, de toda fantasia e de todo o talento, uma vez que é pela equação

simbólica que as coisas, as atividades e os interesses se tornam alvo das fantasias libidinais (Klein, 1996 b). Além disso, é por meio dele que se constrói a relação do sujeito com o mundo externo e com a realidade. Nesse contexto, a ansiedade que a pessoa carrega consigo é a base necessária para a formação simbólica e de fantasia (Costa, 2010).

Segal, seguidora de Klein, fez importantes contribuições para sua teoria, principalmente no que se refere ao conceito de simbolismo, estabelecendo uma importante distinção entre equação simbólica e símbolo. Para ela, a palavra símbolo “vem do termo grego para combinar, acasalar, integrar. O processo de formação de símbolos é [...] um processo contínuo de juntar e integrar o interno com o externo, o sujeito com o objeto e as experiências anteriores com as posteriores” (Segal, 1957, p. 91). Enquanto a equação simbólica é baseada no funcionamento mental na posição esquizo-paranoide, o simbolismo é ascendido na posição depressiva.

Tomemos como exemplo a atividade lúdica das crianças. Quando brincam, as crianças utilizam os brinquedos para simbolizarem papéis e ressignificarem sentimentos. Uma criança quando brinca de escolinha, por exemplo, assume na maior parte das vezes, o papel de professora a fim de ocupar uma posição ativa, invertendo a passividade vivenciada quando se é aluna. É comum que essa mesma criança grite com os seus alunos (bonecos e ursinhos, geralmente); coloque-os de castigo ou até mesmo os agrida, mas, isso, não significa, necessariamente, uma reprodução literal das atitudes da própria professora real. O que ocorre, na verdade, é que ao representar, a criança também dá vazão ao seu sadismo dominado pelas pulsões destrutivas. Neste sentido, de acordo com a autora, a formação de símbolos governa a capacidade de comunicação, já que toda comunicação se faz mediante símbolos. Quando ocorrem perturbações nas relações objetais, a capacidade de comunicação é significativamente perturbada: “primeiro porque a diferenciação entre o sujeito e o objeto se desfaz; segundo, porque os meios de comunicação estão ausentes já que os símbolos são sentidos de modo concreto” (Segal, 1957/1982, p. 88 citada por Almeida, 2020, p. 56).

Diante do exposto, convém marcar a distinção, bem como a complementaridade, entre o conceito de simbolismo proposto pela Psicanálise e a função simbólica da linguagem. A moda tanto pode carregar sentidos, posicionamentos e orientações em meio às convenções coletivas, como também pode se tornar um meio no qual expressões idiossincráticas emergem nas individualidades, seja pela escolha de roupas mais confortáveis durante períodos de estresse ou pela adoção de estilos mais ousados, como forma de autoafirmação.

Na linguagem da moda, um vestido preto básico pode simbolizar elegância e versatilidade. Contudo, consegue, também, representar, na expressão singular de um indivíduo, uma memória de luto, uma sensação de empoderamento ou até mesmo uma forma de se esconder.

Assim, é possível compreender que o logotipo de uma marca famosa em uma camiseta não é apenas um signo em termos semióticos, mas também carrega conotações de status, de pertencimento ou de rebeldia. Isso porque a linguagem da moda é baseada em significados consensuais que aportam materialidade ao campo do identitário, em que o signo ganha

função. Uma pessoa usando uma jaqueta de couro pode ser associada a uma postura de rebeldia ou a um grupo social específico, como roqueiros ou motoqueiros. No entanto, para a Psicanálise, a escolha dessa peça pode ter significados mais inconscientes para o indivíduo, relacionados, talvez, a uma fase particular da vida ou a um desejo de se afirmar.

Em ambos os casos, o corpo é (re)vestido pelo simbólico. E, nesse contexto, traduzida por meio de funções simbólicas, a moda provoca e é provocada por vários atravessamentos da subjetividade e da senso-percepção. Enquanto a língua falada é auditiva-vocal, um produto é visual e tátil. Temos, então, a compreensão do vermelho de um batom como função simbólica da linguagem, que pode ser interpretada como ousadia, sensualidade e poder da mulher, naquilo que tangencia o coletivo. Na psicanálise, pela singularização do inconsciente de quem produz a representação e expressa um comportamento, pode simbolizar a paixão, a sedução, a marcação de um território amoroso ou mesmo a reprodução de um momento nostálgico vinculado a uma memória parental.

Quanto ao corpo, Freud (1923) reconhece a relação entre o psíquico e o somático, destacando o corpo como fonte de experiências e de expressões afetivas. O corpo é considerado a origem e o palco das vivências de prazer, de desprazer, de angústia e de sofrimento, além de ser fundamental para a formação do psiquismo e do desenvolvimento do sujeito. O investimento erógeno, nos órgãos e no corpo, influencia tanto a função fisiológica quanto a organização psíquica. O corpo é entendido como uma linguagem autêntica e única, que carrega a verdade humana e se torna objeto de tradução no contato com o outro (Volich, 2016). Como afirma Sami-Ali (1993, p. 29), “o sujeito vive o mundo no corpo e o corpo no mundo; despersonalização e estranho inquietante são duas faces de um mesmo e único processo desrealizante”.

O corpo é um foco constante de atenção e de cuidado, pois é por intermédio dele que nos apresentamos ao olhar do Outro. Esse olhar pode ser ambíguo – tanto de glorificação quanto de rejeição. Como forma de fantasiar a ideia de ser sempre aceito e recuperar o olhar perdido na infância, o sujeito busca se adequar aos padrões, desejando ser admirado. A relação entre o corpo e a moda não se limita apenas ao vestuário, mas envolve a expressão da identidade e a construção das subjetividades. A moda comunica e significa o corpo, permitindo aos indivíduos exercerem um posicionamento crítico em relação a si mesmos e aos outros, além de proporcionar o prazer de ser visto e de se exibir ao olhar do Outro (Almeida *et al.*, 2007).

Segundo Volich (2016), Lacan interpreta o corpo como falante, já que sua existência está ligada à ordem simbólica. O sujeito busca uma imagem que confirme a existência de seu próprio corpo por meio do investimento narcísico (autoinvestimento amoroso) no Eu e nos Outros. Esse diletante processo se dá desde tenra idade. O “Eu ideal” corresponde ao estado inicial de narcisismo da criança, em que ela se torna seu próprio ideal. No entanto, esse estado de completude é interrompido quando ela percebe que não é o centro de tudo para sua mãe. Isso leva à busca pela reconquista do amor perdido pelo Outro, resultando no ideal do Eu. A moda tem um papel importante nesse processo, pois acompanha as manipulações corporais que visam provocar reações no Outro. O sujeito busca se adequar aos padrões da moda para fantasiar a ideia de que será sempre aceito e terá de volta o olhar do Outro, mantendo seu narcisismo.

No que se refere à tendência masculina de usar roupas mais sóbrias e uniformes, ela surgiu no final do século XVIII e persiste até hoje. Esse fenômeno tem sido atribuído a causas sociais. É válido afirmar, então, que vestir-se vai além de simplesmente cobrir o corpo, pois o adorno pode transmitir uma mensagem e expressar uma identidade e uma posição social ou política, assim como permite que o sujeito seja, ao mesmo tempo, igual e diferente, contribuindo para sua inserção social e para a criação de identidades. Isso mostra que o estilo pessoal difere da moda, pois reflete o que é adequado e faz bem individualmente, como a combinação de peças de vestuário que trazem conforto.

A moda ainda pode ser compreendida a partir dos conceitos de Narcisismo, Identificação e Estádio do Espelho, pois uma peça é usada para ser vista, desejada e admirada, mas também pode marcar a alteridade e a singularidade, numa distinção em relação aos demais (Cerqueira, 2016). No entendimento de Lacan (1957), as mulheres utilizam máscaras ou véus como forma de se tornarem enigmáticas, já que não têm outros recursos para se significarem. A roupa surge, então, como um artifício para cobrir a falta do falo e pode ser considerada uma tentativa de preencher essa ausência. Porém, também pode ser vista como um véu que a encobre (Cerqueira, 2016).

Na verdade, as vestimentas têm uma importância para as mulheres que vai além das questões de necessidade ou de apelo mercadológico, oferecendo possibilidades de criação diante do irrepresentável. Elas constituem um ambiente artificial entre o corpo e o meio, desempenhando funções de proteção, de decoração e de pudor. O vestir-se, a moda e a aquisição de roupas são importantes devido ao seu significado interpessoal, prazer e possibilidade de expressão. O uso de roupas como fetiche ou perversão depende do contexto e da preferência individual, não necessariamente indicando uma patologia (Richards, 1996).

O fato é que, de acordo com as perspectivas psicanalíticas, as roupas femininas têm diferentes significados e usos. Freud (1905; 1907) e outros psicanalistas pioneiros nessa temática discutem como a indumentária substitui partes do corpo e é usada para mostrar o que se espera de uma mulher. Flugel (1930) destaca a tensão entre ornamentação e modéstia, enquanto Bergler (1953) vê o gesto de se vestir de modo impróprio como evidência de neurose. Arlow (1969) acredita que as roupas são pistas da fantasia inconsciente; já Schwaber (1977) usa o ato de se arrumar como medida do autorrespeito e de avaliação da saúde mental. Bergmann (1985) associa a feminilidade das roupas ao despertar da sexualidade feminina e dos medos masculinos e Winestine (1985) descreve a mulher que usa compras como fetiche ligado à sedução infantil. Lauretis (1994) argumenta que o fetiche ainda existe porque o corpo feminino é erótico como um todo; Steele (1996) destaca que o fetiche nas mulheres não necessariamente representa as mesmas fantasias que nos homens; Hollander (1996) explora como as calças masculinas enfatizam a atividade profissional, em contraste com os vestidos, que simbolizam a capacidade reprodutiva (Richards, 1996). Por fim, Freud (1905) acredita que o fetiche no vestuário feminino pode persistir devido às perdas que as mulheres inevitavelmente sofrem.

Ao citar Freud (1907), Volich (2016) pontua que todas as mulheres têm esse fetiche devido ao recalque de uma mesma pulsão, pois as vestimentas permitem que elas se exibam passivamente ao outro. Esse processo explica por que mesmo mulheres inteligentes ficam vulneráveis às demandas da moda.

Entende-se, nesse sentido, que as roupas podem ser consideradas como fetiche quando são escolhidas como substitutos de pessoas ou, de forma perversa, como substitutos de um falo ausente. Esse fetiche pode substituir o prazer sexual, enquanto o uso perverso desafia as convenções sociais. O ato de se enfeitar, portanto, expressa a satisfação da mulher com seu próprio corpo, ao mesmo tempo em que as roupas cobrem o corpo erótico feminino.

As trocas de peças entre mulheres podem ser eróticas, enquanto o ato de compartilhá-las evita o aspecto agressivo da compra. Observa-se, ainda, um papel sublimado na escolha do objeto, estimulando a erotização da pele e podendo ter uso fetichista. O vestuário tem importância para as mulheres muito além do que tem para a maioria dos homens, podendo expressar a celebração do corpo, a defesa contra a tristeza e a perda ou a tentativa de lidar com sistemas de valores conflitantes, entre outros aspectos. As roupas mentem, todavia, revelam os desejos de quem as veste, protegendo e expondo fantasias. Ademais, destacam não apenas as formas do corpo, mas inclui as funções que a mulher desempenhar. Assim, o uso de calças pelas mulheres simboliza a participação socialmente ativa, incorporando a força de trabalho e o repúdio a um papel exclusivamente reprodutivo (Richards, 1996).

Considerações finais

Iniciamos este artigo discorrendo sobre a moda feminina como uma forma de comunicação que utiliza signos para transmitir mensagens simbólicas sobre identidade, classe social e gênero. Por meio da Semiótica, ou seja, do processo de interpretação de signos, as roupas e os acessórios podem ser compreendidos como veículos para transmitir significados culturais, estéticos e pessoais, permitindo às mulheres expressarem suas preferências, seus desejos e suas personalidades.

Como linguagem, a moda é capaz de transmitir mensagens mediante suas características, como cores, tecidos, cortes e estampas. Cada elemento presente na vestimenta feminina retém um significado cultural e estético que pode carregar discursos de vieses temporal, sociocultural e econômico. Nesse sentido, a Semiótica da moda se fundamenta no estudo desses signos, que devem ser interpretados de acordo com as experiências e as perspectivas individuais e coletivas. O fato é que a roupa pode revelar valores, ideias e padrões estéticos de uma determinada cultura ou grupo social, enriquecendo a análise do comportamento, da cultura e da economia de uma sociedade.

No entanto, a compreensão vai além disso. É necessário entender como esses elementos atuam, ou seja, como os significados se articulam entre si para produzir conceitos e construir identidades. A moda está intrinsecamente ligada ao processo de comunicação, por refletir os desejos, o senso estético e a busca por aprovação social das mulheres.

A Psicanálise, por sua vez, disponibiliza subsídios para essa análise, permitindo compreender as influências culturais e psicológicas envolvidas nas vestimentas e seus impactos, na construção da identidade feminina. A moda pode ser vista, então, como uma forma de expressão da sexualidade, da busca pelo amor e do enfrentamento das expectativas impostas pela sociedade em relação ao casamento, à maternidade e aos padrões de beleza, em que o corpo é considerado a origem das vivências de prazer, de desprazer, de angústia e de sofrimento. Da mesma forma, ela está ligada ao investimento erógeno, o que influencia tanto a função fisiológica quanto a organização psíquica.

Por fim, é possível observar que há, na vestimenta, um conjunto de signos que carregam mensagens sobre a mulher que a veste, que se inserem no campo da identidade pessoal e coletiva, unindo pessoas com interesses e visões de mundo semelhantes, apesar da reprodução de estereótipos de gênero e ideais de beleza impostos pela mídia e publicidade. Sendo assim, a moda pode ser entendida como uma forma de resistência cultural que, cada vez mais, vem representando uma subversão consciente da cultura predominante, desafiando normas estéticas e valores sociais tradicionais.

Referências

- ALENCAR, Shirley Gurgel de. **Posição depressiva e sua relação com a formação dos símbolos e do pensamento**: um estudo teórico-clínico. Trabalho de Conclusão de Formação Psicanalítica. Instituto de Psicanálise da Sociedade Psicanalítica de Mato Grosso do Sul (SPMS), 2010.
- ALMEIDA, Alexandre Patricio de. Melanie Klein e o processo de formação dos símbolos: revisitando o caso Dick. **Estilos da Clínica**, 2020, v. 25, n. 3, p. 552-567.
- ALMEIDA, Lorena Bitar Mesquita de; SILVA, Raquel de Souza Gomes da; SANTOS, Roberta Cristine Melo dos. **Um olhar sobre corpo e moda em Psicanálise**. 2007. Disponível em: <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/TL0064.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2023.
- ARAÚJO, M. G. Considerações sobre o narcisismo. **Estudos sobre Psicanálise**, n. 34, dez. 2010, p. 79-82.
- ARLOW, J. *Fantasy, memory and reality testing*. **Psychoanal. Q.**, n. 38, p. 28-51. 1969.
- BARTHES, Roland. **Inéditos**, V. 3: imagem e moda. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2005.
- BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. Lisboa: Edições 70, 2015.
- BERGLER, E. **Fashion and the Unconscious**. New York: Brunner. 1953.
- BERGMANN, M. V. *The effect of role reversal on delayed marriage and maternity*. **Psychoanal. Study Child**, n. 40, p. 197-219, 1985.
- CERQUEIRA, Fabiana. **Adolescência, feminilidade e moda**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2016.
- COSTA, Edgar José Gomes de Almeida Fialho. **Simbolismo**: revisão teórica do conceito. Dissertação (mestrado) – Instituto Superior de Psicologia Aplicada, Lisboa-Portugal, 2010.

DELAURETIS, T. **The practice of love - Lesbian Sexuality and Perverse Desire**. Bloomington, Ind: Indiana Univ. Press, 1994.

DELOUYA, Daniel. Simbolismo e construção: o analista como porta-voz da cultura. **Revista Brasileira de Psicanálise**, v. 44, n. 4, p. 165-177, 2010.

FLUGEL, John Carl. Sobre o valor afetivo das roupas. **Psyche**, v. 12, n. 22, p. 13- 26, jun. 2008.

FREUD, S. (1905/1987). Três ensaios sobre a teoria da sexualidade. In.: FREUD, S. **Obras completas**, ESB, V. VII. Rio de Janeiro: Imago.

HOLLANDER, Anne. **Sex and Suits**. New York: Knopf. 1994.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**: evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

KLEIN, Melanie . Fundamentos psicológicos da análise de crianças. In.: KLEIN, Melanie. **A psicanálise de crianças** (L. P. Chaves, trad.). Rio de Janeiro, RJ: Imago, 1996 a (Trabalho original publicado em 1926).

KLEIN, Melanie. A importância da formação de símbolos no desenvolvimento do ego. In: KLEIN, Melanie. **Amor, culpa e reparação e outros trabalhos** (1921-1945) (A. Cardoso, trad.). Rio de Janeiro, RJ: Imago, 1996b (Trabalho original publicado em 1930).

LACAN, J. **O seminário, livro 4**: A relação de objeto. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

LAPLANCHE, Jean; PONTALIS, Jean Bertrand. **Vocabulário de Psicanálise**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

PEIRCE, Charles Sanders. S. **Semiótica**. Tradução de José Teixeira Coelho Neto. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

RICHARDS, Arlene Kramer. Damas da moda: prazer, perversão ou parafilia. **Int. J. Psycho-Anal**, 1996, v. 77, n. 337, p. 39-52, 1996. Livro Anual de Psicanálise XII.

RUFINO, Carina Borges. **Tem pra menino? Disputas discursivas no âmbito comunicacional do consumo de moda a gênero**. Tese (doutorado) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, São Paulo, 2022.

SAMI-ALI. **Corpo real, corpo imaginário**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.

SANTAELLA, Lúcia. **A percepção**: uma teoria semiótica. São Paulo: Experimento, 1993.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora, visual, verbal, aplicações na hipermídia. São Paulo: Iluminuras/FAPESP, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. Panorama da semiótica geral. In.: TOMÁS, Lia (Org.). **De sons e signos**: música, mídia e contemporaneidade. São Paulo: Educ, 1998.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos**: semiose e autogeração. São Paulo: Editora Ática S.A., 1995.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e Semiótica**. São Paulo, Hacker Editores, 2004.

SANT'ANA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. 1. ed. 2ª. reimpressão. São Paulo: Contexto, 2022.

SCHWABER, E. A. *Understanding unfolding narcissistic transference*. **Int. Rev. Psychoanal.**, n. 44, p. 493-502. 1977.

SEGAL, Hanna. Notas sobre a formação de símbolos. In.: SPILLIUS, Elizabeth Bott. **Melanie Klein Hoje**: Desenvolvimento da Teoria e da Técnica, V 1: artigos predominantemente teóricos. Rio de Janeiro: Imago, 1991, p 167-184.

VOLICH, Rubens Marcelo. Nomear, subverter, organizar. O corpo na clínica psicanalítica. **Revista Brasileira de Psicanálise**, v. 50, n. 2, p. 47-64, 2016.

Revisora do texto: Eva de Mercedes Martins Gomes, mestra em Estudos de Linguagens (UFMS). E-mail: mercedes_0908@hotmail.com.

Um guia de boas maneiras dos anos 1950: micro-interações e práticas interpessoais em uma leitura de “Boas Maneiras”, de Carmen D’Ávila

A 1950's politeness guide: micro-interacional interpersonal practices in Carmen D’Ávila “Good Manenrs”

Luís Mauro Sá Martino¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5099-1741>

[resumo] Este artigo delinea alguns aspectos da comunicação interpessoal em nível micro relativos à polidez e às boas maneiras presentes em “Boas maneiras”, manual de etiqueta e civilidade escrito por Carmen D’Ávila nos anos 1930. O objetivo é indicar como algumas interações cotidianas aparentemente insignificantes são, na verdade, planejadas para o melhor desempenho social possível em todas as ocasiões. A partir de uma leitura do livro pautada sobretudo em algumas concepções de Goffman, argumenta-se que as micro-interações polidas dependem, segundo o livro estudado, de três elementos principais: (1) as condições sociais de emergência do conceito de “polidez” no ambiente urbano moderno; (2) a dinâmica e os limites de cada interação e (3) o objetivo das fala, gestos e expressões corporais em uma determinada situação.

[palavras-chave] **Comunicação interpessoal; Polidez; Boas Maneiras; Goffman.**

¹ Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professor da Faculdade Cásper Líbero e professor-visitante do PPGCom/UFMG. Email: lmsamartino@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0251927939615742>

[abstract] This paper outlines some aspects of micro-level interpersonal communication concerning politeness and good manners, as stated in “Good Manners”, a 1930s manual of etiquette and civility by Carmen D’Ávila. The goal is to outline how some apparently insignificant everyday communicative interactions are, actually, acutely planned by people towards the best possible social performance in every occasion. Drawn on a reading of the book grounded mainly on Goffman’s approach, the paper argues that polite micro-interaction, as stated by the book, depends on three main elements: (1) the conditions that allows a polite interaction as part of a bigger picture of urban convivence in Modernity, (2) the dynamics and boundaries of each interaction and (3) the goal of speech, gestures and body expressions in a given situation.

[keywords] **Interpersonal Communication; Politeness; Good Manners; Goffman.**

Recebido em: 21-01-2024.

Aprovado em: 11-03-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1706>

Introdução

O estudo de manuais de boas maneiras para a compreensão de tramas mais amplas das práticas sociais parece ter um espaço consolidado na pesquisa na área de Humanas. Trabalhos como os de Medeiros (2017; 2018), Santos e Cunha (2018), Santos (2018), Rocha (2018), Pilla (2018), Alves e Becker (2019) ou Medeiros e Siciliano (2022) sugerem o interesse despertado por esse tipo de literatura na última década.

Trata-se de um lugar privilegiado de observação do que se entende ou espera como sendo a maneira correta de performance das interações sociais em um determinado tempo e lugar. Indicador das condutas vistas como mais apropriadas a cada tipo de interação, manuais de etiqueta permitem que sejam encontrados indícios, no sentido de Ginzburg (2008), das concepções de uma sociedade – ou da parte que produz e consome esse tipo de discurso – a respeito de si mesma.

Como destaca Penelope Brown (2015, p. 326), a polidez e as boas maneiras se apresentam como partes de uma trama ampla de fatores históricos, políticos e sociais. Aprendidas ao longo da trajetória social dos sujeitos, normas de polidez e comportamento encontram um espaço de objetivação, dentre outros lugares, em livros de etiqueta, manuais de boas maneiras e recomendações de comportamento, em uma literatura que remonta, segundo Rocha (2018) e Medeiros (2018), ao século XVI.

Em termos teóricos, nota-se nesses trabalhos um aporte a partir de Norbert Elias (2006) referentes à ideia de “processo civilizador”, uma vez que se trata de manuais de “boas maneiras” e “civildade”. Por seu turno, uma abordagem a partir de Goffman (2010; 2015), sobretudo da noção de “face”, em Kalekin-Fishman (1988), Picard (1992; 1996) e Penelope Brown (2015), derivando para questões de linguagem em Vikki (2002), Blitvich (2010), Nodoushan (2012), Haugh e Chang (2016).

A literatura relativa à etiqueta e boas maneiras desce ao micro-nível de detalhamento das interações comunicacionais, permitindo a compreensão desse tipo de interação – ou, em termos mais precisos, das prescrições normativas relativas a alguns tipos de comunicação nas relações interpessoais. Enquanto categoria de interação, assinala Tatjana Rusko (2014, p. 93), a polidez é uma garantia de sucesso na comunicação a partir do aprofundamento dos contatos sociais.

Rudick e McGeouch (2019) mostram as possibilidades de pensar o tema a partir de suas dimensões performativas, enquanto Watts (2011), Marina Terkaroufi (2011), Isabelle Van der Bom e Karen Grainger (2015) e Van der Bom e Sara Mills (2015) apresentam trilhas históricas e genealógicas dos estudos sobre polidez dentro de um viés linguístico-pragmático, mostrando aspectos interdisciplinares, mas pautado nos pressupostos interacionais do tema.

Este texto delinea algumas dimensões das interações sociais apresentadas como corretas em “Boas Maneiras” escrito por Carmem D’Ávila (1951). A escolha se deve à sua tiragem e número de edições: o exemplar estudado nesta pesquisa, de 1951, informa que o livro está em sua 8ª edição, com 69 mil cópias impressas. O manual é estudado, em outras perspectivas de interpretação, por Santos (2017), Strang e Santos (2017), Cunha e Santos (2017), Alves e Becker (2019); dialoga-se também, apesar das diferenças de objeto, com Medeiros (2017) e Medeiros e Siciliano (2022).

O livro de D’Ávila foi publicado pela Civilização Brasileira. Não há indicação do ano original de edição, o que não permite saber quanto tempo levou para se chegar a esse número de vendas. A intenção da obra é definida pela autora na primeira folha:

Este livro é um secretário particular, confidente discreto dos pequeninos embaraços da nossa vida em sociedade. A edição que hoje vem a público é a oitava, e, como das outras vezes, não me ocorre a quem possa eu oferecer um só dos exemplares... Porque foi precisamente na convivência fidalga de todos quantos me cercam, que aprendi as lições que aqui deixo (D’Ávila, 1951, p. V)

Os “pequeninos embaraços” estão entre os objetos das análises de Erving Goffman (1978; 2010; 2012) quando fala de “micro-estudos da ordem social”. No caso, trata-se sobretudo de pensar nas melhores maneiras de agir para evitar constrangimentos, situações embaraçosas e, no limite, vergonha. Esses sentimentos, sugere o sociólogo canadense, estão entre as principais formas de poder, controle e manutenção da ordem social. O sucesso nessas interações em escala micro significa não apenas conhecer elementos dessa ordem como também participar, em alguma medida, de seu estabelecimento e prosseguimento. É

sobretudo a partir da análise em micro-escala que é feita a leitura do livro, procurando tecer alguns fios entre essas pequenas interações e outros aspectos das práticas sociais. A escolha de um objeto situado historicamente no passado se apresenta também como oportunidade de verificar alguns modos de endereçamento dessas questões naquele momento.

Optou-se por trazer os acionamentos conceituais ao longo do texto, acompanhando, quando possível, as especificidades do objeto empírico. Os balizamentos teóricos, na medida em que cabe esse procedimento, são entrelaçados com o discurso presente no objeto. A convocação de referências não se dá no sentido de buscar um trabalho filigranado de aproximação teórica, mas de intersecção possível com o objeto. Nas citações diretas foi preservada a grafia original das palavras do livro.

Outro aspecto é o caráter situacional dessa literatura: suas recomendações se apresentam em situações de interação social tipificadas em termos de suas condições, dinâmicas e objetivos. É possível, a partir de Braga (2010) e Goffman (2010) compreender esses três pontos de interação comunicacional: Condições em termos daquilo que torna possível a ocorrência de uma determinada situação, na qual ocorrem dinâmicas de um tipo específico, de acordo com a gama de possibilidades de um roteiro elástico, mas não indefinidamente maleável, voltada para um objetivo exterior à própria interação.

No que se segue, o texto se estrutura a partir desses três pontos, destacados na leitura de “Boas Maneiras”, de D’Ávila (1951): (1) as condições de efetivação das práticas de polidez frente às dinâmicas da Modernidade; (2) dinâmicas e a delimitação de episódios de interação e (3) objetivos das micro-interações nas manifestações de gestualidade e postura corporal.

Condições de possibilidade de uma interação polida

A emergência de uma literatura de etiqueta e polidez está relacionada a um momento histórico da Modernidade quando o surgimento de uma nova classe política e econômica, a burguesia, trazia não apenas o desejo da eclosão de um modelo econômico de mercado, mas também reivindicava, em termos de vida, a herança de uma aristocracia da qual ocupava o lugar. Manuais de etiqueta e boas maneiras estão situados em um momento de afirmação de um modelo sócio-econômico que se apresentava igualmente interessado em mostrar seu domínio no âmbito das interações sociais (Malherbe, 2006; Picard, 2009).

O livro de D’Ávila se insere dentro de um espaço temporal relativamente amplo: a edição estudada neste artigo é de 1951, mas a literatura específica sobre o objeto indica que ele teria sido publicado em 1930; trata-se, portanto, de um intervalo de cerca de vinte anos balizado sobretudo pelo governo de Getúlio Vargas, a emergência de uma classe média urbana, nas grandes cidades que, sem evidentemente pertencer a uma aristocracia política ou econômica, procura ser, de algum modo, caudatária desse estrato social a partir da adoção – ainda que adaptada – de algumas de suas práticas (Fausto, 2010).

Em particular, as transformações econômicas da sociedade, na trilha de um capitalismo tardio que sucede formações predominantemente agrárias do século anterior, levam à formação de uma nova classe média urbana que convive, ao mesmo tempo, com uma recém-formada aristocracia industrial, com os remanescentes do poder econômico agrícola, de um lado, e com as classes operárias e populares, formadas por trabalhadoras e trabalhadores urbanos.

A polidez e as boas maneiras, nesse sentido, se apresentam como formas privilegiadas da classe média demonstrar sua proximidade com as parcelas mais altas da população, com a qual se identifica em termos políticos, mas, sobretudo, se distanciar das classes populares, das quais estão economicamente muito mais próximas. Desse modo, se a distinção de classe não pode ser estabelecida imediatamente em termos financeiros, sobretudo por conta do contexto econômico daquele momento, ela será definida a partir das atitudes, modos e estilo de vida.

A elaboração e circulação em maior escala de manuais de etiqueta e comportamento adequado parece estar diretamente ligado ao que Elias (2006) denomina como “processo civilizador”. Em sua obra homônima, o sociólogo alemão se debruça sobre o desenvolvimento de todo um sistema de etiqueta, boas maneiras e comportamentos originalmente desenvolvidos nas cortes da Europa ocidental referentes a um abrandamento dos modos e costumes, voltado para o refinamento de atitudes que permitiria uma convivência mais harmoniosa, ainda que superficial, entre a nobreza – uma relação mais civil, de onde o termo “civildade” e a proposta de Elias sobre o elemento “civilizador”.

É importante notar que esse processo, em sua perspectiva, não foi uma dimensão cosmética das práticas interpessoais dissociada de outros elementos. Sua proposta busca examinar uma correlação entre o fortalecimento dos estados nacionais, no momento de ascensão da burguesia, e a adoção de um refinado – e detalhado – código de etiqueta e procedimentos pelas pessoas da corte, de onde a “cortesia” como palavra derivada desse processo. Desse modo, civilização e cortesia parecem derivar de uma origem política e social comum.

No livro de Carmem D’Ávila, o prefácio de Cezar Netto destaca esse parentesco entre as boas maneiras e a ética, pensada em termos de uma normatividade do social que, embora esteja fora da esfera jurídica, é igualmente importante para a efetivação das práticas sociais. O autor traça um quadro histórico de uma progressiva transformação dos costumes ao longo dos últimos séculos, indicando como a polidez das maneiras é fruto de políticas que tinham, como objetivo, promover uma melhor convivência entre as pessoas.

A lei ética e a lei da cortezia, que é também, até certo ponto, uma modalidade daquela, são, pois, complementos essenciais dos preceitos com que, preservando a coexistência dos indivíduos, os Estados mantêm a própria estabilidade. Si a primeira é a substância da norma jurídica, a segunda não lhe é somente na função de suavizar os costumes e plasmar o coração (Netto in D’Ávila, 1951, p. VIII)

As práticas relacionadas à etiqueta, boas maneiras e cortesia ultrapassam os espaços da nobreza e se espalham por um tecido social mais amplo, composto sobretudo por representantes da burguesia que, na adoção dessas práticas, encontram um princípio de reivindicação de um *status* mais alto para si mesmos na sociedade. No caso, isso se efetiva a partir do conceito de “elegância”, em uma leitura específica:

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 (Medeiros; Siciliano, 2022, p. 148).

Aspecto dos mais visíveis nas práticas cotidianas, a etiqueta e as boas maneiras são reveladores do espaço social ocupado por uma pessoa, sobretudo por serem frutos de um aprendizado social voltado para a relação com os outros. Tanto quanto a roupa, e nesse sentido se está muito próximo das dinâmicas do campo da moda, a etiqueta e os modos estão constantemente na superfície das interações sociais, e raramente podem ser dissimulados – exceto enquanto estratégia. Uma recomendação da autora no início do livro indica esses pontos:

Não se caminha balançando o corpo como um velho piloto, nem com o passo saltitante como o Pisa-flores do século XVI. Não se balançam os braços ao andar. Basta firmar o polegar sobre a palma da mão para conservá-los em perfeita imobilidade. Não se volta a cabeça para todos os lados; não se acompanhar alguém com um olhar insistente; não se chama por acenos uma pessoa que passa; não se fala e não se ri alto; não se fazem gestos e não se anda de mão no bolso (D'Ávila, 1951, p. 4).

Vale destacar, nesse sentido, o que Claudine Haroche (2004) estuda como a “força do olhar” na democracia: a rua, enquanto espaço democrático, não pode se converter em um espaço de vigilância e monitoramento. Daí a perspectiva de que a civilidade implica também no controle do olhar, como no trecho destacado. Visto dessa perspectiva, a título de exemplo, o ato de olhar e saudar alguém, em todas as suas nuances e minúcias, reveste-se de um componente político na medida em que a escolha de quem cumprimentar, o tempo gasto para tanto, a gestualidade envolvida, os movimentos e posicionamentos de corpo e elementos correlatos são indicadores de uma ordem social que antecede e preside esse tipo de interação.

A dimensão da interação, salienta Braga (2004), é parte fundamental do contexto da comunicação, e, de certo modo, os manuais de etiqueta e boas maneiras são voltados para o sucesso das práticas comunicacionais em situações de interação social bastante específicas.

A literatura de boas maneiras e etiqueta, em geral, dedica um espaço significativo em relação ao corpo, em particular aos seus movimentos e gestos, mas também, de modo igualmente intenso, ao seu controle. Saeko Fukushima (2004; 2015) destaca a necessidade de retomar aspectos do que denomina “polidez não-linguística”, identificada a partir de atitudes, comportamentos e posicionamentos de um indivíduo em relação aos outros. O livro de Carmem D'Ávila, nesse aspecto, dedica um espaço considerável a esse tipo de interação na qual o gesto, a expressão facial e o movimento do corpo ganham precedência sobre o verbal.

O refinamento de atitudes e ações está ligado, nesse sentido, ao domínio – e, sobretudo, ao auto-domínio – das ações, dentro de uma perspectiva que, talvez mais do que à performance, remeta em alguns momentos à coreografia. A polidez está ligada a uma expectativa de sincronia mútua dos movimentos dos participantes – o que permite presumir, igualmente, que todas as pessoas envolvidas em uma situação estejam plenamente cientes das regras. Isto parte de um aspecto coreográfico das interações indicado no capítulo sobre cumprimentos:

Um cavalheiro cumprimenta uma senhora em primeiro lugar (aos tímidos uma senhora poderá animá-lo com um olhar); o inferior, ao superior hierárquico; o mais moço, ao mais velho. – Um senhor de idade, porém, pode cumprimentar em primeiro lugar a um rapaz acompanhado de senhoras (D'Ávila, 1951, p. 20).

Quando, em uma interação, um dos participantes não conhece esses códigos, há um movimento de sanção mais ou menos explícita por parte do resto do grupo, provocando uma situação de embaraço, vergonha ou deslocamento. As divisões de classe social parecem se apresentar com especial força no âmbito da etiqueta e das boas maneiras: os manuais, historicamente, são escritos a partir da concepção de uma classe dominante, uma burguesia que busca emular a nobreza, e voltado para a essa mesma parcela da sociedade.

Se, inicialmente, esse tipo de procedimento era pautado por uma perspectiva de distinção de classe, é possível notar um movimento no sentido de buscar uma pretensão de universalidade: as “boas maneiras”, na sociedade burguesa do século XIX, torna-se sinônimo de “educação”, rementendo também à ideia de “finura” e “polidez”.

Há, nesse ponto, elementos de manutenção de classe e mesmo de estratégias matrimoniais: é entre os filhos da “alta sociedade” que serão celebrados os casamentos dentro de famílias próximas em termos sociais e econômicos. Marina Terkourafi (2011, p. 160) destaca as “recompensas sociais” da polidez enquanto estratégia de convívio: mostrar polidez é procurar um acesso franqueado a determinados espaços sociais anteriormente interditos a quem não possui um código.

A inserção de recém-chegados a esse estrato não é definida apenas em termos financeiros, mas também em termos de conhecer as regras da microcomunicação observada em rituais de etiqueta, assim como a demonstração de “bons modos”: quem falha nesse tipo de teste de aptidão é estigmatizado como resultado do descompasso entre um capital financeiro alto, mas que não é secundado por um conjunto de práticas sociais e culturais semelhantes – a expressão “novo rico” sugere que a aceitação desse tipo social era parcial. Estas considerações nascem a partir de um trecho do livro sobre a recusa a um pedido de casamento:

Imaginemos, porém, que a resposta é uma recusa. (...) Ao pai do rapaz, o pai da moça pede um prazo para consultar a família, e dentro de três ou quatro dias no máximo procura, pessoalmente, o pai do rapaz e apresenta as evasivas que lhes possam atenuar o golpe (D'Ávila, 1951, p. 270).

É sintomático que Goffman (1953), em seu primeiro trabalho publicado, tenha se dedicado a estudar o lugar dos símbolos de classe nas interações sociais, mostrando como, para além desse núcleo hegemônico que se auto-outorgava o direito de indicar quais eram as atitudes e comportamentos “corretos”, todo o resto do social era classificado em termos não apenas da posse de determinados bens, mas, sobretudo, de sua capacidade de se modular suas ações de acordo com as minúcias das expectativas formuladas pelos grupos dominantes. “As regras apresentadas no livro foram criadas para uma sociedade hierarquizada e reforçavam práticas cotidianas para mostrar o lugar social de cada indivíduo” (Strang; Santos, 2017, p. 17).

A ruptura desse circuito, quando ocorria entre iguais – a linha, recorda Goffman (2015), é situacional – era entendida como falha momentânea, a “gafe” ou o “ridículo”, tanto

mais imperdoável quanto se tinha consciência do erro. Notou-se isso a partri de uma preocupação exposta pela autora logo no início do livro:

Na rua, a “linha” impõe toda a discreção de maneiras. As expansões, mesmo justificadas, entre dois entes que se querem, quando expostas, tornam-se ridículas (D’ávila, 1951, p. 3).

Em “Boas Maneiras”, isso se reflete no tom de recomendações e nas menções presentes a pessoas de classe social considerada “inferior”, mas plenamente cientes desse tipo de regra. Os processos de apresentação, recorda Goffman (2010), são planejados para ressaltar o caráter polido de uma das pessoas em contraste com o constrangimento gerado pela simples presença de outra de menor status. Essa hierarquização social pode ser observada em vários momentos do livro quando pessoas situadas em níveis diferentes se encontram, questões que emergem a partir da leitura do livro, como no trecho a seguir:

O inferior deixa sempre o superior passar em primeiro lugar, assim como um cavalheiro cede o passo a uma senhora. Ao aproximar-se de uma porta, um cavalheiro dá um passo atrás, dizendo: – Queira passar, minha senhora! A dama aceita e agradece com um sorriso. (...) Entre duas senhoras, a mais velha tem a primazia; mas, como acontece, às vezes, que as senhoras de uma *certa idade* não têm mais uma *idade certa*, convem convidá-la, mas nunca insistir a ponto de provocar discussões (D’ávila, 1951, p. 14)

Mas a quais situações, efetivamente, essas recomendações se dirigem? Isso conduz ao próximo ítem.

Dinâmicas e a delimitação de episódios de interação na polidez

A noção de “situação social” utilizada no livro de D’Ávila pode ser lida a partir, entre outros, das considerações Goffman (2012) ou Winkin e Leeds-Horwitz (2016). Pautado nesses autores, pode-se considerar uma situação social como uma interação delimitada em termos de seus limites físicos e temporais, seus participantes e objetivos. Situada em um lugar definido que, por si só, já indica as possibilidades de interação, tem uma duração limitada, com início e fim geralmente demarcados. Seus participantes estão vinculados pela co-presença e por estarem potencialmente abertos para algum tipo de interação dentro dos parâmetros de espaço e tempo que formam os limites externos da situação. Finalmente, ainda seguindo a autora e os autores citados, uma situação tem algum tipo de finalidade ou objetivo, que pode tanto estar contido em seus próprios limites quanto remeter a algo externo.

É nas situações sociais que os indivíduos são demandados a mostrar suas capacidades e competências na interação com os outros. A co-presença, recorda Goffman (2012), é suficiente para gerar uma alteração nos indivíduos, podendo levar a envolvimento de variados graus.

Nesses momentos a demanda pela performance de um comportamento adequado aparece com mais força: é esperado, de cada indivíduo, saber como se comportar em uma

situação. A ideia de “traquejo social”, isto é, a maleabilidade para se adaptar corretamente a cada situação, reflete esse tipo de expectativa mútua de ação.

Não é de estranhar, portanto, que o livro de D’Ávila comece por interações sociais comuns, em uma situação de encontro e saudação na rua. Essa situação é caracterizada por ser consideravelmente efêmera, limitada espacialmente pelo fluxo de outras pessoas que, por isso mesmo, constrange os participantes a uma rapidez para formar e desfazer o momento de interação. Essa compartimentação no espaço e no tempo torna ainda mais necessário – segundo se depreende do livro – estar de posse do repertório de civilidade esperado, bem como da capacidade de acioná-lo imediatamente. Mais ainda, espera-se que não exista nenhum questionamento dos procedimentos, uma vez que estão ancorados na mentalidade: “A validade dos manuais de etiqueta e boas maneiras remete não somente ao caráter provisório e incompleto da formação social mas, também, à presença de elementos estruturais sob os quais se constituem as relações sociais” (Cunha; Santos, 2017, p. 198).

Foi possível identificar isso a partir da leitura deste trecho:

Durante os passeios, os homens pagam tudo: cadeiras dos jardins e de cinema, comestíveis, bebidas, condução, flores, etc. Às senhoras compete apenas aceitar, agradecer sempre, e não abusar nunca nem dar ordens, deixando ao companheiro o papel de anfitrião (D’Ávila, 1951, p.5).

Vale examinar mais de perto esse trecho. Trata-se de recomendações para homens e mulheres andando na rua. Para os homens, é possível depreender que estão em horário de trabalho, indo de uma atividade para outra nas ruas de uma movimentada capital. As mulheres, no entanto, raramente são apresentadas dessa maneira: em 1950, o trabalho feminino se limitava ao espaço doméstico, com exceções abertas à docência na educação infantil e na atuação episódica, quando solteira, como secretária em empresas ou escritórios.

Essas questões figuram no livro, ainda que de maneira indireta. Este trecho sobre o uso de elevadores permite observar alguns aspectos disso:

Os Ascensores

Produto do arranha-céu, recindo anti-higiênico, veículo coletivo sempre incomodo (...) os ascensores precisam, ao menos, ter o adorno das boas maneiras. (...) Nas lojas de artigos femininos, nos prédios de apartamentos, nos hotéis, nas salas de chá, assim como nos clubes, os homens descobrem-se nos elevadores; mas nos edifícios somente de escritórios ou repartições públicas, onde as senhoras aparecem acidentalmente, não são obrigados a essas cortesias (D’Ávila, 1951, p.15).

A chegada de grandes edifícios de escritórios demandam atenção especial às interações nesses espaços. Trata-se, no entanto, de uma modernização seletiva: as mulheres frequentam “acidentalmente” escritórios ou repartições públicas.

Mas de qual “trabalho feminino” se está falando? Parece haver um implícito de classe e raça presente no texto: mulheres brancas empobrecidas, bem como trabalhadoras negras,

certamente estariam nesse mesmo espaço público, compartilhando as calçadas e, portanto, vinculadas à mesma expectativa de saudar e serem saudadas. No entanto, estão presentes apenas no avesso do discurso do livro.

Manuais de etiqueta e boas maneiras são produções carregadas de aspectos que os ligam a passados remanescentes e, teoricamente, atuam no viver das sociedades que, em diferentes conjunturas, demandam por balizas norteadoras da vivência e da adequação de homens e mulheres às transformações culturais (Santos, 2017, p. 5).

A literatura de bons modos e civilidade é voltada para uma estreita faixa social que pode ser dar ao luxo de manter uma divisão do trabalho pautada não apenas em uma oposição binária entre homens e mulheres, mas no complemento atribuído à presença no espaço público e espaço particular. Essa dinâmica, lembra Estelle Ferrarese (2002) está ligada ao estabelecimento de uma normatividade pautada em regras de civilidade.

Evidentemente não se deixa de lado a possibilidade de existência de exceções, potências de agenciamento de sujeitas nas condições descritas ou formas outras de resistência a esse tipo de condição. Se, para além da superfície – não superficialidade – das interações for possível observar alguns dos atravessamentos do social que percorrem as situações descritas pelo livro, pode-se encontrar variáveis de posição e posicionamento no espaço social. Trata-se, portanto, da regulação de condutas em situações sociais delimitadas, em última instância, por um espaço urbano em expansão, que traz em si, recorda Milton Santos (1997), uma série de desigualdades já em sua concepção.

As interações são restritas pelas possibilidades de, efetivamente, se ter consciência do espaço social prescrito e ocupado. Na literatura de etiqueta e boas maneiras, saber se comportar é, sobretudo, saber se colocar no devido lugar, isto é, reconhecer o sentido das hierarquias sociais, identificar as posições que se pode ou não ocupar e como, a partir disso, as situações de interação social tendem a se desenrolar. Daí, ao longo do livro, a preocupação em falar de “superiores” e “inferiores” e como interagir com cada uma delas.

Os modos de endereçamento propostos no livro de Carmem D’Ávila (1951) podem, por sua rigidez, causar certa estranheza diante da aparente mobilidade contemporânea. As demarcações sociais são de tal modo ressaltadas que não seria estranho apontar para uma certa artificialidade do comportamento, que perde, de certa maneira, toda espontaneidade. Trata-se, de fato, de empregar uma série de artifícios – daí o “artificial” – para controlar o corpo, as expressões faciais, os gestos e a voz no sentido de suavizar, ao máximo possível, as interações.

Não por acaso, dentro da metáfora dramatúrgica de análise do social proposta por Goffman (2015), recorda Martino (2009; 2021), talvez não seja de todo errado considerar livros como os de Carmem D’Ávila como uma espécie de “roteiro”, ou mesmo um “script”, das performances sociais a serem adotadas em cada momento – inclusive, como indicado, trazendo algumas personas sociais para primeiro plano ao mesmo tempo em que excluem, ou invisibilizam, outras.

Objetivos de polidez nas gestualidades e posturas corporais

Se é possível tomar a perspectiva trabalhada por Goffman (1982) a respeito das relações entre a ordem da interação e a ordem social, tal como destacado também por Gastaldo (2004) e Martino (2021), o livro de Carmem D'Ávila (1951) permite verificar as expectativas em torno das relações de poder a partir das microinterações focalizadas pela autora. Trata-se, em primeiro lugar, de observar uma dimensão das boas maneiras e da etiqueta como um modo de controle – dos corpos, sobretudo, mas também da linguagem.

O sistema de saudação, por exemplo, é detalhadamente trabalhado no livro, e aparece em mais de um momento como reforço das relações de cortesia que se devem esperar reciprocamente no trato com os outros. Pautado em uma perspectiva de controle do tempo e da velocidade do social, como indicado em outro trabalho (Martino, 2022), esse é o momento principal de demonstração de deferência nas relações.

Um cumprimento, por exemplo, é indicado como “um movimento de cabeça e de busto”, enquanto o aperto de mão é apresentado de maneira igualmente pormenorizada, de modo a não ser muito forte – “de atleta”, como diz o livro, “que têm sua sabedoria na força” (D'Ávila, 1951, p. 34) – nem somente com a ponta dos dedos, o que sugere pouca atenção ou interesse em cumprimentar a outra pessoa. Como lembra Haroche (2000, p. 12), Goffman se refere à deferência cerimonial, estabelecida, segundo a autora, em interações breves e limitadas no espaço e no tempo – no caso, a saudação.

Parece haver, no livro, uma atenção especial ao posicionamento dos corpos no espaço. É preciso que se leve em consideração, nesse ponto, a presença, na obra, da perspectiva de uma diferença fundamental entre as pessoas a partir do regime de movimento dos corpos. Trata-se, nesse ponto, de pensar em que medida, naquele momento, seria possível falar de uma hierarquia social inscrita nos corpos, seus movimentos e expressões.

Nesse aspecto, D'Ávila (1951) recorda em vários momentos do livro que os homens devem sempre caminhar do lado da calçada próximo à rua, assim como devem entrar na frente em restaurantes ou tomar a iniciativa do cumprimento. “Assim é que podemos perceber nos preceitos dos manuais analisados uma certa permanência dos sentidos na busca do equilíbrio e da relação entre civilidade e pecado, ainda que este seja agora muito mais um pecado social do que moral” (Pilla, 2018, p. 227).

À mesa a distribuição é rigorosamente hierárquica, conservando o posto oficial de anfitrião o dono da casa, posicionado na cabeceira da mesa; ao seu lado, o convidado mais importante do lugar, seguido de uma extensa ordem de indicações a respeito de quem pode se sentar – e, portanto, conversar (D'Ávila, 1951, p. 56). A atenção a esse tipo de protocolo não apenas sugere a existência de um meio social relativamente hierárquico em pleno período de meados do século XX, mas também do significado social desse tipo de comportamento.

Esta discussão se pauta em um trecho do livro no qual há uma das poucas menções diretas a uma interação entre classes:

Grandes banquetes exigem o serviço feito pelos criados (homens) vestidos de casaca ou “libré”, luvas de escocia branca e guardanapo sobre o braço esquerdo. As copeiras só servem os jantares íntimos; vestem-se de preto, com touca e colarinho brancos. O avental pode ser preto ou branco, conforme o uso da casa.

Impassíveis, sem tomarem parte, sequer por um sorriso, na conversação dos patrões, os criados devem manter-se perfeitamente corretos (D'Ávila, 1951, p. 115).

Mais uma vez recorrendo a ilustrações, a autora mostra como o posicionamento dos convidados em um jantar, por exemplo, define quem pode conversar com quem – a discricção, presente o tempo todo como um dos fundamentos da convivência social, indica que apenas os vizinhos de cadeira podem conversar entre si, exceção feita a quem estiver diretamente à frente:

Enfim, á mesa, mesmo quando pesem as iguarias no estômago, o espirito deve conservar-se leve. Limitemo-nos a banalidades sociais: fatos do dia, fragmentos de historia e literatura, anedotas não obrigadas a biografias, cuja oportunidade se ajuste a uma expressão feliz (D'Ávila, 1951, p. 159).

O limite desse tipo de interação pautada na ideia de não criar nenhum tipo de problema leva, como nota Véronique Traverso (1997), a uma conversação restrita ao clima e suas mudanças, que, pela elasticidade de sua abrangência, dificilmente causaria algum tipo de controvérsia. Mas não é só o “espírito” a ficar leve: como salienta Pilla (2018), o controle dos gestos à mesa deve passar, sobretudo, a impressão de que se sabe controlar plenamente a própria fome. Trata-se, na perspectiva de Goffman (2010), de uma estratégia de “preservação de face”. A ligação entre boas maneiras e preservação de face é intensa, assinala Luana Barrere (2017, p. 389), uma vez que a polidez “visa organizar e manter a cordialidade no tratamento que os indivíduos oferecem uns aos outros em certas situações de comunicação”.

Do mesmo modo, a maneira como uma pessoa deve inclinar o corpo diante de um superior – a autora se detém particularmente em relação à nobreza, clero e militares – está diretamente ligada à expectativa de respeito que esse tipo de interação parece prever.

Há, pode-se notar, interditos sociais bastante evidentes nesse posicionamento, evitando-se ao máximo situações constrangedoras nas quais duas pessoas de nível hierárquico diferentes fossem obrigadas a manter uma proximidade física incompatível com a expectativa de distância social entre elas. Goffman (2012) entende esse tipo de interação como parte do que elabora como tipos de atenção: a proximidade espacial é pensada, no livro de boas maneiras, enquanto elemento capaz de estimular a atenção focada frontal de maneira quase ininterrupta, diminuindo o espaço de qualquer outro foco.

Uma das poucas referências à etiqueta de outras classes sociais sugere que as recomendações de discricção, feitas ao longo de todo o livro, não valem lá:

E o orador de um retiro espiritual de empregadas domésticas pregava: cumprimentem-se com a alma e o coração; com um bom dia amável, embora heroicamente feito a princípio, e pouco a pouco amenizado, se estabelece, muita vez, um *modus vivendi* indispensável ao convívio entre o pessoal de serviço, para sossego de um lar (D'Ávila, 1951, p. 61).

Mesmo quando a autora presume certa intimidade entre os participantes da interação, a sequência de movimentação espacial das pessoas parece ser bastante demarcada. Quando o noivo vai à casa da noiva, já na condição de alguém aceito para “fazer parte da família” em breve, o cumprimento deve ser ainda com um beijo na mão – mesmo procedi-

mento a ser adotado com pais e padrinhos, apesar da autora reconhecer que já estão em desuso naquele momento.

O código de civilidade estabelece uma linguagem, um modo de comportamento, que é pactuado socialmente: estabelece-se um dever ser e os partícipes do jogo social pactuam que aquele código será utilizado como linguagem, como forma de comunicação e enunciação de si e do outro, tornando o aprendizado do código em partilha do comum (Medeiros, 2018, p. 3)

Não deixa de ser curioso notar uma ausência quase integral no livro a respeito das roupas a seres utilizada nas interações sociais. Ao longo do livro, duas indicações a respeito do vestuário da época para a classe social de origem e destino da obra: chapéu, para os homens, luvas para as mulheres. Não são mencionados outros adereços, indicações de penteado, usos de roupas específicas, adaptação ao clima ou qualquer outra referência mais detalhada sobre os modos de vestir. “Há um recorte implícito que delimita os interlocutores dos textos de D’Ávila. Ao declarar sua convivência entre as classes mais altas, a autora localiza o seu lugar social, bem como, o da construção dos seus discursos” (Cunha; Santos, 2017, p. 199).

Há considerações a respeito dos trajes de casamento, com uma descrição de vestidos de noiva, e as regras a serem utilizadas durante um período de luto – em linhas gerais, com o uso inicial do preto sendo progressivamente abandonado de acordo com o tempo decorrido do falecimento de alguém próximo. Fora isso, uma única referência, ainda no início do livro, sobre a necessidade de se utilizarem cores escuras e discretas, que permitam à pessoa “desaparecer na multidão”, conforme a ideia do livro.

Pode-se notar isso a partir de uma referência ao uso de maquiagem:

A mulher deve ou não pintar-se? *That is the question*. Deixamos a discussão aos moralistas e higienistas. [...] Todavia, disfarçar as rugas de um rosto amarrotado como um pergaminho, desfazer o encontro dos supercílios cerrados, delir marcas de sol provenientes dos esportes, é ceder à ideia, muito francesa, de causar prazer aos outros, concorrendo para uma estética geral (D’Ávila, 1951, p. 35).

Trata-se, em uma leitura a partir de Goffman (2010), de uma estratégia compatível com a proposta da obra de evitar constrangimentos: a discríção pode ser entendida como uma tentativa de ser objeto do que o autor canadense denomina “desatenção civil”, isto é, o direito, quase o privilégio, de ser ignorada ou ignorado ao andar na rua ou participar de uma interação. A desatenção civil não se confunde com a falta de atenção a uma pessoa, em um caso limite de interação desfocada; trata-se do direito de uma pessoa de não ser destacada, em uma situação, por alguma de suas características.

Observe-se que, no momento em que o livro é escrito, a responsabilidade de não chamar a atenção é atribuída à pessoa, não ao grupo ou sociedade que a cerca: a preocupação em fazer o possível para não ser notado cabe ao indivíduo, não ao coletivo.

Considerações finais

A leitura, a partir de uma perspectiva micro-interacional, de “Boas Maneiras”, de Carmen D’Ávila (1951) permite observá-lo como uma complexa trama de fios que se ligam tanto a questões sociais mais amplas, dentro de uma perspectiva da institucionalização da ideia de “polidez” e “boas maneiras” como parte de um conjunto maior de “civildade” quanto ao nível cotidiano das interações consideradas, aparentemente, mais insignificantes.

A comunicação interpessoal existente no micro-nível das interações polidas parece se tornar um fim em si mesma no contexto de situações delimitadas em termos de suas condições, dinâmicas e objetivos. No âmbito das condições, ressaltou-se o aspecto de sua inscrição nas questões mais amplas da Modernidade; em termos de dinâmicas, procurou-se observar como essas micro-interações polidas são reveladoras de questões sociais relativas ao destaque ou apagamento de elementos de classe, idade, gênero e etnia. Finalmente, no que tange aos objetivos, notou-se a prevalência da gestualidade e das posturas corporais como parte das atitudes consideradas polidas.

Trata-se de uma possibilidade de observar as modalidades de endereçamento presentes em um tipo de comunicação interpessoal que tem, como objetivo principal, não necessariamente entabular uma conversa mais profunda ou uma relação mais duradoura, mas demonstrar sua própria efetividade enquanto uma espécie de prelúdio para outras práticas sociais.

Referências

ALVES, Gláucia da Rosa do Amaral; BECKER, Elsbeth Léia Spode. Manuais de Etiqueta e Civildade e sua Influência na Condução Social Feminina no Brasil (1940/1960). **Revista Latino Americana de Geografia e Gênero**, v. 10, n. 2, p. 42-65, 2019.

BARRERE, Luana Lisboa. Face e polidez linguística em reclamações *online*: uma análise sob o viés pragmático. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 7, p. 383-405, jan./jun. 2017.

BLITVICH, Pilar G-C. A genre approach to the study of im-politeness. **International review of pragmatics**, Vol. 2, no. 1, 2010, pp. 46-94.

BOM, Isabelle V. D.; GRAINGER, Karen. Introduction. **Journal of politeness research**, Vol. 11, no. 2, 2015, pp. 165-178.

BOM, Isabelle V. D.; MILLS, Sara. A discursive approach to the analysis of politeness data. **Journal of Politeness Research**, Vol. 11, no. 2, 2015, pp. 179-206.

BRAGA, José L. Interação como contexto da comunicação. **Matrizes**, Vol. 6, nos. 1-2, 2012, pp. 1-20.

BROWN, Penelope. Politeness and language. **International Encyclopaedia of the Social & Behavioural Sciences**, 2a. Edição, Vol. 18, 2015, pp. 326-330.

CUNHA, Gustavo X.; OLIVEIRA, Ana L. A. M. Teorias de im/polidez linguística: revisitando o estado da arte para uma contribuição teórica sobre o tema. **Estudos de Linguagem**, Vol. 18, no. 2, Maio-Agosto 2020, pp. 135-162.

CUNHA, Maria T. S.; SANTOS, Márcia R. Preceitos para bem viver: um estudo sobre manuais de civildade e etiqueta na década de 1950. **Comunicações**, Vol. 24, no. 3, ser-dez. 2017, pp. 191-211.

FERRARESE, Estelle. Espace public et civilité. Aux origines d'une relation normative. **Revue des sciences sociales**, Vol. 29, no.1, 2002, pp. 16-22;

FUKUSHIMA, Saeko. Evaluation of politeness: The case of attentiveness. **Multilingua**, Vol. 23, no. 1, 2004, pp. 365-387.

FUKUSHIMA, Saeko. In search of another understanding of politeness. **Journal of politeness research**, Vol. 11, no. 2, 2015, pp. 261-287.

FUMAT, Yveline. La civilité peut-elle s'enseigner?. **Revue française de pédagogie**, Vol. 132, no 1, 2000, pp. 101-113.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2015.

GOFFMAN, Erving. **Comportamento em lugares públicos**. Petrópolis: Vozes, 2012.

GOFFMAN, Erving. **Rituais de Interação**. Petrópolis: Vozes, 2010.

GOFFMAN, E. Symbols of class status. **The British Journal of Sociology**, Vol. 2, No. 4, Dezembro 1951, pp. 294-304.

HAROCHE, Claudine. Le comportement de déférence. **Communications**, Vol. 69, no. 1, 2000, pp. 5-26;

HAROCHE, Claudine. Manières de regarder dans les sociétés démocratiques contemporaines. **Communications**, Vol. 75, no. 1, 2004, pp. 147-169;

HAUGH, Michael; CHANG, Wei-Lin M. Understanding im/politeness across cultures: an interactional approach to raising sociopragmatic awareness. **International Review of Applied Linguistics in Language Teaching**, Vol. 53, no. 4, 2016, pp. 389-414.

KALEKIN-FISHMAN, Devorah; HISCOCK, Michel. Jeux, rituels et théâtre : éléments de la grammaire d'action sociale de Goffman. **Cahiers de sociologie économique et culturelle**, Vol. 10, no. 1, 1988. pp. 81-94;

MARTINO, Luís M. S. **Teoria da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MARTINO, Luís M. S. **10 lições sobre Goffman**. Petrópolis: Vozes, 2021.

MARTINO, Luís M. S. **Sem tempo para nada**. Petrópolis: Vozes, 2022.

MEDEIROS, Maria C. E-H. **Regras de convivência: um estudo sobre etiqueta e manuais de civilidade no Brasil**. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2017 (Dissertação de Mestrado em Educação).

MEDEIROS, Maria C. Etiqueta e consumo: uma narrativa dos modos de ser em manuais de civilidade. **COMUNICON**, 7, 2018. **Anais...** São Paulo: ESPM, 10 e 11 de outubro de 2018.

MEDEIROS, Maria C.; SICILIANO, Tatiana. A moda e os modos na Social. **dObras**, Vol. 36, no. 1, set-dez. 2022, pp. 144-163.

NODOUSHAN, Mohammad A. S. Rethinking face and politeness. **International Journal of Language Studies**. Vol. 6, no. 4, 2012, pp. 120-143.

PAULINELLI, Maysa P. T.; SANTOS, Gilmar B. **Trem de Letras**, Vol. 8, no. 1, 2021, pp. 1-29.

PICARD, Dominique. De la communication à l'interaction : l'évolution des modèles. **Communication et langages**, Vol. 93, no. 1, 3o semestre de 1992. pp. 69-83.

PICARD, Dominique. La ritualisation des communications sociales. **Communication et langages**, Vol. 108, no. 1, 2o. trimestre de 1996, pp. 102-115.

PILLA, Maria C. B. A. Dominando a própria carne: gula, temperança e boas maneiras à mesa nos manuais de civilidade. **Diálogos**, Vol. 22, no. 1, 2018, pp. 218-228.

ROCHA, Rita C. L. **Manuais de civilidade e educação: "a conduta da juventude feminina"**, de Sophie Christ. Piracicaba: Unimed, 2018 (Doutorado em Educação)

RUDICK, Kyle; McGEOUCH, Danielle D. Toward a performative understand of politeness. **International journal of communication**, Vol. 13, no. 1, 2019, pp. 2839-2858.

RUSKO, Tatjana. Politeness and cooperation principles in communication. **Language in Different Contexts**. Vol. 6, no. 1, 2014, pp. 89-97.

SANTOS, Márcia R. Educar para (com)viver: formação em manuais de civilidade à luz do tempo presente. **Cadernos do Tempo Presente**, Vol. 8, no. 4, jul-dez. 2017, pp. 67-78.

SILVA, Aurelio J.. Análise a respeito do decoro nas ciências sociais: uma aproximação conceitual. **Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 18, n. 52, 2019, pp. 117- 127.

STRANG, Bernadete L. S.; SANTOS, Fabiane L. M. Para casar: as boas maneiras e a economia doméstica na formação das normalistas brasileiras nas décadas de 1940 a 1960. **Imagens da educação**, Vol. 7, no. 1, 2017, pp. 14-23.

TERKOURAFI, Marina. From Politeness1 to Politeness2: taking norms of im/politeness across time and space. **Journal of politeness research**, Vol. 7, no. 1, 2011, pp. 159-185.

TRAVERSO, Véronique. La pluie et le beau temps dans les conversations quotidiennes. Aspects rituels et thématiques. **Sciences de la société**, Vol. 41, no. 1 1997, pp. 145-165;

VILKKI, Liisa. Politeness, face and facework: Current issues. **SKY journal of linguistics**, Vol. 19, no. 1, 2002, pp. 322-332.

Vincent, David. Les enjeux de l'analyse conversationnelle ou les enjeux de la conversation. **Revue québécoise de linguistique**, Vol. 30, no 1, 2001, pp. 177-198.

WATTS, Richard J. A socio-cognitive approach to historical politeness. **Journal of Historical Pragmatics**, Vol. 12, nos. 1-2, 2011, pp. 104-132.

Revisão: Anna Carolina N. F. Martino (annacmartino@gmail.com).

María Teresa de Vega: de actriz de Fellini a diseñadora de moda de la jet set

María Teresa de Vega: from Fellini's actress to the jet set's fashion designer

José Antonio Fernández Fernández¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8152-5284>

[resumen] La actriz suiza María Teresa Werlen fue uno de los rostros más populares en Italia durante la década de 1950. Por su matrimonio con el industrial Eduardo Vega Terrones adquirió la nacionalidad española en 1960, y trece años más tarde se introdujo en el mundo de la moda con la apertura de una pequeña *boutique* en el barrio malagueño de Guadalmar. Ante el éxito alcanzado, fundó la *boutique* Ascot en la urbanización madrileña de La Moraleja, donde ofreció, además de un amplio abanico de importantísimas firmas francesas, sus propias colecciones de *prêt-à-porter* bajo el nombre de María Teresa de Vega. Ascot fue un punto de referencia de la moda de lujo en España, y por ella pasaron un sin fin de aristócratas, cantantes, actrices y esposas de políticos y empresarios. Con el fin de dar a conocer su figura, el presente artículo aborda una síntesis de la trayectoria de María Teresa de Vega; una de las personalidades más destacadas de la costura española durante el último cuarto del siglo XX.

[palabras clave] **Mara Werlen. Federico Fellini. Moda española. Boutique Ascot. Johan Luc Katt.**

[resumo] A atriz suíça María Teresa Werlen foi um dos rostos mais populares da Itália na década de 1950. Através do seu casamento com o industrial Eduardo Vega Terrones adquiriu a nacionalidade espanhola em 1960, e treze anos depois entrou no mundo da moda com a abertura de uma pequena *boutique* no bairro de Guadalmar, em Málaga. Dado o sucesso alcançado, fundou a *boutique* Ascot na urbanização madrilenha de La Moraleja, onde ofereceu, além de uma vasta gama de marcas francesas muito importantes, as suas próprias coleções de *prêt-à-porter* sob o nome de María Teresa de Vega. Ascot foi uma referência da moda de luxo na Espanha, por onde passaram inúmeros aristocratas, cantores, atrizes e esposas de políticos e empresários. Para dar a conhecer a sua figura, este artigo aborda uma síntese da trajetória de María Teresa de Vega, uma das personalidades mais destacadas da costura espanhola do último quartel do século XX.

¹ Doctor en Arte y Ciencias Sociales por la Universidad Politécnica de Madrid. Profesor en el Departamento de Artes y Humanidades de la Universidad Rey Juan Carlos. E-mail: jose.fernandezf@urjc.es. Link: <https://gestion2.urjc.es/pdi/ver/jose.fernandezf>

[palavras-chave] **Mara Werlen. Federico Fellini. Moda espanhola. Boutique Ascot. Johan Luc Katt.**

[abstract] Swiss actress María Teresa Werlen was one of the most popular faces in Italy during the 1950s. In 1960, she acquired Spanish nationality through her marriage to the industrialist Eduardo Vega Terrones and, thirteen years later, she entered the fashion industry by opening a small *boutique* in the Malaga neighborhood of Guadalmar. Her success prompted the establishment of the Ascot *boutique* in the Madrid neighborhood of La Moraleja, where she offered her own ready-to-wear collections under the name María Teresa de Vega, along with a wide range of French brands. Ascot was a reference point for luxury fashion in Spain, attracting numerous aristocrats, singers, actresses, and the wives of politicians and businessmen. In order to bring her to the public eye, this article aims to provide a synthesis of María Teresa de Vega's career; one of the most prominent personalities of Spanish fashion during the last quarter of the 20th century.

[keywords] **Mara Werlen. Federico Fellini. Spanish fashion. Ascot boutique. Johan Luc Katt.**

Recebido em: 06-03-2025.

Aprovado em: 27-04-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1934>

Introducción

Durante el último decenio del franquismo Madrid experimentó una profunda transformación que estuvo marcada por la renovación urbana, importantes cambios sociales² y un aperturismo al exterior que trajo consigo la modernización de la ciudad; si bien, la libertad personal y política no mejoraron del mismo modo. En el ámbito de la moda, las revistas fueron clave para difundir las últimas tendencias internacionales en la capital española —como por ejemplo *Telva*, que ya desde su primer número, publicado en octubre de 1963, recogió las propuestas de la pasarela parisina a través de corresponsales (Prego de Lis, 2023)—, pero también surgió un nuevo canal de distribución cuyo modelo de negocio

² En estos años se produjo un incremento de la población de Madrid fruto de la emigración rural. La tasa de natalidad aumentó notablemente, y la de mortalidad disminuyó como consecuencia de las prestaciones sanitarias y del desarrollismo económico que mejoró el nivel de vida. La Ley General de la Seguridad Social del 27 de abril de 1966 incluyó, como medidas de acción protectora, “la asistencia sanitaria en los casos de maternidad, de enfermedad común o profesional y de accidentes” (España, 1966, p. 4781).

se basaba en la importación de ropa extranjera, fundamentalmente procedente de Londres y París. Fueron las llamadas *boutiques* multimarca, entre las que se erigieron como las más importantes un grupo de cinco: Dafnis, Don Carlos, Tres Zetas, Alfraro y Ascot, todas ellas situadas dentro del sector del lujo y grandes referentes de la moda.

La primera de estas *boutiques* fue Dafnis, que estuvo dirigida a aquellas señoras de la alta sociedad y la burguesía que buscaban integrarse en el mundo moderno a través de diseños exclusivos. Fundada por María Rosa Salvador en abril de 1965, Dafnis se ubicó inicialmente en un local de 100 m² de la avenida de Concha Espina 5, muy próxima al estadio Santiago Bernabeu, y desde su apertura contó con modelos de grandes diseñadores como Chanel, Givenchy y Emilio Pucci. Además, proporcionó un servicio de costura a medida de gran calidad que durante los primeros meses estuvo operado únicamente por una cortadora y un par de modistas, aunque poco tiempo después se incorporaron otras costureras provenientes de la casa de Flora Villarreal³, quienes, al intuir la proximidad de su cierre —como así ocurrió en 1968— le pidieron trabajo a Salvador (Gavarrón, 2010).

En contraste, Don Carlos tuvo un estilo más fresco y moderno y se orientó a una clientela joven y adinerada que quería seguir los patrones vanguardistas de Londres. Propiedad de Carlos Vila Magrinyá —de ahí su nombre, Don Carlos—, esta *boutique* fue inaugurada en 1966 en la calle Almirante Lauria de Valencia, pero también contó con dos sucursales en Madrid, una en la calle Serrano 96 y otra en Princesa 81, que se abrieron respectivamente en 1969 y 1975 siguiendo los diseños del arquitecto Rafael Tamarit Pitarch.

Por su parte, las hermanas Begoña, Amalia y Carmen Zunzunegui iniciaron su andadura comercial con Becara; una tienda de antigüedades y artículos de regalo que inauguraron en 1962. Sin embargo, repararon en que no había ropa de importación en España, y se les ocurrió la idea de montar una tienda que incluyera ropa de *prêt-à-porter*. Así fue como, en 1971, abrieron su primera *boutique* en Madrid a la que llamaron Tres Zetas —en referencia a cada una de las tres hermanas Zunzunegui—, y dos años más tarde, otra en Puerto Banús (Worthington, 1983).

En cuanto a Alfaro, su origen se remonta a 1926, cuando el empresario Hilario Alfaro Moreno abrió una pequeña tienda de complementos en la Gran Vía madrileña, en los aledaños del edificio Telefónica, que por entonces iniciaba su construcción. Cuatro años más tarde el negocio se especializó en camisería de caballero a medida, llegando a vestir incluso al rey Alfonso XIII, y desde finales de los años 60 se centró en la importación de ropa de Londres y París (Marín-Camp, 2013). En la actualidad la cuarta generación de la familia Alfaro sigue ofertando una cuidada selección de marcas extranjeras en sus tiendas de las calles Goya 5 y Serrano 20, tales como Incotex, Fabiana Filippi o Pierre-Louis Mascia, continuando así con la tradición.

³ La diseñadora Flora Villarreal (Miranda de Ebro, 1894 - + Madrid, 1977) abrió su casa de modas en 1918 en la madrileña calle Villalar, aunque cinco años más tarde se trasladó a la calle Monte Esquinza, y tras la guerra civil española, al número 9 de la avenida del Generalísimo (actual paseo de la Castellana), donde permaneció hasta su cierre en 1968. Este taller fue uno de los más prestigiosos de la alta costura española y contó con más de un centenar de empleados. Para conocer la trayectoria profesional de Villarreal véase el estudio de Herranz y Seco, “Flora Villarreal y su contribución a la moda española” (2008).

Finalmente Ascot, la última *boutique* de este exquisito grupo, fue fundada en 1975 por María Teresa de Vega; una de las personalidades más significativas de la costura española que, durante el último cuarto del siglo XX, supo mantener su empresa en la cumbre del sector textil. Y este es, precisamente, el objetivo del presente estudio: dar a conocer la figura de María Teresa de Vega y los hilos que la llevaron al éxito, desde sus inicios como actriz en Roma hasta el cierre de Ascot en 1994.

Juventud de María Teresa Werlen. Etapa de actriz (1954 - 1960)

María Teresa Werlen Elsig, más conocida como Mara Werlen o María Teresa de Vega, nació el 22 enero de 1933 en Naters (Suiza), una pequeña población del cantón de Valais situada a orillas del río Ródano, muy próxima a la frontera con Italia. Allí estudió hasta los dieciséis años y aprendió italiano, francés y alemán como consecuencia del plurilingüismo helvético (información verbal)⁴.

En 1949 se trasladó a Londres para aprender inglés, pues tenía en mente ejercer como intérprete, y en 1951, de regreso a su país, inició la Licenciatura en Derecho, aunque su paso por la universidad fue muy breve, pues abandonó la carrera tres meses más tarde. Ante la falta de interés por cursar estudios superiores, sus progenitores, Hermann Werlen y Amanda Elsig, la enviaron a Roma para que perfeccionase su italiano; si bien, en la Ciudad Eterna, comenzó a sentirse atraída por el mundo del cine. Era la época del neorrealismo italiano en la que los cineastas utilizaban sus películas para contar historias de la vida cotidiana y la resistencia partisana, y Werlen, con un físico imponente de cabello rubio y ojos claros, no tardó en recibir ofertas. Contaba, además, con cierta experiencia en la interpretación, pues con 18 años, aún en Suiza, formó un grupo de teatro *amateur* con sus compañeros de la facultad (Penche, 1985).

Werlen debutó en el cine en 1954 con la película *Accadde al commissariato (Un día en la comisaría)*, de Giorgio Simonelli, en la que dio vida a Enrichetta Biagioli, secretaria y amante del marido de Stefanía Rocca, interpretada por Lucía Bosé, que ya era una actriz muy popular en Italia por su participación en varios largometrajes. Aunque en esta película el papel defendido por Werlen fue muy pequeño, le sirvió para ganarse la confianza de Simonelli, que no dudó en llamarla pocos meses más tarde para actuar en *Io sono la Primula Rossa*, donde encarnó a Lady Patricia Sheridan.

A ésta le siguieron otras dos comedias dirigidas en 1955 por Camillo Mastrocinque en las que el realizador italiano abordó las aventuras del icónico personaje Totó. En la primera de ellas, *Totó all'inferno*, Werlen representó a Helena de Troya, y en la segunda, *Siamo uomini o caporali?*, a Mimí; una bailarina que en 1944, tras la liberación de Roma por los aliados, acude a un *casting* para ser contratada por el coronel Black, director de un teatro regentado por soldados estadounidenses.

Ese mismo año María Teresa intervino en *Sbandato*, un filme dramático sobre la resistencia partisana durante la II Guerra Mundial, e inmediatamente después pasó a formar parte del elenco de actores de *Il bidone (Almas sin conciencia)*, una de las mejores películas

⁴ Entrevista realizada a Eduardo Vega Werlen el 31 de julio de 2024 en Madrid.

de la historia del cine italiano con la que su director, Federico Fellini, comenzó a tener resonancia internacional. En una evidente búsqueda por mostrar las verdades dramáticas que integran la realidad, el cineasta de Rímmini presentó en esta cinta la historia de tres timadores: Carlo (Richard Basehart), Augusto (Broderick Crawford) y Roberto (Franco Fabrizi), quienes disfrazados de clérigos se dedican a estafar a los agricultores de las afueras de Roma para gastarse las ganancias en coches llamativos, champán y prostitutas, entre las que se encuentra la bellísima Maggi, interpretada por María Teresa Werlen. Fue durante la grabación de esta película, en la primavera de 1955, cuando María Teresa conoció a Giulietta Masina —encargada de representar a Iris, la fiel esposa de Carlo—, que por entonces ya gozaba de cierta fama en Italia por su actuación como protagonista en *La strada* (1954), también dirigida por Federico Fellini.

En 1956 María Teresa volvió a dar buena muestra de su talento en *Peccato di castità*, donde actuó de nuevo como meretriz. El largometraje, dirigido por Gianni Franciolini, narra las vicisitudes de Valentina y Michelle Colasanti durante su luna de miel, motivadas por la extraña promesa de la joven esposa de impedir que su matrimonio sea consumado. En un bar de Roma la pareja coincide con Peppino Maggi, un viejo amigo de la infancia de Valentina que está en la dulce compañía de la meretriz Claretta (María Teresa Werlen).

Durante su etapa como actriz María Teresa compaginó su labor en el cine con la interpretación de personajes en fotonovelas; un subgénero literario de evasión y divertimento que contribuyó a la alfabetización de las clases más bajas durante los años 50, pues sus imágenes, comentadas mediante líneas de diálogo, resultaban fáciles de interpretar. En este tipo de publicaciones Werlen utilizó el seudónimo de Bárbara Varena, y con él figuró en numerosas portadas de *Sogno*, *Luna Park* y *Cine Illustrato*, todas ellas de aparición semanal y muy difundidas en Italia durante la postguerra, formando así parte de la cultura de masas.

Junto a su retrato, normalmente en primer plano o de medio cuerpo, los titulares de estas revistas destacaron constantemente las capacidades interpretativas de la actriz. Así, por ejemplo, el 15 de diciembre de 1955 *Sogno* explicitaba que Bárbara Varena poseía “además de un encanto personal, el don de interpretar los más variados papeles con una exquisita sensibilidad” (p. 1)⁵, e igualmente, el 15 de enero de 1956, *Luna Park* precisaba que su versatilidad era “signo de una completa madurez artística” (p. 1)⁶.

Como curiosidad, también resulta interesante señalar que el 9 de febrero de 1955 Luigi Einaudi, presidente de la República Italiana, inauguró oficialmente la línea B del metro de Roma, que fue la primera de la red metropolitana de esta ciudad que entró en funcionamiento, conectando las estaciones de Termini, junto a la céntrica Piazza dei Ciquecento, y Laurentina, al sur de la capital. El servicio regular comenzó al día siguiente por la mañana, siendo María Teresa Werlen su primera viajera. Así fue recogido en un par de fotografías analógicas por la agencia milanesa Publifoto Notizie (Figura 1), en cuyo reverso, escrito a máquina, se incluyó la siguiente nota:

⁵ Traducción nuestra para: “Bárbara Varena: Un’attrice che possiede oltre al fascino personale la dote d’interpretare i piú svariati ruoli con squisita sensibilità artistica”.

⁶ “Traducción nuestra para: “Bárbara Varena: Un’attrice versatile che passa da un ruolo all’oltro con una facilità estrema: segno questo di una compiuta maturità artistica”.

Roma, 10 de feb[rero] de 1955. La primera viajera del metro de Roma, que entró en funcionamiento esta mañana, fue la bella señorita Marita Werlen, captada por el fotógrafo cuando se disponía a tomar asiento en la estación de Termini (Publifoto Notizie,1955)⁷.

FIGURA 1 – MARÍA TERESA WERLEN ADQUIRIENDO SU BILLETE DE METRO EN LA ESTACIÓN DE ROMA-TERMINI (IMAGEN IZQUIERDA) Y SALUDANDO AL CONDUCTOR DEL PRIMER CONVOY EL 10 DE FEBRERO DE 1955 (IMAGEN DERECHA)



FUENTE: Publifoto Notizie. Fotografías analógicas, 13 x 18 cm cada una. Colección particular.

A finales de julio de 1957 María Teresa pisó por primera vez suelo español con ocasión del Festival de Cine de San Sebastián, precisamente en la edición —la quinta desde su fundación— en la que el certamen obtuvo la categoría A de máxima calidad por la Federación Internacional de Asociaciones de Productores Cinematográficos (FIAPF), quedando establecida la Concha de Oro como principal galardón. Werlen acompañó al evento a Fellini y a su esposa, Giulietta Masina, quien se alzó con el Premio Zulueta a la mejor interpretación femenina por *Las noches de Cabiria*; un filme que, a pesar de que estuvo fuera de concurso, consiguió el mayor éxito de la edición. De hecho, el Comité Ejecutivo del Festival concedió la Concha de Plata extraordinaria a Fellini en reconocimiento a su obra cinematográfica y como muestra de agradecimiento por su participación en el certamen.

De aquel momento nos ha quedado una preciosa fotografía que recoge la amistad cómplice entre Fellini y María Teresa durante el acto de clausura del festival, que tuvo lugar el 28 de julio de 1957 en el exclusivo Hotel María Cristina de San Sebastián (Figura 2). La actitud cercana con la que ambos posaron en esta instantánea ha provocado que, al ser reproducida por algunos medios de comunicación, la actriz suiza haya sido confundida con Giu-

⁷ Traducción nuestra para: “Roma, 10 feb[braio] 1955. La prima viaggiatrice della Metropolitana di Roma, entrata da stamane in funzione, è stata la bella signorina Marita Werlen, ripresa del fotografo mentre si accinge a prender posto alla stazione Termini”.

lietta Masina, y en otras ocasiones, por su aspecto exuberante, con Sandra Milo, con la que Fellini no inició una relación profesional hasta el rodaje de la mítica *Otto e mezzo* en 1962⁸.

FIGURA 2 – FEDERICO FELLINI Y MARÍA TERESA WERLEN EN LA CLAUSURA DEL FESTIVAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN EL 28 DE JULIO DE 1957



FUENTE: Archivo del Festival de Cine de San Sebastián (SSIFF).
Colección de fotografías históricas. CC BY-NC 4.0.

Tras el evento en la capital guipuzcoana, Werlen hizo su incursión en el cine español en la comedia policial *Muchachas en vacaciones*, dirigida por José María Elorrieta, al que conoció en dicho festival. En esta cinta, que fue estrenada el 23 de junio de 1958, la actriz hizo el papel de Isabel Martín, una encantadora dependienta de unos grandes

⁸ Tanto el portal *Somos cine* de Radio Televisión Española (RTVE Digital, 2021) como el periodista Darío Menor en *El Correo* (2020), informaron equivocadamente de que la acompañante de Fellini en esta fotografía era Giulietta Masina. Así mismo, el historiador y especialista en cine Jesús de la Peña erró al identificarla como Sandra Milo en la revista del cine español *Academia* (n. 181, sept. 2011, p. 14).

almacenes de Madrid que junto con sus compañeras, Carmen Cerezo (Concha Velasco) y Elena Pérez (María Piazzai) —quien comparte piso con Rosita (Laura Valenzuela)—, son seleccionadas por el gerente de la empresa para participar como maniqués en un desfile de moda en Palma de Mallorca.

Al tiempo que despegaba la carrera artística de María Teresa en España apareció en su vida el industrial Eduardo Vega Terrones, al que conoció en Madrid y con quien se casó el 14 de marzo de 1960 en la iglesia granadina de Santa María de la Alhambra, ante el párroco don Francisco Caballero Magaña. Fueron testigos del enlace Román Fernández-Davila, cuñado de Eduardo, y Carlos Peláez Pérez-Gamoneda, ingeniero militar de origen asturiano con el que la familia Vega mantuvo amistad. Antes de que finalizara el año, el 21 de diciembre de 1960, nació en Madrid el primer hijo de la pareja, Teodoro —que llevó el nombre de su abuelo paterno—, y en 1962, también en Madrid, vino al mundo su segundogénito, Eduardo. Un año más tarde, el 11 de marzo de 1963, llegó una niña, a la que le pusieron el nombre de su madre, María Tansa Tania (información verbal)⁹.

Como ocurrió con otras actrices de la época, como por ejemplo Laura Valenzuela, tras su matrimonio, María Teresa abandonó su carrera cinematográfica para dedicarse enteramente a la crianza de sus hijos; si bien, su decisión no estuvo condicionada por su marido —como fue el caso de Valenzuela—, sino completamente voluntaria. En una entrevista concedida en diciembre de 1985 a Margarita Penche, periodista de la revista *Semana*, María Teresa declaraba: “No considero que fuera un trauma o un drama abandonar mi profesión, lo hice consciente y gustosamente. Me dediqué a ser esposa y madre plenamente” (Penche, 1985, p. 70).

La familia política de Werlen formó parte del grupo de sagas españolas más sobresalientes del ámbito cultural y empresarial de nuestra historia reciente. Su suegro, Teodoro Vega Díaz —al que nunca llegó a conocer porque falleció el 13 de febrero de 1941 tras sufrir un infarto (*ABC*, 1945)— era natural del concejo asturiano de Vega de Ribadeo (actual Vegadeo), donde nació el 5 de noviembre de 1879. Realizó estudios de Enseñanza Secundaria en Madrid, en el Instituto Cardenal Cisneros, obteniendo el título de bachiller en 1903 (Archivo Histórico Nacional, 1906). En la capital de España ocupó el cargo de consejero de administración del Banco Hispano Americano, y compaginó esta labor con algunos negocios del sector inmobiliario y la producción de azúcar y tabaco en Filipinas, lo que implicaba realizar largos viajes en barco hasta el archipiélago¹⁰. Su suegra, la granadina María del Mar Terrones Villanueva (Orce, 1892 - † Vigo, 1980) fue una destacada escritora, maestra y médica que tuvo el mérito de haber sido la primera mujer que ejerció la medicina en Andalucía (Ortega, 2024 p. 16), y además fundó en 1926, junto a María de Maeztu y Victoria Kent, la asociación Lyceum Club Femenino, cuyo principal objetivo fue la defensa de los derechos de la mujer.

Teodoro y María del Mar se unieron en matrimonio en 1920 y tuvieron cuatro hijos. El mayor fue Eduardo León, futuro marido de María Teresa, que nació en Madrid en 1923.

⁹ Entrevista realizada a Eduardo Vega Werlen el 31 de julio de 2024 en Madrid.

¹⁰ Situadas en la isla de Negros, las plantaciones de azúcar y tabaco de Teodoro Vega fueron heredadas de su tío, que falleció sin descendencia.

Sin embargo, la segunda lo hizo al año siguiente en el Hospital de San Pablo de Iloílo, en Filipinas —última capital del Imperio español en Asia—, y por esa razón fue bautizada con el nombre de María Oriente. En 1926 nació en Madrid el tercero de sus vástagos, María del Mar, y finalmente, en 1928, llegó José Claudio, que tristemente falleció a los diez años de edad como consecuencia de un accidente de tráfico (Ortega, 2024).

María Oriente contrajo matrimonio en 1949 en la popular iglesia de San Antonio de Lisboa con el abogado Higinio González-Mayo Fernández de Villar (La Habana, 1925 - † Madrid, 1985), fundador y presidente del Consejo de Administración de Minas del Narcea S.A —por cuya labor fue condecorado con la Medalla al Mérito en el Trabajo en 1968 (España, 1968)—, y su hermana, María del Mar Vega, se desposó en 1956 en la iglesia de San Agustín de Madrid con el ya citado Román Fernández-Davila (Vigo 1917 - † Vigo, 1974) (*ABC*, 1956), socio de la armadora de buques Joaquín Davila y Compañía —que fue la empresa matriz del Grupo Davila—, y desde los años 60, consejero de administración de Pescanova¹¹.

Al morir Teodoro Vega en 1941 dejó una inmensa fortuna a su esposa que tuvo que administrar junto a sus tres hijos supervivientes, obligando al primogénito a ocuparse de los negocios en Filipinas. Esto explica que, recién casada, María Teresa viajase con su marido hasta Manila, donde Carlos Preyler y Beatriz Arrastia, padres de Isabel Preysler, hicieron de anfitriones durante su estancia (Penche, 1985). Isabel era entonces una niña de tan solo nueve años, pero con el paso tiempo, cuando María Teresa se introdujo en el mundo de la moda, se convirtió en una de sus principales clientas.

María Teresa Werlen, empresaria y diseñadora de moda: La fundación de Ascot

María Teresa inició su carrera profesional en el sector textil en 1973; fecha en la que sus hijos ya eran adolescentes y demandaban menos cuidados. En aquella época pasaba las temporadas de verano en Guadalmar —que empezaba a urbanizarse—, y movida por la necesidad de dar alas a su espíritu emprendedor, se lanzó a abrir una pequeña *boutique* en este barrio malagueño. Atesoraba, además, habilidades comerciales innatas y cierta experiencia en el sector textil, pues en su juventud, aún en Roma, solía ayudar a una amiga que se dedicaba a este negocio. Esta circunstancia le permitió atender y convencer a sus primeras clientas que, desde el centro de Málaga o Marbella, viajaban expresamente para comprarle ropa.

La buena aceptación de esta tienda y la fe en su propio esfuerzo le sirvieron de impulso para fundar, en 1975, la *boutique* Ascot, que primero se emplazó en un local de 125 m² de la lujosa plaza de La Moraleja —actualmente ocupado por la confitería Embassy—, y poco después, debido al gran éxito alcanzado, se trasladó a otro bajo de 800 m² situado en los soportales de la misma plaza. Ascot se convirtió rápidamente en un punto de referencia en España en la moda de importación, ofreciendo un amplio surtido de firmas internacionales de primer orden como Dior, Lacroix, Chloé, Lanvin, Armani, Louis Vuitton o Chanel, pero también, a partir de 1977, brindó un servicio de ropa a medida y *prêt-à-porter* a través del cual María Teresa

¹¹ La trayectoria profesional de Román Fernández-Davila ha sido recogida por Carmona Badía en su monografía *Grupo Davila: Un siglo de liderazgo en el sector marítimo español* (2022), donde incluye varias fotografías del empresario junto a su mujer, María del Mar Vega (p. 72). La pareja tuvo diez hijos: el mayor, Eduardo, nació en 1957, y dos años más tarde llegó Román. A éste le siguieron Joaquín, Patricia, Oriente, Yamina, Estela, Ada, Lira y León.

materializaba sus propios diseños. La empresaria bautizó su firma con el nombre de “María Teresa de Vega”, tomando prestado el apellido de su marido porque en España resultaba más fácil de recordar y de pronunciar (Galaz, 1987); una estrategia técnica que apostaba por dos principios básicos del *namning* pero sin perder su identidad.

Werlen contó con la inestimable ayuda de sus hijos, Teodoro y Eduardo, y se rodeó de una valiosa plantilla compuesta por Merche Rodríguez (Pozuelo de Alarcón, 1952) en el puesto de patronista y jefa de taller, Ana Cotoner¹² y Pilar Cano¹³ en la dirección de la tienda, y la actriz Paula Martel¹⁴ como relaciones públicas. La plaza de diseñadora fue compartida por Kucca Gotor¹⁵ (Madrid, 1964) y Paloma Vázquez de Castro (Madrid, 1964), pero no de forma simultánea, sino diacrónica. La primera de ellas entró a trabajar a principios de los años 80, abandonando la empresa al finalizar la década para abrir su propio negocio. La vacante fue ocupada por Vázquez de Castro en enero de 1990, encargándose hasta junio de 1993 de las colecciones de costura y *prêt-à-porter* de María Teresa de Vega. En enero de 1994 Paloma fue fichada por Constan Hernández como directora artística de la exitosa marca Hoss Intropia —donde permaneció durante 21 años—, y en febrero de 2017 pasó a ser socia fundadora de Psophía; firma a la que la reina doña Letizia ha recurrido en alguna ocasión.

Ascot contó con clientas tan ilustres como la reina Sofía, Ana María de Grecia, las infantas Elena y Cristina de Borbón, o la baronesa Thyssen, además de un sin fin de esposas de empresarios, políticos y toreros, tales como Ana Obregón, cónyuge del constructor Antonio García Fernández; Isabel Preysler, casada en 1988 con el exministro de Economía Miguel Boyer; o Marina Danko, conocida por su matrimonio con el torero Sebastián Palomo Linares. Igualmente, fueron asiduas de Ascot reconocidas actrices, cantantes y presentadoras de televisión, como Concha Velasco, Laura Valenzuela, Rocío Jurado, Mari Trini, Isabel Pantoja o Encarna Sánchez; sin olvidar que hubo otras clientas anónimas procedentes de Estados Unidos o Suramérica que acudían cada temporada a La Moraleja para renovar su guardarropa.

María Teresa estuvo al frente de la lujosa *boutique* hasta julio de 1994, cuando fue traspasada a la empresaria madrileña Charo Ordóñez, aunque ésta nunca alcanzó el éxito de ventas de su fundadora. La decisión de María Teresa obedeció fundamentalmente a dos factores. El primero de ellos fue una falta de rentabilidad derivada de la crisis económica que azotó España entre 1992 y 1994; una complicada situación que generó que muchos empresarios no obtuviesen ganancias sostenibles y optasen por cerrar.

Esta recesión, que significó para la economía occidental uno de los momentos más difíciles de su historia reciente, estuvo originada por la guerra del Golfo de 1990, que acarreó tensiones en el precio del petróleo que afectaron a la inflación. Sin embargo, en España no se

¹² Ana Cotoner es la esposa de Gustav Horcher, propietario del celeberrimo restaurante Horcher, situado en la calle de Alfonso XII, 6, en Madrid. Actualmente lo dirige Elisabeth Horcher, hija del matrimonio.

¹³ Tras su paso por Ascot, Pilar Cano Rey (más conocida como Pirucha Cano) ocupó el puesto de directora de Cartier en España.

¹⁴ Como ocurrió con Pilar Cano, Paula Martel (1936 - †2024) aprovechó su experiencia en Ascot para dedicarse a la dirección en España de la firma Hermès durante la década de 1990.

¹⁵ Nombre artístico de Esperanza Martínez-Bordiú.

acusó el golpe hasta mediados de 1992, gracias a la inversión pública realizada por el Gobierno de Felipe González para preparar la celebración de los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Exposición Universal de Sevilla. Esta circunstancia justifica que en mayo de 1991 María Teresa no presagiara lo que estaba por venir, y en un exceso de optimismo declaró en la revista *Gente*:

Los momentos álgidos [de la crisis] han coincidido con los meses flojos dentro del negocio, pero de cualquier manera se ha notado menos en España que, por ejemplo, en Francia, donde voy muy a menudo. Durante los desfiles de finales de enero [de 1991] París tenía los hoteles casi vacíos, y sus taxis, que [normalmente] parecen que no existen porque nunca se encuentran, forman largas colas esperando clientes. Nunca lo había visto así. He notado que aunque el sector [textil] se está recuperando en Italia y Francia, no lo está haciendo a la velocidad que lo estamos haciendo aquí. La recuperación de la moda [en España] la hemos sentido inmediatamente, nada más terminar la guerra del Golfo [el pasado mes de febrero] (Casanova, 1991, p. 16).

El segundo factor que contribuyó a la cesión de Ascot fue la apertura de nuevas tiendas operadas directamente por las marcas de lujo, que vieron en el barrio de Salamanca una oportunidad de negocio. Basta recordar que en la primavera de 1990 Christian Lacroix inauguró su primera *boutique* en Madrid, y en septiembre de ese mismo año Chanel hizo lo propio en la calle Ortega y Gasset. Asimismo, otras marcas del sector del lujo abrieron su primera tienda en España en 1990, como fue el caso de Cartier. En consecuencia, parte de la clientela de Ascot dejó de subir a La Moraleja, y aunque María Teresa contempló la posibilidad de trasladarse a un local contiguo a Chanel, en la calle Ortega y Gasset, la inversión era muy elevada, por lo que decidió no asumir el riesgo y retirarse, dejando atrás dos décadas de prosperidad y opulencia.

Lógicamente el traspaso de Ascot obligó a sus empleados a reorientar su carrera profesional. En lo que respecta a Merche Rodríguez, encontró una nueva oportunidad laboral en Cadena Textil —aunque solo estuvo 11 meses—, para finalmente abrir su propio *atelier* en un piso de la calle General Ibáñez de Ibero 5, esquina con el paseo de Francisco de Sales, donde atendió a las antiguas clientas de Ascot que seguían demandando un servicio de costura a medida (información verbal)¹⁶.

La obra artística de María Teresa Werlen

María Teresa desarrolló su carrera profesional en el mundo textil de manera autodidacta, pero logró convertirse, gracias a su tesón y espíritu de trabajo, en una diseñadora de éxito. A lo largo de su carrera mantuvo como constantes el gusto por los tejidos de alta calidad y los estampados exclusivos, gran parte de ellos procedentes de Schaeffer¹⁷; productor textil de larga tradición en Francia que contó, hasta finales de los años 90, con varias fábricas de géneros en la región de Alsacia (Ducuing, 1999). El terciopelo, el brocado, el otomán y el

¹⁶ Entrevista realizada a Merche Rodríguez el 17 de enero de 2025 en Madrid.

¹⁷ Para conocer la historia de Schaeffer (creada en 1868 por Henri Haeffely), véase la comunicación de Régis Boulat, “Schaeffer & Cie: Une entreprise textile pas comme les autres” (2024).

cachemir fueron habituales en sus propuestas de invierno, mientras que el raso de algodón, el crepé de seda y los estampados florales, en las veraniegas¹⁸.

Como amante de España, la estética flamenca fue una fuente de inspiración para María Teresa, manifestándose principalmente en los tejidos de lunares y la presencia de volantes; estos últimos muy utilizados en los años 1987 y 1988¹⁹. Le gustaban especialmente los tonos azul y fucsia, y su admiración por Chanel se evidencia en el uso recurrente del negro, solo o combinado con blanco. Indudablemente fue Madame Chanel quien convirtió este binomio cromático en paradigma de la elegancia, pero a Lagerfeld le debemos que lo consolidase definitivamente como sello de la firma en los años 80, y la obra de María Teresa se hizo eco de ello.

De igual modo, la influencia de Chanel es perceptible en sus trajes de chaqueta, de corte clásico pero de exquisita factura, e incluso, en la primavera de 1987, presentó a sus modelos tocadas con sombreros canotier²⁰, como también lo hizo Lagerfeld esa misma temporada en la colección de alta costura de Chanel. Al hilo de esta apreciación es oportuno señalar que María Teresa tuvo la oportunidad de tratar personalmente al Káiser en varias ocasiones —tanto en sus frecuentes visitas a París como en el desfile de Chanel en la plaza de toros de Las Ventas, celebrado el 21 de septiembre de 1990— y de él sostuvo que era un hombre reservado y singular; una *rara avis*. En palabras de la propia María Teresa: “era un hombre extraño [que] no hablaba mucho con nadie” (Verbo, 2019). La presentación en Las Ventas de la colección otoño-invierno de 1990 de Chanel coincidió con la inauguración de la primera tienda oficial de la firma en Madrid, y fue precisamente María Teresa quien prestó su valiosa experiencia en los trabajos de diseño y montaje del establecimiento (información verbal)²¹.

A finales de los años 80 se incorporó al equipo de Ascot el bordador francés Johan Luc Katt. El artesano se había formado en la prestigiosa *maison* Lesage de París durante cuatro años (1968 - 1972), y al llegar a Madrid en 1987 montó un pequeño taller en la calle General Álvarez de Castro 13. Allí trabajó de manera independiente atendiendo las encomiendas de diferentes diseñadores y empresarios de moda, entre otros, María Teresa de Vega, que tuvo el mérito de ser la primera en reconocer el talento del bordador. Recién llegado a Madrid, Katt tuvo el acierto de presentarle varias muestras de bordado que le gustaron, y desde ese momento las refinadas creaciones del francés se integraron tanto en las prendas exclusivas como en las colecciones de *prêt-à-porter* de la empresaria suiza. Merche Rodríguez recuerda que “la entrada de Johan Katt en Ascot fue triunfal, porque hacía unos bordados que en aquellos años en España no se veían” (información verbal)²².

Un buen ejemplo de la excelente labor desarrollada por Katt para Werlen lo encontramos en la colección de otoño-invierno de 1990, donde la diseñadora apostó por trajes de brocado y terciopelo negro ornados con detalles artísticos de hilo de oro, lentejuelas y pedrería. La colección

¹⁸ La revista *Semana* (n. 2368, 6 jul. 1985, p. 68) publicó un par de modelos estampados de la colección primavera-verano de 1985 de María Teresa de Vega.

¹⁹ Una muestra de la colección otoño-invierno 1987-88 de María Teresa de Vega fue recogida en la revista *Hola*, n. 2258, 26 nov. 1987, p. 222.

²⁰ Una muestra de la colección primavera-verano 1987 de María Teresa de Vega fue recogida en la revista *Hola*, n. 2230, 14 mayo 1987, p. 198.

²¹ Entrevista realizada a Merche Rodríguez el 17 de enero de 2025 en Madrid.

²² Entrevista realizada a Merche Rodríguez el 24 de junio de 2024 en Madrid.

fue presentada en el Hotel Palace de Madrid ese mismo otoño, y para la ocasión María Teresa ejerció de modelo de su propia firma luciendo un *little black dress* de terciopelo negro cuyo escote estaba decorado con un collar-medallón de hilo de oro y piedras facetadas (Figura 3).

Sin embargo, no fue esta la primera vez que la diseñadora recurrió al llamativo bordado de oro como fórmula decorativa, pues ya en el invierno anterior lo incluyó en varios indumentos de costura a medida. Quizá, por su repercusión mediática, el más significativo sea un chaleco de terciopelo negro que le hizo a Isabel Preysler, y que la *socialité* utilizó para asistir a la inauguración de la exposición de Velázquez en el Museo del Prado, que tuvo lugar el 23 de enero de 1990. La prenda en cuestión, decorada por Katt con motivos de naipes de la baraja española, no pasó desapercibida para el periodista Fernando Rayón, que dio cuenta de la noticia en la revista *Diez Minutos* en los términos siguientes:

Una de las sorpresas en la inauguración de la exposición de Velázquez en el Museo del Prado fue la presencia de Isabel Preysler y Miguel Boyer [...]. Entraron en las salas donde se exhiben las obras de Velázquez después de que hubieran llegado los Reyes de España [...]. Vestida de oscuro, la figura de Isabel parecía sumamente estilizada [...]. Lucía un conjunto de pantalón y jersey oscuro y chaqueta [sic por chaleco] con motivos de naipes bordados en dorado (Rayón, 1990, p. 43).

FIGURA 3 – TRAJES DE LA COLECCIÓN OTOÑO-INVIERNO 1990-1991 DE MARÍA TERESA DE VEGA (IMAGEN IZQUIERDA) Y MARÍA TERESA DE VEGA JUNTO A JOHAN LUC KATT EN LA PRESENTACIÓN DE LA COLECCIÓN EN EL HOTEL PALACE DE MADRID (IMAGEN DERECHA)



FUENTE: *Hola*, n. 2415, p. 222, 22 nov. 1990 (imagen izquierda) y archivo personal de Johan Luc Katt, 1990 (imagen derecha).

También acredita el gusto de María Teresa por los detalles barrocos un traje sastre de color crema que diseñó en 1992 para Rocío Jurado. La decoración de este traje partió de una muestra floral que Katt realizó con hilo de oro sobre satén negro de seda, y que el artesano presentó a la diseñadora aquel año. El dibujo fue de su agrado, y no dudó en utilizarlo en la chaqueta del traje, tanto en el delantero —a modo de broche— como en la parte posterior de la prenda en mayor tamaño. Este sofisticado conjunto fue uno de los que Rocío Carrasco rescataría años más tarde del armario de su madre.

Como clienta asidua de Ascot, lógicamente este traje no fue el único que María Teresa le hizo a Rocío Jurado. Muestra de ello es que en 1985 la diseñadora tuvo el privilegio de vestir a la chipionera para grabar un anuncio de televisión (Penche, 1985), y asimismo, en 1990, le cosió un vestido de cóctel en guipur blanco cuyo escote palabra de honor estaba decorado por Katt con cuatro rosetones de cuentas doradas, perlas y turquesas. De este vestido ha quedado registro visual gracias a un reportaje que el fotógrafo Jesús Carrero y el periodista Tico Chao realizaron a la cantante, y que la revista *Hola* publicó el 31 de mayo de 1990 (p. 92 - 94). La citada revista rescató una fotografía de este reportaje en su portada del 28 de abril de 1994²³.

Igualmente fue clienta habitual de María Teresa la carismática Concha Velasco, a la que solía vestir tanto en sus compromisos privados como en sus apariciones mediáticas, especialmente en las galas de televisión. Una de estas creaciones fue el espléndido vestido con el que la artista presentó la gala del tercer aniversario de Telecinco, celebrada en el Palacio de Congresos de Madrid el 3 de marzo de 1993. El vestido, que emulaba la elegancia de las actrices de Hollywood de los años 50, fue confeccionado en *paillette* rojo, y se ceñía a la cintura acentuando la esbeltez de Velasco²⁴. El escote, péplum y las mangas fueron bordados por Katt con lentejuelas nacaradas y cristal de Swarovski, haciendo juego con los pendientes, que también fueron obra de Katt. El bordador recuerda que “cuando Concha Velasco se probó el traje terminado, quedó encantadísima” (información verbal)²⁵.

María Teresa Werlen: Su persona

A pesar de no contar con estudios universitarios María Teresa fue una mujer culta²⁶, cosmopolita y políglota que habló con fluidez cinco idiomas: francés, italiano, inglés y español, además de su alemán-suizo natal. Durante su juventud vivió en Londres y Roma, y desde su etapa como empresaria en España viajaba muy a menudo a París. En la capital francesa asistía a los desfiles de los diseñadores más sobresalientes y obtenía para su *boutique* la concesión de importantes marcas, sin pasar por alto que también en la ciudad del Sena compraba las lujosas telas de Schaeffer con las cuales daba vida a sus creaciones.

Según las conversaciones mantenidas con algunos miembros de su entorno laboral podemos describirla como una mujer bondadosa, sensible y amable, pero también exigente, perfeccionista y disciplinada en el trabajo. Rasgo sobresaliente de María Teresa fue su intuición para adivinar lo que se iba a vender, de anticiparse a lo que su clientela demandaría, y esta habilidad fue, sin atisbo de duda, uno de los secretos de su éxito. Su capacidad de anticipación fue tal que, en París, durante las reuniones con los representantes de las casas de costura, los encargados de otras *boutiques* le pedían consejo, pues sabían que su buen ojo era caballo ganador, garantía de acierto.

²³ Véase la portada de este número en la tienda digital de *Hola*: https://hola.museoteca.com/web_product2.jsp?pic_id=6560

²⁴ Véase este vestido en la plataforma You Tube, “Gala 3 Aniversario Tele 5”. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=TTAR8eULHAs>. Advertimos que el año que figura en esta plataforma (1992) está equivocado, siendo lo correcto 1993.

²⁵ Entrevista telefónica realizada a Johan Luc Katt el 15 de mayo de 2023.

²⁶ Cualidad derivada de su afición a la lectura, con predilección por los textos en francés.

Igualmente, nota capital de su carácter fue su desenvoltura frente a sus clientas, a las que asesoraba honradamente según su físico y edad. Además, cuidadosa de su imagen, transmitía seguridad y confianza en sí misma y en sus productos. Acudía a trabajar vestida de manera impecable, casi siempre con trajes de chaqueta, ya fuesen de su propia firma o de las reconocidas marcas que vendía en Ascot, y frecuentemente elevaba el atractivo de sus estilismos con pendientes y collares de Chanel. Así fue retratada por el fotoperiodista Miguel Gener para el periódico *El País*, donde podemos verla con los icónicos pendientes de metal dorado y perlas Nº 5 de Chanel de 1987, o en una instantánea de Carlos Álvarez para el suplemento dominical de *Diario 16*, en la que luce un sastre bicolor en la entrada de Ascot (Figura 4). Según se refiere Merche Rodríguez, María Teresa no solo era la principal embajadora de su empresa, sino que su presencia en la tienda actuaba como un verdadero talismán:

En el negocio que ella llevaba lo más difícil era saber qué comprar y que las clientas se lo llevarasen, y en eso, María Teresa era la mejor. Usaba casi siempre trajes de chaqueta, de dos piezas, y mucho menos los vestidos. Todo lo que ella se ponía se vendía. De hecho, había veces que algún córner de la tienda no tenían tirón, y cuando ella se ponía alguna prenda de esa sección se vendía de momento. Era algo increíble (información verbal)²⁷.

FIGURA 4 – MARÍA TERESA DE VEGA FOTOGRAFIADA PARA *EL PAÍS* (IMAGEN IZQUIERDA) Y EN LA ENTRADA DE ASCOT PARA EL SUPLEMENTO DEL *DIARIO 16* (IMAGEN DERECHA)



FUENTE: *El País*, año 12, n. 3724, p. 56, 20 jun. 1987, © Ediciones *El País* S.L.U, foto de Miguel Gener (imagen izquierda) y *Gente: Revista semanal del Diario 16*, n. 110, p. 14, 19 mayo 1991, foto de Carlos Álvarez (imagen derecha).

²⁷ Entrevista realizada a Merche Rodríguez el 17 de enero de 2025 en Madrid.

Junto a este ramillete de virtudes también destacaron su empatía, solidaridad y aprecio a sus trabajadores, a los que consideraba colaboradores y no subordinados. En más de una ocasión manifestó públicamente la importante labor que desempeñaban; por ejemplo, en la citada entrevista realizada por Margarita Penche, declaró: “Creo que he conseguido a lo largo de los años convertirme en una profesional en mi trabajo. He logrado rodearme de un gran equipo y trabajamos con entusiasmo” (Penche, 1985, p. 70). Sobre este extremo, Merche Rodríguez añade que...

María Teresa tenía un carácter estupendo. Era siempre buena y cariñosa, y valoraba mucho a sus empleados. Sabía perfectamente qué personas debía tener en su equipo, y las sabía valorar. De hecho, cuando cerró Ascot para mí fue una desilusión tremenda porque me sentía muy a gusto trabajando con ella. Obviamente yo daba todo de mí, pero también ella me respondió, incluso familiarmente. Cuando mi padre estuvo ingresado en el hospital me dijo que no me preocupara por la empresa, que hiciese lo que tenía que hacer, que en ese momento era estar al lado de mi padre. Me sentí maravillada de la humanidad de María Teresa (información verbal)²⁸.

En adición a las facultades que perfilaron su carácter también es oportuno destacar que María Teresa tuvo una vida social intensa que compartió con grandes amigas, entre otras, Isabel Preysler, Concha Velasco y Laura Valenzuela, cuya amistad perduró toda su vida. Prueba de ello es que el 28 de febrero de 1998 asistió como invitada a la boda civil de Lara Dibildos —hija de Valenzuela— con el baloncestista Fran Murcia, que fue celebrada en el salón de Plenos del Ayuntamiento de Badalona, ciudad donde el novio desarrollaba su carrera deportiva (Vergara, 1998). Asimismo, fue frecuente verla en diferentes eventos junto a otras personalidades relevantes de la vida social española. Por ejemplo, en abril de 1990, acudió a la presentación en Madrid del perfume *C'est La Vie* de Lacroix, donde coincidió con Lola Flores, Carmina Ordóñez, Nati Abascal y Cari Lapique. En esta ocasión María Teresa optó por ir vestida con un traje sastre de damasco rosa —uno de sus colores preferidos— diseñado por el propio *couturier* francés, tal y como recogió Beatriz Cortázar en la desaparecida revista *Blanco y Negro*:

Durante la presentación del perfume de Christian Lacroix [...], si deslumbrante era cada entrada de las señoras, llamativa fue la que protagonizaron María Teresa de Vega y Paula Martel. Las dos lucieron atuendos del diseñador francés y las dos recibieron a Isabel Preysler y María Jesús Llorente horas antes de la fiesta, cuando se presentó la *boutique* de Lacroix en Madrid. La celebración terminó en una juerga flamenca donde Lola Flores, Carmina Ordóñez y muchos más se sumaron al cuadro flamenco para dejar constancia de su arte. Los toreros Roberto Domínguez, Rafi Camino, El Litri y Sebastián Palomo Linares aplaudieron cada una de las intervenciones (Cortázar, 1990, p. 43).

²⁸ Entrevista realizada a Merche Rodríguez el 17 de enero de 2025 en Madrid.

Como profesional de la moda María Teresa también asistió en varias ediciones a la fiesta de Halloween que durante los años 90 impulsó Carmen Valiño junto a su hermana Maite, ambas encargadas de las actividades de comunicación para España de dos grandes marcas del Grupo LVMH: Guerlain y Veuve Clicquot Ponsardin. En esta convocatoria anual —desarrollada en el hotel Palace de Madrid y creada como estrategia de *marketing* de la mencionada marca de champán— se reunieron todo tipo de *celebrities* y personalidades de la moda española, como Modesto Lomba, Antonio Alvarado, Francis Montesinos, Amaya Arzuaga, Miguel Palacio o Fernando Lemoniez; logrando consagrarse como uno de los eventos lúdicos más destacados de Madrid durante la década de los 90 (Fernández-Pacheco, 2015).

Pero a pesar de sus logros y satisfacciones laborales, María Teresa tuvo que hacer frente a situaciones sumamente difíciles en el plano personal. En 1977 se produjo su separación conyugal *de facto*, que se hizo efectiva por vía judicial en 1988. Al naufragio de su matrimonio se sumaron dos terribles sucesos que hicieron que su mundo se derrumbara. El primero de ellos fue el fallecimiento de su hija el 21 de junio de 1964, con poco más de un año, y el segundo, acaecido el 2 octubre de 1982, la pérdida de su primogénito en un accidente de tráfico; un repentino e insoportable varapalo que la dejó absolutamente desolada (información verbal)²⁹.

A modo de conclusión

Trabajadora, valiente y perfeccionista, María Teresa de Vega sintió y vivió su profesión con entusiasmo. Dio pábulo a su espíritu emprendedor con la apertura de Ascot en 1975, cuanto España todavía estaba bajo el último franquismo y eran contadas las mujeres emprendedoras con nombre propio. Gracias a su esfuerzo no solo logró convertir su *boutique* en un negocio rentable, sino que supo posicionarla como una de las más acreditadas. Fue pionera en traer a España firmas francesas de primer orden, como Lacroix, Lanvin o Vuitton, e igualmente consiguió la licencia de Chanel. Bien es cierto que María Rosa Salvador fue la primera española que importó esta marca en 1965, pero solo lo hizo durante dos temporadas, siendo María Teresa la que ostentó su exclusividad durante toda la década de 1980.

Su determinación y visión empresarial también le permitieron erigir su propia marca, en la que confluyeron la calidad de los tejidos y una confección meticulosa. Sus prendas potenciaron invariablemente las formas naturales del cuerpo femenino, y aunque más bien clásicas, no estuvieron exentas de exquisitos bordados y detalles barrocos. María Teresa se despidió del diseño el día que la posibilidad de continuar representaba un riesgo demasiado elevado, pero a pesar de ello pasará a la historia de la moda por su éxito innegable.

Para finalizar quiero dar las gracias a tres magníficos profesionales que formaron parte del equipo de María Teresa de Vega, y que, generosamente, han colaborado en la elaboración de este trabajo: Merche Rodríguez, Paloma Vázquez de Castro y Johan Luc Katt. Igualmente, vaya mi infinito agradecimiento a Eduardo Vega Werlen, hijo de la protagonista de esta historia, por la excelente atención prestada y por favorecer la publicación

²⁹ Entrevista realizada a Eduardo Vega Werlen el 31 de julio de 2024 en Madrid.

de este estudio. Su finalidad no ha sido otra que homenajear a una figura señera de la moda española, cuya trayectoria viene a confirmar la tesis de Dilthey que reza: “La vida es una misteriosa trama de azar, destino y carácter”.

Referencias

ABC. Madrid: Diario ABC S.L., año 38, n. 12157, 13 feb. 1945.

ABC. Madrid: Diario ABC S.L., año 49, n. 15686, 17 jun. 1956.

ARCHIVO HISTÓRICO NACIONAL (Madrid). **Expediente para la expedición del título de bachiller de Teodoro Vega Díaz**. Madrid: Archivo Histórico Nacional, Universidades, 7367, Exp. 42, 1906.

BOULAT, R. **Schaeffer & Cie: Une entreprise textile pas comme les autres**. Francia, La SIM, 2024. 1 vídeo (24 min). Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=hMCtao_diNc. Consultado el: 16 enero 2025.

CARMONA BADÍA, Xoán. **Grupo Davila: un siglo de liderazgo en el sector marítimo español (1917 - 2017)**. 1. ed. Vigo: Juan Marcet Miramontes, 2022. 191 p. ISBN 978-84-09-34119-1.

CASANOVA, María. Crisis del lujo. **Gente**: Revista semanal del Diario 16, Madrid, n. 110, p. 10 - 18, 19 mayo 1991.

CORTÁZAR, Beatriz. Agenda de la popularidad. **Blanco y Negro**: Semanario de ABC, Madrid, n. 3694, p. 42 - 43, 15 abr.1990.

DE LA PEÑA SEVILLA, Jesús. San Sebastián: capital cinematográfica del mundo. **Academia**: Revista del cine español, Madrid, n. 181, p. 14 - 16, sept. 2011. Disponible en: <https://www.academiadecine.com/wp-content/uploads/2018/11/aca181web-2.pdf>. Consultado el: 2 dic. 2024.

DUCUING, Olivier. Schaeffer-Dufour cède toute sa production française. **Les Échos**, París, 31 mayo 1999. Sección Empresas. Disponible en: <https://www.lesechos.fr/1999/05/schaeffer-dufour-cede-toute-sa-production-francaise-770118>. Consultado el: 14 enero 2025.

ESPAÑA. Ministerio de Trabajo. Decreto 907/1966, de 21 de abril, sobre Bases de la Seguridad Social. **Boletín Oficial del Estado**, n. 96, p. 4778 - 4807, 22 abr. 1966. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1966/04/22/pdfs/A04778-04807.pdf>. Consultado el: 14 enero 2025.

ESPAÑA. Ministerio de Trabajo. Orden de 17 de julio de 1968 por la que se concede la Medalla al Mérito en el Trabajo, en su categoría de Plata con Ramas de Roble, a don Higinio González-Mayo y Fernández del Villar. **Boletín Oficial del Estado**, n. 201, p. 12395, 21 agosto 1968. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1968/08/21/pdfs/A12395-12395.pdf>. Consultado el: 14 enero 2025.

FERNÁNDEZ-PACHECO, José. Magia blanca para un Halloween naranja. En: **Blog Josie's Journal**. Madrid, 30 oct. 2015. Disponible en: <https://www.josie.es/magia-blanca-para-un-halloween-naranja/>. Consultado el: 2 dic. 2024.

GALAZ, Mabel. María Teresa de Vega: La diseñadora más solicitada por la *jet-set*. **El País**, Madrid, año 12, n. 3724, p. 56, 20 jun. 1987.

GAVARRÓN, Lola. **La gran dama de la moda**: María Rosa Salvador y el tiempo de Dafnis. 1. ed. Madrid: La Esfera de los Libros, 2010. 252 p. ISBN 978-84-9734-940-6.

HERRANZ, Concha y SECO, Irene. Flora Villarreal y su contribución a la moda española. **Indumenta**: Revista del Museo del Traje, Madrid, n. 1, p. 58 - 83, 2008. Disponible en: <https://www.cultura.gob.es/mtraje/dam/jcr:23b16acd-aa0b-4294-94c5-0bd11768ea57/4-flora-villarreal.pdf>. Consultado el: 14 enero 2025.

LUNA PARK: Settimanale del giovedì. Milán: [s.n.], n. 3, 15 enero 1956.

MARÍN-CAMP, Franc. Alfaro 1926, tomando medidas a Alfonso XIII. **Modaes**, Barcelona, 17 oct. 2013. Sección Back Stage. Disponible en: <https://www.modaes.com/back-stage/alfaro-1926-tomando-medidas-a-alfonso-xiii>. Consultado el: 16 enero 2025.

MENOR, Darío. Italia se rinde a Fellini en el centenario de su nacimiento. **El Correo**, Bilbao, 19 enero 2020. Sección Pantallas: Series y cine. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/pantallas/cine/italia-rinde-fellini-centenario-nacimiento-20200119185120-ntrc.html>. Consultado el: 18 nov. 2024.

ORTEGA, Guillermo. Historia de la mujer que se negó a irse a la cocina. **ABC** (Andalucía), Sevilla, año 121, n. 39703, p. 16, 11 sept. 2024.

PENCHE, Margarita. María Teresa de Vega: el éxito de una mujer de negocios. **Semana**, Barcelona, n. 2392, p. 70, 18 dic. 1985.

PREGO DE LIS, María. Revista Telva, n. 1, 1 octubre 1963. **Modelo del Mes** [Cuadernillo del Museo del Traje], Madrid, n. 10/2023, p. 1 - 16, oct. 2023. Disponible en: <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:04ef6f7f-84e8-41a4-a03e-e0725118e2d3/mdm-10-2023-telva-digital.pdf>. Consultado el: 17 enero 2025.

PUBLIFOTO NOTIZIE. **María Teresa Werlen en la inauguración del metro de Roma.** 1955. 2 fotografías analógicas, b&n, 13 x 18 cm. Colección particular.

RAYÓN, Fernando. El beso de María Jesús Llorente al matrimonio Boyer. **Diez Minutos**, Madrid, n. 2007, p. 43 - 45, 9 feb. 1990.

RTVE DIGITAL. De Fellini a Meryl Streep, los rostros más famosos en la historia del Zinemaldia. En: **Somos cine**, Madrid, 17 sept. 2021. Disponible en: <https://www.rtve.es/television/20210917/zinemaldia-festival-san-sebastian-famosos-historia/2171446.shtml>. Consultado el: 25 oct. 2024.

SEMANA. Barcelona: RBA Editores, n. 2368, 6 jul. 1985.

SOGNO: Settimanale del sabato. Roma: Lancio, n. 50, 15 dic. 1955.

TELECINCO. **Gala 3 Aniversario Tele 5.** España, Locos por las sintonías, 2023. 1 video (9 min). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=TTAR8eUIHAs>. Consultado el: 15 mayo 2023.

VERBO, Eduardo. Cuando Chanel desfiló en Las Ventas y Karl Lagerfeld salió por la puerta grande. **Vanity Fair** (España), Madrid, 22 marzo 2019. Disponible en: <https://www.revistavanityfair.es/lujo/moda/articulos/desfile-chanel-las-ventas-madrid-karl-lagerfeld-naty-abascal/37105>. Consultado el: 17 enero 2025.

VERGARA, Maika. Boda civil de Lara Dibildos y Fran Murcia en Badalona. **Hola**, Barcelona, n. 2796, p. 64 - 75, 12 marzo 1998.

Agradecimientos

Eduardo Vega Werlen, Johan Luc Katt, Merche Rodríguez y Paloma Vázquez de Castro.

Revisora de texto: Rita Ciscal Herrero, Doctora en Humanidades: Lenguaje y Cultura por la Universidad Rey Juan Carlos. E-mail: rita.ciscal@urjc.es

Mulheres artistas e a integração da arte na vida cotidiana: o impacto das artes decorativas têxteis no desenvolvimento das vanguardas russas

Women Artists and the Integration of Art in Everyday Life: The Impact of Decorative Textile Arts on the Development of Russian Avant-gardes

Tamires Moura Gonçalves Leite¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1844-5628>

Antonio Takao Kanamaru²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0806-153X>

[resumo] O presente artigo aborda o papel das mulheres na arte russa do século XIX e do início do século XX, com foco nas artes decorativas e nas relações entre as artes aplicadas e as artes plásticas. Inicialmente, discute-se a criação das primeiras escolas secundárias para meninas na Rússia, em 1858, que proporcionaram às mulheres acesso à educação, embora com ênfase em disciplinas consideradas apropriadas para a sua função social, como linguagem, religião e habilidades manuais. São citadas também as restrições enfrentadas pelas mulheres no acesso à educação superior, e a hierarquização, vigente à época, entre as artes visuais e as artes decorativas. As mulheres eram frequentemente direcionadas às artes decorativas, consideradas mais compatíveis com as suas habilidades e com os papéis de gênero então atribuídos. No entanto, algumas artistas começaram a explorar e a misturar técnicas tradicionais com estilos mais modernos, abrindo caminho para o design e a integração da arte na vida cotidiana. O artigo conclui, destacando a importância dessas artistas profissionais para o desenvolvimento das vanguardas russas e a introdução de motivos vanguardistas nos tecidos, além de ressaltar o papel dessas iniciativas no movimento de revitalização das artes populares e no contexto pós-revolucionário.

[palavras-chave] Artes decorativas; estamperia soviética; Liubov Popova; Varvara Stepanova.

¹ Mestra em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda - EACH/USP (2019). tamires_m@outlook.com. <http://lattes.cnpq.br/6841800039460988>.

² Doutorado em Curso de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo pela - FAU/USP (2006). Professor-Doutor MS 3.1. RDIDP da EACH/USP. kanamaru@usp.br. <http://lattes.cnpq.br/8600982321049541>.

[abstract] This article addresses the role of women in Russian art during the 19th and early 20th centuries, focusing on decorative arts and the relationship between applied arts and fine arts. Initially, it discusses the establishment of the first secondary schools for girls in Russia in 1858, which provided women with access to education, albeit with an emphasis on subjects deemed appropriate for their societal role, such as language, religion, and manual skills. The article also examines the restrictions faced by women in relation to higher education and the hierarchy between visual arts and decorative arts at the time. Women were often directed towards decorative arts, considered more suitable for their abilities and gender roles. However, some artists began to explore and blend traditional techniques with more modern styles, paving the way for design and the integration of art into everyday life. The article concludes by highlighting the importance of these professional women artists in the development of the Russian avant-garde and the introduction of avant-garde motifs into fabrics and embroideries, as well as emphasizing the role of these initiatives in the context of Russian nationalism and the revival of folk arts.

[keywords] **Applied arts; soviet textiles; Liubov Popova; Varvara Stepanova.**

Recebido em: 19-01-2024.

Aprovado em: 04-04-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1787>

Mulheres e a educação formal na Rússia no final do século XIX

Em 1858, o governo russo estabeleceu a primeira rede de escolas secundárias para meninas. Isso ocorreu catorze anos antes das primeiras escolas públicas para meninas surgirem na Inglaterra, e quase trinta anos antes de serem criados os *lycée de demoiselles* na França. Uma década após a sua criação, a rede contava com apenas 125 instituições, que atendiam a cerca de dez mil estudantes. A maioria delas se concentrava nos centros urbanos, o que dificultava o acesso da população camponesa (Johanson, 1987. p. 29).

Apesar do avanço russo em relação aos demais países europeus nesse aspecto, a análise das disciplinas ensinadas nessas escolas revela que elas não tinham o objetivo de formar mulheres atuantes em campos científicos. Em 1868, a grade curricular compreendia linguagem russa, religião, aritmética, caligrafia e bordado. Havia, ainda, a possibilidade de um ano suplementar de treinamento pedagógico (Johanson, 1987. p. 30), ao final do qual, as mulheres poderiam lecionar em escolas elementares ou oferecer aulas em domicílio.

No final do século XIX, as mulheres ainda enfrentavam restrições significativas em relação à educação superior. Embora não lhes fosse permitido frequentar cursos integrais em escolas de ensino superior, elas podiam assistir às aulas como ouvintes na Academia Imperial de Belas Artes, em uma sessão exclusiva para mulheres. Outras instituições russas também mantinham cursos complementares para estudantes do sexo feminino. As escolas Stroganov e Stieglitz, por exemplo, passaram a oferecer, na mesma época, aulas de bordado, pintura em porcelana, rendas e gravuras. Além disso, ambas tinham cursos de formação de

professoras. Após a graduação, muitas das alunas ministravam aulas particulares de desenho e aquarela para crianças pertencentes a famílias da aristocracia. Lecionar para esse público, em seus domicílios, era comum entre mulheres, já que isso era considerado uma extensão das atividades domésticas.

Em 1872, Maria Ivanova Raevskaia (1840-1912) se tornou a primeira mulher a receber o título de associada honorária da Academia Imperial de Belas Artes, graças aos métodos inovadores aplicados em seu estúdio, que haviam rendido prêmios a seus pupilos em exposições. No ano seguinte, estudantes do sexo feminino passaram a ser aceitas em cursos integrais da Academia. Entretanto, em 1881, após o assassinato do czar Alexandre II, as universidades começaram a sofrer forte repressão, e todas as decisões favoráveis ao acesso de mulheres ao ensino superior e ao campo profissional foram revogadas (Blakesley, 2012. p. 106).

Ainda assim, as mulheres constituíam o grupo mais numeroso em 1894, quando Il'ia Repin (1844-1930), renomado pintor realista, começou a lecionar na Academia, e passou a aceitar educandas em proporção equivalente à de seus alunos do sexo masculino em sua classe. Mais tarde, em 1899, Elizaveta Zvantseva (1864-1921), ex-aluna de Repin, fundou um estúdio particular em Moscou, no qual empregava modelos nus femininos. Seu ateliê foi pioneiro ao permitir que aprendizes de ambos os sexos trabalhassem conjuntamente em desenhos de nus artísticos. Uma de suas alunas foi Olga Rozanova (1886-1918), que se revelaria uma grande artista de vanguarda (Hilton, 1996. p. 353).

Mesmo diante de crescentes conquistas no campo das artes plásticas, as opções de educação artística formal para mulheres eram frequentemente direcionadas para as artes decorativas, como bordado, tecelagem e pintura em cerâmica. Essa tendência refletia a visão predominante de que o sexo feminino fosse mais adequado às atividades relacionadas ao lar e à esfera privada. Até 1917, a maior designação concedida às artistas era o título de Artista de Terceiro Grau (prêmio Khilkova). Antes da Revolução, nenhuma mulher sequer havia recebido um título acadêmico, apesar da luta incessante de muitas delas pela profissionalização.

No final do século XIX, havia uma hierarquia expressiva entre as artes visuais e as artes decorativas. Enquanto as artes visuais, como a pintura e a escultura, eram consideradas formas de expressão artística mais elevadas e valorizadas, as artes decorativas, como a cerâmica, o bordado e a tapeçaria, eram frequentemente associadas à vida privada e à feminilidade. Essa distinção se fundamentava nas normas sociais e nos papéis de gênero da época, a partir dos quais as mulheres eram geralmente relegadas ao espaço doméstico, sendo responsáveis pela decoração e embelezamento dos lares. As artes decorativas eram encaradas como habilidades úteis e “artesaniais”, associadas às atividades tradicionalmente femininas, enquanto as artes visuais detinham prestígio intelectual e eram vinculadas ao universo masculino. Essa divisão reforçava a suposta superioridade das artes visuais e perpetuava a ideia de que as mulheres não fossem capazes de produzir criações artísticas tidas como “sérias”, como explica Rozsika Parker em seu texto “A criação da feminilidade” (2019):

“A divisão de formas de arte em uma classificação hierárquica de arte e artesanato costuma ser atribuída a fatores de classe no sistema econômico social, separando artista de artesão. [...] No entanto, há uma ligação importante entre a hierarquia das artes e as categorias sexuais masculino/feminino. O desenvolvimento de uma ideologia da feminilidade coincidiu, historicamente, com a emergência de uma separação clara entre arte e artesanato. Essa divisão surgiu no Renascimento, quando o bordado vinha se tornando cada vez mais o campo de mulheres amadoras, que trabalhavam em casa e sem receber pagamento. Um pouco depois, a separação entre arte e artesanato se refletiu nas mudanças na educação artística, dos ateliês de artesanato para as academias, exatamente no momento – século 18 – em que vinha se desenvolvendo uma ideologia de feminilidade como natural da mulher. A hierarquia entre arte e artesanato sugere que a arte feita com linha e a arte feita com tinta são intrinsecamente desiguais: que a primeira é menos significativa, em termos artísticos. Mas as diferenças reais entre elas se dão nos termos de onde e por quem são produzidas. [...] em vez de reconhecer que bordado e pintura são, ambos, arte, ainda que diferentes, atribuiu-se um menor valor artístico ao bordado e ao artesanato associado ao ‘segundo sexo’ ou à classe operária.” (Parker, 2019, p. 98, grifo nosso)

Ainda que a autora exemplifique essa situação a partir da técnica do bordado, o conceito engloba todos os tipos de artes decorativas que não sejam classificadas como expressões intelectuais, nem artísticas. Como Parker reforça, as artes aplicadas se distinguem das visuais especialmente pelo suporte, pois nelas são utilizados objetos do cotidiano, que muito comumente não resistem ao uso e ao tempo. Assim, além de serem relegadas a um status inferior, as artes aplicadas também são pouco documentadas pela historiografia, devido à fragilidade de seus materiais.

Enquanto a Academia Imperial de Belas Artes se negava a oferecer a mesma educação para alunos e alunas, nas artes aplicadas, as mulheres recebiam forte apoio, com críticas criteriosas e altas comissões. Esses recursos abriam portas e ofereciam carreiras promissoras para artistas, que, nas artes plásticas, não teriam a formação necessária para competir com aqueles completamente formados. Relegadas a uma produção que não era considerada acadêmica e que somente poderia ser praticada no ambiente privado, as mulheres estavam presas às artes decorativas e, portanto, ao lar.

As artes decorativas como caminhos possíveis

Yelena Dmitrievna Polenova (1850-1898) era uma artista em formação quando se mudou para Moscou para começar sua carreira de maneira independente. Ela expressava o desejo de atuar exclusivamente nas artes plásticas, mas a necessidade de se estabelecer financeiramente a fazia produzir aquarelas e cerâmicas. Nas décadas de 1870 e 1880, a procura por um ofício que garantisse independência econômica a inspirou a trabalhar com Elizaveta Mamontova em Abrantsevo, na preservação do artesanato camponês local. Nesse período, diversas representantes da aristocracia russa se comoveram com o empobrecimento do campesinato e criaram escolas de treinamento e oficinas para mulheres como incentivo

ao artesanato rural. Essas iniciativas obtiveram mais sucesso em áreas de cultivo do linho, em que as tradições da arte têxtil permaneciam fortes.

Mamontova tinha uma função filantrópica no projeto, e Polenova era a artista por trás da densa pesquisa sobre o artesanato popular. Seu objetivo era resgatar desenhos antigos e capacitar artesãs, para que pudessem vender suas produções no inverno, e não fossem obrigadas a procurar trabalhos sazonais nas cidades. A partir de sua pesquisa, Polenova se inspirava nos modelos tradicionais de ornamento para criar estilos individuais em diversas mídias. As oficinas de Abrantsevo promoviam aulas de tecelagem, bordado e de costura para meninas, e de marcenaria para meninos. Polenova criava os desenhos e auxiliava seus alunos na execução dos projetos. As produções eram vendidas em uma loja em Moscou, inaugurada em 1886.

Mais do que conservar o artesanato local, Polenova intencionava, a partir dessas oficinas, inserir a arte na vida cotidiana por meio das artes decorativas. Sua formação a possibilitava misturar técnicas, e muitas de suas obras tinham como inspiração o folclore russo. A artista inovava, combinando padrões de tapeçarias e bordados tradicionais russos com influências modernas.

FIGURA 1 – TAPEÇARIA BORDADA POR YELENA POLENOVA (1895)



FONTE: HILTON, Alison. **Domestic crafts and creative freedom: Russian women's art.** In GOSCILO, Helena. HOLMGREN, Beth. *Russia – Women – Culture.* Bloomington: Indiana University Press, 1996. p. 362.

Imagem obtida mediante impressão de tela do documento.

Na figura 1, há um bordado de Polenova, em que fica evidente a mistura de motivos ornamentais tradicionais russos com o estilo *Art Nouveau*. Algumas obras da artista chegaram a participar da exposição *All Russian*³, em 1896, que foi um verdadeiro catalisador das artes decorativas produzidas naquele momento. A partir dessa exposição, houve uma mudança na relação entre as artes aplicadas e as artes plásticas. As obras expostas misturavam artes aplicadas, arquitetura, pintura e escultura. Esse era o caso dos painéis de Maria V. Iakunchikova (1870-1902), artista plástica treinada em Paris e familiarizada com o pós-impressionismo, que começara a estudar técnicas tradicionais e folclore russo em 1887, por influência de Polenova. Em 1894, Iakunchikova chegou a organizar uma exposição de artes decorativas de autoria feminina em Paris (Hilton, 1996. p. 361). Seus painéis expostos em 1896 misturavam pintura à óleo e pirografia.

FIGURA 2 - MORANGOS SILVESTRES DE MARIA IAKUNCHKOVA (1895)



FONTE: HILTON, Alison. **Domestic crafts and creative freedom: Russian women's art.** In GOSCILO, Helena. HOLMGREN, Beth. *Russia – Women – Culture.* Bloomington: Indiana University Press, 1996. p. 362.

Imagem obtida mediante impressão de tela do documento.

Na figura 2, é possível observar a obra “Morangos Silvestres”, de Iakunchikova, em que foram empregadas as duas técnicas mencionadas anteriormente. Percebe-se como são

³ As Exposições All-Russian foram uma série de mostras nacionais realizadas no Império Russo entre o século XIX e o início do século XX, com o objetivo de promover os avanços econômicos, industriais e culturais do país. A edição de 1896 em Nijni Novgorod foi especialmente significativa para o campo das artes decorativas, pois reuniu obras que integravam o artesanato tradicional com propostas artísticas modernas.

construídos elementos da linguagem impressionista por meio do uso da pirografia. A artista preservou a mídia tradicional da pintura e ainda utilizou uma técnica das artes decorativas, abrindo o caminho para a próxima geração explorar os valores do artesanato tradicional aplicados a conceitos abstratos. A integração de técnicas tradicionais e a aplicação de novas abordagens artísticas emergiram como características marcantes nas obras de Iakunchikova, em uma proposta próxima à que Polenova desenvolvia em Abrantsevo.

Polenova estava profundamente interessada na integração da arte em diferentes esferas da vida cotidiana, como o design de interiores e a produção de objetos utilitários. Acreditava fervorosamente que a produção artística não devesse estar confinada às galerias, mas sim acessível a todos, integrada de forma natural à rotina comum — e, mais do que isso, presente no ambiente doméstico. Com esse propósito, explorou uma variedade de técnicas artísticas, incluindo a pintura, a tapeçaria e a cerâmica, para criar peças que uniam valor estético e funcionalidade. Essa abordagem inovadora e visionária influenciou não apenas outros artistas de sua época, mas também movimentos posteriores de design e artesanato. Sua intenção de integrar arte e vida na experiência diária constituiu uma dimensão fundamental de seu legado artístico e filosófico.

Polenova e Mamontova não eram as únicas a oferecer oficinas como as de Abrantsevo. Em 1890, a princesa Maria Tanisheva implementou uma escola em Talashkino, na sua propriedade na região de Smolensk, onde era oferecido treinamento para a qualificação artística do artesanato local. Estudavam-se, principalmente, rendas e bordados, copiando e adaptando modelos da própria coleção de bordados eclesiásticos da princesa, e incorporando abordagens modernas. A oficina se tornou um centro para artistas e artesãos talentosos, incluindo pintores, designers e bordadeiras. A colaboração entre esses profissionais gerou peças únicas, que incorporavam elementos da tradição folclórica russa, mas com uma sensibilidade contemporânea. Os participantes da oficina produziram bordados, tecidos decorativos e peças têxteis notáveis, muitas vezes incorporando motivos folclóricos russos e padrões inspirados na natureza. Talashkino também abrigou um ateliê de cerâmica e de marcenaria.

Caminho aberto para o design

O engajamento das artistas profissionais com o artesanato doméstico tradicional teve uma influência marcante nos destinos das vanguardas russas, pois antecipou uma das metas do período revolucionário: a incorporação da arte na vida cotidiana. Ao se voltarem para as práticas artesanais tradicionais, essas mulheres não apenas resgataram técnicas e estilos profundamente enraizados na cultura russa, como também inseriram essa herança no percurso que seria trilhado pelos artistas modernos no período imediato após a Revolução. Ao fazê-lo, elas contribuíram para a visão revolucionária de tornar a arte mais acessível e integrada à experiência diária. Esse movimento representou, simultaneamente, uma valorização do artesanato doméstico e uma rejeição das barreiras elitistas que separavam a produção artística da vida comum.

Os trabalhos em artefatos têxteis se destacavam, nos exemplos de Abrantsevo e Talashkino, pela rica tradição de bordados e ornamentos russos, com suas intrincadas técnicas e motivos folclóricos, e pela maneira com que foi reinterpretada à luz de influências ocidentais. Elementos decorativos, curvas sinuosas e uma paleta de cores mais vibrante,

característicos do Art Nouveau, foram incorporados aos tecidos russos, conferindo uma estética nova. Paralelamente, a abordagem do movimento Arts and Crafts, com sua ênfase na qualidade artesanal e na simplicidade dos materiais, também deixou sua marca, incentivando a produção de tecidos ornamentados com meticulosidade e artesanato refinado.

Todas essas iniciativas foram possíveis porque o Estado patrocinava projetos de estudo e de preservação do artesanato tradicional, como parte de um plano de revitalização das artes populares (Hilton, 1996. p. 368). O interesse pelo artesanato era resultado do crescente nacionalismo que tomava a arte russa desde meados do século XIX. Essas iniciativas, apesar de conservadoras, criaram as bases para oficinas e escolas experimentais fundadas posteriormente pelos soviéticos.

Enfim, a conciliação entre artesanato tradicional e artes plásticas acabou sendo responsável pelos primeiros trabalhos em tecidos com motivos vanguardistas. Natalia Goncharova (1881-1964), renomada artista cubofuturista, apresentou obras em bordado, ao lado de suas pinturas, em 1908, desafiando a hierarquia entre arte e artesanato. No verão de 1913, a artista inovou mais uma vez, agregando a sua exposição solo cerca de cem bordados, como parte de sua obra (Douglas, 1995. p. 42). No mesmo ano, Olga Rozanova, também cubofuturista, exibiu projetos para bordados que seguiam a mesma linguagem de suas pinturas, com características bastante gestuais e abstratas.

A escolha das artistas por práticas de arte decorativa refletiu, acima de tudo, as condições de seu tempo — revelando tanto o grande interesse público pelo artesanato tradicional quanto a abertura, no contexto das vanguardas, para o questionamento dos padrões hierárquicos entre os fazeres artísticos e do espaço destinado às mulheres nas artes.

Em 1912, a renomada artista Alexandra Exter (1882-1949) auxiliou na organização de uma cooperativa de artesãs na vila Verbovka, em Kiev, em modelo semelhante ao das oficinas de Polenova e Mamontova em Abramtsevo. Em Verbovka, as artesãs trabalhavam em colaboração com artistas plásticos, bordando e costurando peças de roupas, bolsas e acessórios. Essa produção cresceu à medida que a Primeira Guerra Mundial afetava as vilas camponesas, e as mulheres locais procuravam iniciativas como essas para produzir e comercializar seus artesanatos. As peças produzidas em Verbovka foram exibidas pela primeira vez em galeria na Modern Decorative Arts, em novembro de 1915, em Moscou. Essa exposição contou com obras de artistas como Exter, Ivan Puni, e, até mesmo, Kazimir Malevich, feitas em colaboração com as artesãs.

Curiosamente, essa exposição precedeu por poucas semanas a famosa 0.10, que se pretendia a última exibição cubofuturista, e introduzia o Suprematismo ao mundo. Puni e Malevich, bem como outros artistas, expuseram suas obras nessa mostra, que se estendeu até o início de 1916. Em seguida, artistas como Rozanova, Liubov Popova (1889-1924) e Nadezhda Udaltsova (1885-1961) abandonaram o cubofuturismo e se uniram a Malevich no grupo de trabalho suprematista. Esse coletivo se tornou, então, a principal fonte de projetos para Verbovka, que, em dezembro de 1917, organizou uma nova exposição de trabalhos em Moscou, intitulada *Second Modern Decorative Arts Exhibition*, dessa vez com 400 trabalhos de dezesseis artistas, produzidos de forma colaborativa com as artesãs camponesas. Tecidos bordados, bolsas, cintos, almofadas, todos seguiam a linguagem da abstração geométrica suprematista.

Dentre as obras expostas, havia bordados de Popova, que contavam com as mesmas composições complexas da linguagem abstrata que ela começava a delinear. As cores contrastantes, que criavam planos sombreados, e as formas circulares interrompidas por linhas retas, remetiam diretamente à série de pinturas que a artista desenvolvia à época, *Painterly Architectonic*, e apontavam um caminho para as obras que desenvolveria posteriormente em *Space Force Construction*.

O Construtivismo Russo como um novo caminho

O design na sua configuração atual surgiu no começo do século XX. Uma conciliação entre a criação artística e a produção de objetos industriais começou a ser articulada nesse momento, tanto na Rússia quanto no resto da Europa. Essa nova prática se manifestava a partir da reformulação das artes visuais para um cenário industrial. Contudo, na Rússia pós-revolucionária, o propósito do projeto de objetos divergia daquele predominante no restante do mundo ocidental, em que o design visava adequar os produtos ao ritmo da moda e do consumo. A indústria russa, uma vez estatizada após a Revolução, não tinha mais como objetivo gerar lucros, e sim produzir de forma eficiente e igualitária. Para isso, também servia o design, como explica Varvara Stepanova (1894-1958) (1923):

“Me perguntam pelo desenho. Qual o papel do desenho no projeto industrial de bens de consumo na construção do socialismo? Que o uso do produto seja democrático, igualitário na demanda e oferta, numa vivência diária adequada pelos esforços comunais na construção do socialismo. Em que linhas projetar? O desenho de produtos deve abraçar as ideias do futuro, antecipar necessidades e soluções na prática do uso, determinando o consumo pela qualidade, atemporalidade e funcionalidade, educando e restringindo. Um talher deve durar 100 anos.” (Stepanova, 1923, p. 54, grifo nosso)

Após a Revolução, a dimensão política dos objetos foi colocada em evidência. Afinal, a reformulação da vida cotidiana sob o Socialismo também era material. O Construtivismo, por exemplo, foi uma vanguarda artística que se iniciou poucos anos antes da Revolução, com bases estéticas próximas às do cubofuturismo. Inicialmente, seu foco era retirar as obras de arte das galerias e colocá-las a favor do proletariado. Após 1917 e, principalmente, com o fim da Guerra Civil, os construtivistas tiveram a oportunidade de concretizar seus projetos de objetos.

Em um país destruído, que enfrentava a escassez, devido à Primeira Guerra Mundial e à Guerra Civil, cabia também aos artistas conceber a construção de uma nova versão do mundo sob o Socialismo. Nesse modelo, a indústria deveria produzir e distribuir produtos de mesma qualidade para toda a população, abolindo o ornamento e qualquer outro aspecto que tornasse um objeto único. Assim, os artistas tinham como função projetar objetos que fossem totalmente utilitários. A finalidade era sanar as necessidades imediatas da população, e, ao mesmo tempo, garantir a presença da arte no cotidiano, nos objetos e em seus usos mais simples, como colocado por Martins (2003):

“Indo à questão posta pelo construtivismo, a ideia de morte da pintura refere-se à possível extinção da arte como atividade especial e de bases artesanais, visto que mediante o termo arte de cavalete, Tarabukin e outros compreendem também todas as demais artes, literatura, teatro, música etc. Deste modo, a morte da arte significa, no caso, a dissolução da arte na vida, e a elevação concomitante da qualidade geral desta a um valor equiparável ao da arte.” (Martins, 2003, p. 60)

Nesse período, não havia interesse em decorar objetos existentes, e sim propagar ao consumidor final os ideais da Revolução, organizando a realidade social. Dessa forma, a arte seria absorvida pela vida, já que a qualidade de vida seria elevada e equiparada à arte. Um exemplo disso foi o projeto de forno de Vladmir Tatlin, que, em aparência, não diferia tanto dos fornos convencionais da época. No entanto, era extremamente econômico, demandando apenas seis troncos para seu funcionamento. Apresentava, ainda, uma câmara hermética capaz de manter a água e os alimentos aquecidos por até trinta horas, além de conservar a temperatura ambiente em aproximadamente 21º C, por até quarenta e oito horas. Esse forno solucionava, então, duas problemáticas da vida doméstica da época: a dificuldade de obtenção de lenha nas cidades russas, já que era econômico, e a necessidade de manter o aquecimento da casa por longos períodos, uma vez que o inverno russo podia chegar a -50º C (Kiaer, 2005. p. 73).

Sob essa lógica, o design de produto que começava a se consolidar na Rússia se diferenciava daquele desenvolvido no restante do mundo. Enquanto no Ocidente o desenho era pensado para adaptar o produto a uma moda temporal, programada para a própria obsolescência, na Rússia soviética ele servia para antecipar as necessidades da população e atender a demandas cotidianas. Os objetos deveriam ser duráveis, atemporais e, ao mesmo tempo, acessíveis. Assim, seriam produzidos de forma padronizada e igualitária, sem toques individuais que restringissem seu acesso.

A emancipação feminina foi prioridade durante os primeiros anos do governo bolchevique, que a via como o primeiro passo para a reformulação da realidade social. Foram muitas as estratégias para reeducar as mulheres, que participavam em menor número dos sindicatos, e ainda estavam fortemente ligadas à igreja e ao ambiente doméstico. Duas artistas construtivistas descobriram uma forma de levar os ideais revolucionários para essa parcela da população, que era majoritariamente analfabeta, mais conservadora e menos politizada.

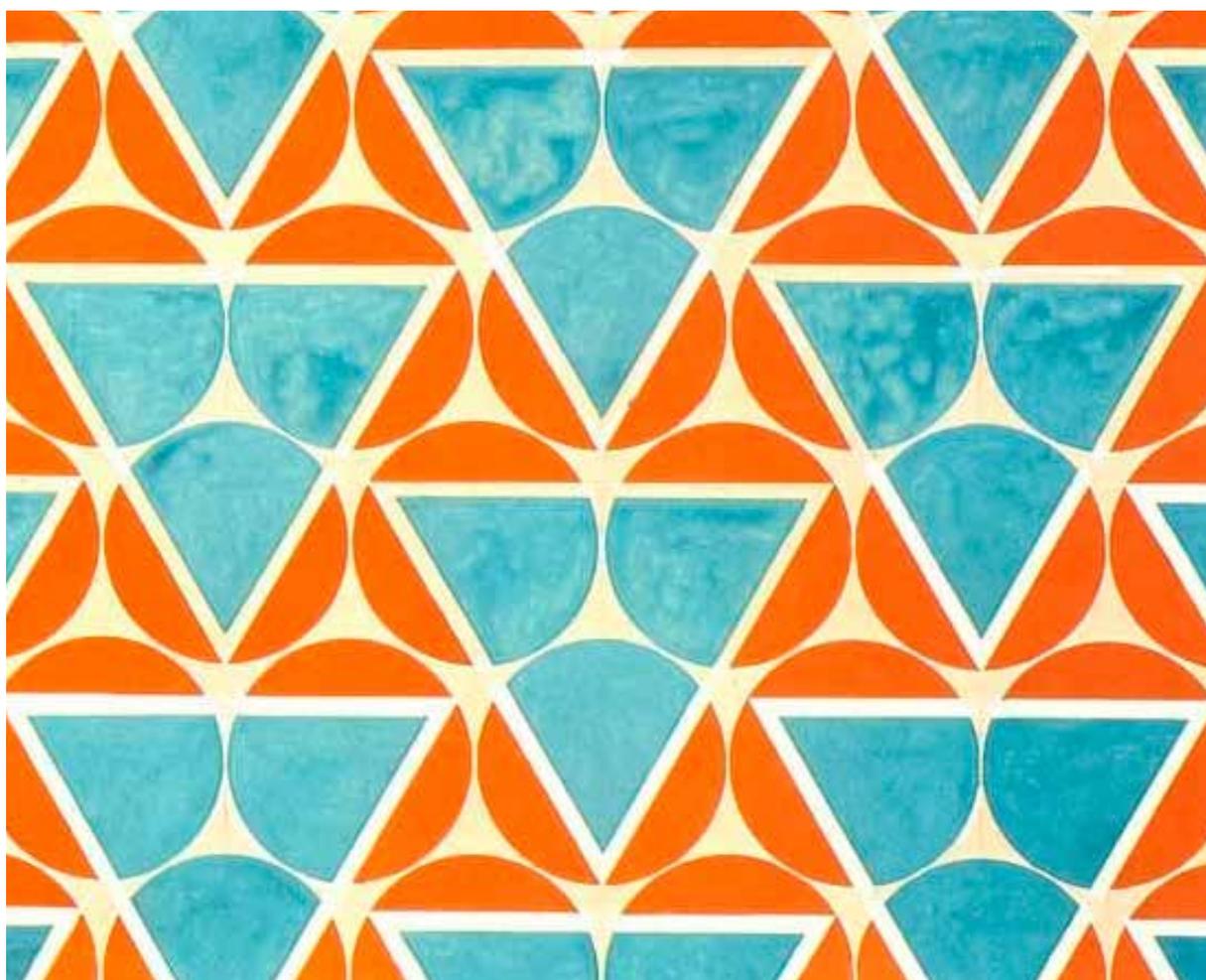
Varvara Stepanova e Liubov Popova viram no trabalho da Primeira Estamparia Estatal a oportunidade perfeita para atingir as mulheres, de maneira gráfica e direta. As artistas foram convidadas a trabalhar em uma antiga fábrica têxtil de Moscou que havia sido estatizada, e até então era conhecida como Fábrica Tsindel. Ao chegarem à fábrica, em 1923, encontraram algumas limitações, como a escassez de materiais e maquinário obsoleto. É possível, inclusive, que essas questões tenham influenciado suas estampas, que eram absolutamente arrojadas.

Aliadas às bases estéticas construtivistas, Popova e Stepanova produziram estampas para o novo modo de vida, aproveitando o abstracionismo geométrico para educar a população sobre os ideais da Revolução. As obras das artistas eram pautadas pela agenda comunista, como a eletrificação da Rússia e a celebração à indústria, e utilizavam recursos novíssimos para a estamparia da época, como a criação de efeitos ópticos a partir da combinação de cores e formas. O próprio conceito de estampa geométrica abstrata era novidade,

já que as estampas mais comuns para a época eram os florais herdados da *Art Nouveau* e do *Arts and Crafts*.

Na figura 3, é exibido um dos padrões produzidos à época. Nele, a artista criou um desenho abstrato utilizando apenas duas cores além do pigmento original do tecido, que serviu como fator organizacional da estampa, equilibrando todos os elementos. Stepanova usou nesse padrão cores complementares, conferindo dinamismo à estampa. Além disso, as formas geométricas sobrepostas remetem à simbologia utilizada nas indústrias pneumática e hidráulica, como uma maneira de celebração ao setor. O *rapport* se repete de forma saltada, atribuindo mais complexidade à estampa.

FIGURA 3 – ESTAMPA DE VARVARA STEPANOVA (1923)



FONTE: DRABOWSKI, Magdalena. **Liubov Popova**. Nova Iorque: Museum of Modern Art, 1991. p. 110.

Imagem obtida mediante impressão de tela do documento.

O uso das cores e das formas geométricas foi uma contribuição dessas artistas, que criavam estampas para um novo mundo, racionalizado e organizado, sem espaço para o ornamento burguês. Graças a esses elementos, em muitas de suas estampas é possível observar efeitos ópticos, que apresentavam à população russa um novo tipo de

tecido, e uma forma inovadora de consumi-los. Esses padrões foram criados, sobretudo, para as roupas femininas.

Embora as estampas geométricas não representem hoje uma novidade, no início da década de 1920 não era comum ver esse tipo de padrão nos vestidos da moda. De forma que, para habituar a consumidora final, eram exibidos nas vitrines, junto aos tecidos, croquis de vestidos com estampas construtivistas (Kiaer, 2005, p. 117), sugerindo formas de usá-las e reforçando que eram tão vestíveis quanto os antigos padrões florais.

Na figura 4, observa-se novamente o uso de duas cores complementares e a forte presença do branco, mais uma vez organizando os elementos. A sobreposição dos triângulos constrói um desenho abstrato, que, aliado às cores, confere a sensação de movimento à obra. Nesse caso, o rapport se repete de forma direta, e é a irregularidade da espessura dos intervalos em branco que preenche o padrão.

FIGURA 4 - ESTAMPA DE VARVARA STEPANOVA (1924)



FONTE: Victoria and Albert Museum. **Printed Flannel**, de Varvara Stepanova, 1924. Disponível em: <https://collections.vam.ac.uk/item/O1371413/printed-flannel-varvara-stepanova/>. Acesso em: 28 jun. 2023.

As artistas inovaram ao conseguir, de uma maneira gráfica, alcançar esse público que não podia ler os cartazes do governo, já que a Rússia da época era em grande parte analfabeta (Senna, 2017. p. 110). Nesse contexto, as estampas foram essenciais para difundir os ideais revolucionários, não somente pelo conteúdo ideológico, mas pelas estampas geométricas abstratas de cores fortes e efeitos ópticos, que, em si, já eram um símbolo dos novos tempos, em que os velhos florais burgueses haviam sido abandonados.

Além disso, nesse curto período entre o começo dos trabalhos das artistas na fábrica, em 1923, e a morte de Popova, em 1924, a dupla viu suas estampas construtivistas se consagrarem como obras que contribuíram para a democratização da arte, tornando-a acessível ao trabalhador. Os elementos gráficos presentes nessas criações visavam reeducar a população segundo os ideais da Revolução, a partir do caminho aberto por Polenova para a construção de uma nova linguagem, atualmente reconhecida como design moderno.

Essa tentativa de conectar o artista com a função do objeto criado não foi meramente um reflexo do período pós-revolucionário, mas também evidenciou o legado do estudo das artes aplicadas nos objetos de uso cotidiano, especialmente em suportes têxteis. A utilização desses produtos como meios de educar e aproximar a população dos ideais da Revolução somente se tornou viável graças ao empenho de mulheres artistas, que, ao longo de décadas, se dedicaram às artes decorativas e à preservação do artesanato local. Em seus têxteis, Popova e Stepanova aproveitaram esses conhecimentos das artes aplicadas tradicionais para criar arte para uma nova sociedade.

As artes têxteis na educação formal no período pós-revolucionário

Os esforços para a preservação das artes têxteis tradicionais russas, e as novas formas de criação que surgiram a partir dos movimentos artísticos modernos não passaram despercebidos pela educação formal, que sofreu transformações substanciais no período pós-revolucionário. Em janeiro de 1921, foi criada a Faculdade de Artes Têxteis da Vkhutemas⁴, a partir da unificação dos ateliês de bordado, rendas e estamperia da, então estatizada, Academia Stroganov. Como mencionado anteriormente, esses cursos de artes decorativas da academia para mulheres não eram reconhecidos como formação superior. Após a integração às Vkhutemas, esses ateliês foram reformulados, e passaram a fornecer formação em design e tecnologia têxtil, direcionando seus alunos para a indústria.

Se o novo regime via com maus olhos a produção de objetos únicos e inacessíveis, a formação acadêmica de design não seria diferente. O apreço pela indústria, e por sua capacidade de produzir de maneira eficiente e igualitária, se estendia ao ensino, e por isso era comum que profissionais do setor fossem convidados a lecionar na universidade. Essa situação abrangeu diversas disciplinas da Faculdade de Artes Têxteis. Um exemplo disso foi Oskar Griun, que atuava como chefe de produção do setor de fiação da Manufatura Triokhgórni Prókhovski, e ministrava a disciplina Composição Artística para Tecelagem. Esse intercâmbio foi muito positivo para os alunos, que podiam experienciar as instalações industriais como salas de aula (Lima e Jallageas, 2020, p. 246).

Em 1923, Varvara Stepanova e Liubov Popova foram admitidas na Faculdade de Artes Têxteis, e puderam levar sua experiência na Primeira Estamperia Estatal para a sala de aula, bem como incorporar disciplinas de estudo de cores e composições, encarando o objeto têxtil como um projeto de design completo, do tecido à roupa (Kaier, 2005, p. 94).

⁴ As Vkhutemas (Oficinas Superiores Artísticas e Técnicas do Estado), fundadas em Moscou em 1920, foram uma escola de arte e design criada pelo governo soviético com o objetivo de integrar arte, indústria e educação. Consideradas o equivalente soviético à Bauhaus, as Vkhutemas reuniram artistas e arquitetos de vanguarda em torno da ideia de formar profissionais capazes de projetar para uma sociedade socialista, combinando inovação estética com funcionalidade e produção em massa.

Assim, ao lecionarem nesse curso superior — que substituiu os cursos complementares para mulheres, em uma academia que, no passado, se recusara a oferecer formação superior a esse público, e mudou sua política apenas após a estatização — Popova e Stepanova completaram um ciclo. Ambas colaboraram para formalizar saberes que antes eram transmitidos informalmente por mulheres excluídas dessas instituições, transformando esse conhecimento ancestral nas bases do design têxtil atual.

Considerações finais

Apesar das restrições substanciais que as mulheres russas enfrentaram à educação superior, que as direcionavam predominantemente para atividades ligadas ao lar e à esfera privada, algumas artistas encontraram, na preservação do artesanato tradicional e na exploração das artes aplicadas, modos de criar linguagens artísticas em um contexto que frequentemente as excluía das práticas mais formais da arte.

As iniciativas lideradas por mulheres, como as oficinas de Abramtsevo e a escola em Talashkino, proporcionaram treinamento às artesãs locais, estimulando a qualificação artística do artesanato tradicional. Esses empreendimentos também viabilizaram um ambiente propício para a colaboração entre artistas plásticos e artesãs, resultando em trabalhos completamente novos, como ocorreu na cooperativa formada em Verbokva por Exter. Entre 1912 e 1917, foi notável o impacto social das oficinas e cooperativas para as mulheres que trabalhavam com o artesanato nessas regiões, especialmente durante a Primeira Guerra Mundial. Dessa forma, não se pode ignorar como esse período histórico foi crucial para as mulheres russas, em particular no contexto do campesinato. Afinal, essas trocas artísticas foram frutíferas em múltiplos sentidos. De um lado, impulsionaram a criação de obras inovadoras. De outro, contribuíram para melhorias sociais significativas nas comunidades envolvidas.

A colaboração entre as artistas e as artesãs e a exploração de técnicas tradicionais em contextos vanguardistas marcaram uma mudança significativa na percepção das artes decorativas e do trabalho manual. Essas mulheres desempenharam um papel fundamental na valorização do artesanato como uma forma de arte legítima e como um meio de expressão pessoal. Elas desafiaram as convenções estabelecidas e exploraram novas possibilidades criativas dentro do campo das artes decorativas. Nesse cenário, as cooperativas se tornaram importantes centros de produção e comercialização de artesanato, contribuindo para a disseminação de técnicas e estilos inovadores.

Assim, a trajetória das artistas russas, desde a sua participação nas artes decorativas até a transição para as vanguardas, evidencia a persistência e a capacidade de transformação delas diante das restrições impostas pelo machismo estrutural e pela hierarquização das linguagens artísticas. Suas contribuições foram fundamentais para a legitimação do artesanato tradicional e a criação de um diálogo entre as artes aplicadas e as artes plásticas. Essas mulheres abriram caminho para uma nova concepção de arte, na qual ela poderia se integrar à vida cotidiana por meio de objetos têxteis, promovendo a democratização da cultura e desafiando as barreiras de gênero e a hierarquia artística.

Liubov Popova e Varvara Stepanova criaram padrões que inovaram não apenas por sua natureza geométrica e abstrata, em contraste com as padronagens têxteis florais da época, nem somente pelas narrativas visuais que representavam o seu tempo, mas principalmente por articularem todos esses fatores às necessidades populares, suprimindo, de forma

estética e funcional, carências de seu contexto histórico. Nesse sentido, é correto concluir que o trabalho dessas duas mulheres, pautado pelas necessidades femininas da época, foi um dos únicos projetos construtivistas aproveitados na produção industrial. Essa conquista resultou de um trabalho conjunto que vinha sendo realizado desde o final do século XIX, por mulheres que encontravam nos tecidos uma forma de trabalhar com a arte, e por artesãs camponesas das cooperativas de Abramtsevo, Talashkino e Verbovka.

Além disso, é fundamental reconhecer que o projeto revolucionário soviético não apenas promoveu mudanças no fazer artístico, mas também transformou profundamente a educação formal. A institucionalização das artes têxteis, por meio da criação da Faculdade de Artes Têxteis nas Vkhutemas, em 1921, representou uma ruptura com o passado excludente da formação artística para mulheres. Nesse novo cenário, conhecimentos antes marginalizados — como o bordado, a tecelagem e a estamperia — ganharam status acadêmico e foram reconhecidos como campos legítimos do design. Com a presença de artistas como Varvara Stepanova e Liubov Popova no corpo docente, os saberes femininos e populares foram incorporados à formação de uma nova geração de designers comprometidos com os ideais socialistas. A educação se tornou, assim, um instrumento de democratização e de valorização do trabalho artístico coletivo, ao mesmo tempo em que formalizou práticas historicamente transmitidas entre mulheres. Essa reconfiguração pedagógica evidencia o impacto estrutural da Revolução na redefinição dos papéis sociais, dos valores artísticos e do lugar da arte na vida cotidiana.

Infelizmente, as conquistas e contribuições das mulheres artistas russas no início do século XX, muitas vezes, foram subestimadas ou negligenciadas pela historiografia da arte e do design. Trata-se de obras que devem ser revisitadas, já que fazem parte da história formativa do design têxtil ao lado de criações contemporâneas a elas, como os projetos têxteis da Bauhaus e da escola de Glasgow. O resgate dessas artistas e de suas obras é essencial para uma compreensão mais abrangente e justa do legado que deixaram para a história da arte e do design.

Referências

BLAKESLEY, Rosalind P. **Women and the visual Arts**. In: ROSSLYN, Wendy. TOSI, Alessandra. *Women in Nineteenth-Century Russia: Lives and Culture*. Cambridge: OpenBook Publishers, 2012. p. 91-117.

DOUGLAS, Charlotte. **Suprematist Embroidered Ornament**. *Art Journal*, vol. 54, n. 1, 1995, p. 42-45. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/777505>. Acesso em: 28 jun. 2023.

DRABOWSKI, Magdalena. **Liubov Popova**. Nova Iorque: Museum of Modern Art, 1991.

HILTON, Alison. **Domestic crafts and creative freedom: Russian women's art**. In GOSCILO, Helena. HOLMGREN, Beth. *Russia – Women – Culture*. Bloomington: Indiana University Press, 1996. p. 347-376.

JOHANSON, Christine. **Women's Struggle for Higher Education in Russia – 1855-1900**. Montreal: McGill-Queen's Press, 1987.

KAIER, Christina. **Imagine no possessions: the socialist objects of Russian Constructivism**. Massachusetts: The Mit Press, 2005.

LIMA, Celso; JALLAGEAS, Neide. **Vkhutemas: desenho de uma revolução**. São Paulo: Kinoruss, 2020.

MARTINS, L. R. **O debate entre construtivismo e produtivismo, segundo Nikolay Tarabukin**. ARS, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 56-71, dez. 2003.

SENNA, Thaiz Carvalho. **A Questão da Representação Feminina nos Cartazes Soviéticos – Algumas Questões**. História e Cultura, Franca, v. 6, n. 1, p. 103-125, mar. 2017.

STEPANOVA, Varvara. О работах конструктивистской молодежи. Журнал Левого Фронта, Moscou, n.3, p. 53-56, 1923. Disponível em: https://monoskop.org/images/2/2e/LEF_3_1923.pdf. Acesso em: 23 jun. 2023.

PARKER, Rozsika. **A criação da feminilidade**. In: Pedrosa, Adriano; Carneiro, Amanda; Mesquita, André (Orgs.). Histórias das Mulheres, Histórias Feministas: Antologia. São Paulo: MASP, 2019, p. 95-107.

Revisora do texto: Julia Ramos Claro, Bacharela em Comunicação Social – Jornalismo (Casper Líbero). E-mail: juliarclaro@gmail.com

Trajes típicos germânicos: da origem à concepção, entrevista com Roswitha Ziel¹

Entrevistadoras:

Cristiani Maximiliano²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4850-0237>

Tania Maria Costa³

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7270-3264>

Entrevista realizada no campus UniSENAI, em Blumenau, Santa Catarina, no dia 05 de julho de 2023.

Recebida em: 08-05-2025.

Aprovada em: 15-05-2025.

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i44.1840>

Apresentação

Blumenau, uma cidade localizada no estado de Santa Catarina, mantém viva em suas características grande influência da colonização germânica, o que culmina em representativas manifestações culturais e presença de grupos folclóricos. No que se refere especialmente aos grupos folclóricos, cada grupo apresenta particularidades, principalmente por meio de suas vestes e adornos. Por estar imerso nessa cultura e desenvolver proximidade com as manifestações culturais, o grupo de pesquisa TECER, do UniSENAI *campus* Blumenau, apresenta diligência em compreender questões relacionadas aos trajes típicos dos grupos folclóricos. Questiona-se como estes são criados, no que são inspirados, quais atributos possuem, entre outros pontos que envolvam essa comunicação por meio do que se veste, principalmente porque cada traje típico, apresenta-se repleto de elementos, sejam estes usuais, estéticos, simbólicos, além de grande bagagem histórica.

¹ Professora de alemão; Pesquisadora, Consultora e Palestrante sobre Trajes Típicos Germânicos.

² Mestre em Design. UniSENAI. E-mail: cristiani.m@edu.sc.senai.br.
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8132430168701978>

³ Doutora em Engenharia Química. UniSENAI. E-mail: tania.maria@edu.sc.senai.br
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9484439585821792>

Dessa forma, existe a intencionalidade na busca por compreender além do processo criativo que abarca os trajes típicos, especialmente as funções atribuídas a eles. A fim de sanar esses questionamentos, identificou-se junto aos membros da Associação dos Grupos Folclóricos Germânicos do Médio Vale do Itajaí (AFG) quais os dois grupos mais antigos entre os associados. Vale destacar que a AFG é uma importante instituição que mantém e organiza esses grupos na cidade de Blumenau e região. Após identificação destes grupos, realizou-se contatos com os respectivos responsáveis e foram realizadas entrevistas, sendo uma delas, apresentada neste trabalho.

Um dos grupos folclórico selecionado foi o *Blumenauer Volkstanzgruppe* e a entrevistada foi Roswitha Ziel, sócia do Centro Cultural 25 de Julho (local onde o grupo se reúne) e também integrante do respectivo grupo folclórico desde 1997. Ambas as instituições ficam localizadas na cidade de Blumenau, Santa Catarina. No grupo Roswitha atua na coordenação desde o ano de 2000 e também como instrutora de dança nas categorias infantil e casais, sendo *Trachtenberaterin* - conselheira de trajes desde 1998. A entrevistada nasceu e cresceu em meio aos movimentos folclóricos, nasceu na Alemanha, porém veio ao Brasil algumas vezes ao longo de sua vida, primeiro na idade infantil e depois enquanto adolescente. Quando adulta, já casada e com dois filhos, aproximadamente em meados de 1996, decidiu juntamente da família vir morar no Brasil. Residem aqui desde então e visitam a Alemanha em momentos de férias ou em comitivas de pesquisas.

Dentre as comitivas que a entrevistada participou na Alemanha, uma delas ocorreu no ano de 1998, em que foi responsável pela primeira pesquisa do traje, intitulada "*Schweinfurter Gautracht*". Essa pesquisa foi realizada em museus na região da Baixa Francônia, na companhia do casal Alfred e Gudrun Dörr, na ocasião consultores de trajes da *Trachtenverband Unterfranken*, que é uma associação de preservação de trajes e tradições da Baixa Francônia. As experiências e conhecimentos adquiridos ao longo da pesquisa realizada, serviram de base para que em 1999 Roswitha coordenasse a elaboração e confecção de um traje para o grupo blumenauense ao qual faz parte. Destaca-se ainda que as pesquisas e trocas com grupos alemães não cessaram após essa primeira experiência, visto que desde 2001 mantém-se contato com um grupo chamado *Heimatverein Geldersheim*, que mantém viva a tradição do uso do traje na sua região. Essa proximidade entre o grupo brasileiro e os grupos alemães trouxe como resultado no ano de 2008 o aceite do *Blumenauer Volkstanzgruppe* como um integrante da *Trachtenverband Unterfranken*, pela notoriedade do seu trabalho em relação aos trajes desenvolvidos.

Novas pesquisas foram realizadas pela entrevistada no ano de 2011, por meio de uma viagem do Programa de Intercâmbio e Difusão Cultural SEFIC: *Kerwa*-folgado popular. Neste projeto proporcionou contato direto com a tradição da festa da *Kerwa*, os usos e costumes da região, bem como a participação em dois cursos, um de feitiço da *Haube* e outro de tricotagem de luvas femininas. Essas vivências e aprendizados permitiram que a entrevistada assumisse a função de consultora de trajes e danças folclóricas, fazendo parte do conselho deliberativo da AFG. Ainda, Roswitha é palestrante em eventos como: *Festfolk* Blumenau, Encontro das Comunidades Alemãs da América Latina e em projetos municipais e regionais de referência cultural folclórica. Também é fundadora e organizadora dos cursos de capacitação *TANZ+Kurs* da AFG, assim como instrutora dos cursos de passos básicos de dança folclórica desta mesma associação.

É notório o entendimento da entrevistada frente a pesquisas e experiências em relação aos trajes típicos germânicos, visto que esta já realizou diversas ações que investigam

a historicidades dos trajes, principalmente do grupo em que faz parte o *Blumenauer Volkstanzgruppe*. Por fim, destaca-se a relevância da realização dessa entrevista para ampliar o campo de estudo no que diz respeito ao estudo dos trajes típicos germânicos, visto que são escassas as publicações acadêmicas em português em relação a essa temática.

Qual a origem e o local do(s) traje(s) do grupo Blumenauer Volkstanzgruppe?

O traje é original da região da Baviera, Baixa Francônia (*Schweinfurter Gau*). Uma vez que os sócios fundadores da Associação 25 de julho eram da Baixa Francônia, deram início às pesquisas no ano de 1998 para fazer um traje histórico para o Grupo Folclórico. Inicialmente existia um traje apenas baseado na memória dos integrantes, mas não era histórico. Depois da pesquisa supracitada ser realizada e apresentada para os membros do grupo, o grupo passou a ter um traje oficial.

Como foram realizadas as pesquisas para a elaboração dos trajes típicos do grupo Blumenauer Volkstanzgruppe?

Alguns membros do grupo foram até a Baixa Francônia, para realizar pesquisas e levantar informações. Com base nestas pesquisas, refizeram os trajes com as condições de possibilidades locais (Blumenau).

Quais foram as referências identificadas na pesquisa original?

Teve-se como objetivo inicial identificar os trajes usados em momentos festivos e no dia-a-dia, eliminando o estudo dos trajes utilizados para trabalhar. Esses primeiros trajes identificados foram datados em aproximadamente final do século XIX.

O traje feminino utilizado no dia-a-dia era composto por: **colete**; **saia de lã** plissada ou com pregas; **avental de seda ou de lã fina**, sendo o avental de lã estampado e o de seda brocado, contendo pregas e costuras adornadas; **lenço de lã ou seda** com franjas, característicos com estampas de rosas, em especial rosa de pentecostes (esse lenço era comum nas regiões, por ser fabricado localmente); **meias** e usava-se ainda **casaco simples de lã tecida** e não tricotada.

Já os trajes festivos, apresentavam as mesmas peças do traje do dia a dia, porém todas as peças eram feitas em seda. O casaco também era diferenciado, era com manga no estilo presunto mais reta/achatada, com passamanarias, gregas e adornos costurados no punho. Identificou-se que em uma das localidades alemãs, a manga do casaco era sem adornos, porque a costureira tinha outro método de fazer.

Além das roupas, ainda usavam-se corrente tripla de prata com crucifixo dourado e broches para prender os lenços. Os cabelos sempre presos, para ambas situações de uso (dia-a-dia e festivo). No traje festivo as mulheres casadas usavam um chapéu no formato de cone e as meninas usavam uma fita de veludo, ambos fixados em cima do coque por meio de grampos.

Quanto ao traje masculino, identificou-se um traje de dia-a-dia mais elaborado inicialmente, porém foi se alterando com as influências dos movimentos sociais. Sendo que até a Revolução Francesa, homens usavam típica **calça 3/4**, em cor clara, não era de couro mas sim de chamois (tecido mais firme); **colete** vermelho de lã com muitos botões prateados; **camisa** branca; **lenço** de seda no pescoço, **meia** clara ou escura e sapato. Além disso, também existiam o **casaco** de manga longa, sem ser abotoado, costurado para ser, mas no geral não era abotoado. Em relação ao traje festivo, usava-se casaco no estilo fraque (alongado)

seguindo a moda do período e também chapéu com três pontas, os adornos eram em banhos prata e/ou dourados. Com os impactos e mudanças ocasionado pela Revolução Francesa os homens passaram a deixar os adornos e seguir uma linha mais clássica. Aderiram a calça longa escura e comprida dos franceses e o restante das peças do traje seguiram iguais, sendo o fraque mais evidente, cartola, gravata borboleta, camisa branca, luva e sapato.

O que foi implementado no traje oficial do grupo Blumenauer Volkstanzgruppe a partir das pesquisas?

Inicialmente foram feitos dois protótipos um masculino e um feminino, com os tecidos dos trajes Alemães, principalmente a lã e o couro. Na sequência, foram surgindo as alterações, visando facilitar a manutenção e conservação do traje, optando pela troca do tecido para *oxford*, visto que possui um valor mais acessível e apresenta fácil manutenção. Outra questão foi que em Blumenau, de forma geral, os grupos folclóricos seguem um padrão de vestimenta entre os membros, quase como um uniforme. Entretanto, no *Blumenauer Volkstanzgruppe*, optou-se por não ser um uniforme, as peças como aventais, coletes, saias e adornos apresentam a mesma modelagem, porém podem ser em outras cores. Dessa maneira o conjunto total de membros fica harmonioso, mas não igual, preservando a individualidade, de modo que seja seguido o padrão de corte, feitiço e adornos, tendo o conhecimento da possibilidade de “brincar” com as cores, dentro de uma limitação que corresponde à época do traje original. Desse modo, foi possível harmonizar cores, passamanarias e estampas dos aventais no traje feminino. Infelizmente esta observância não ocorreu de modo detalhado no traje masculino, que acabou se tornando uniforme (FIGURA, 01).

FIGURA 01: GRUPO BLUMENAUER VOLKSTANZGRUPPE



FONTE: Acervo *Blumenauer Volkstanzgruppe*, cedido para as entrevistadas

Destaca-se ainda que no ano de 2000 foi lançado um traje de dança (usado em apresentações) para o grupo. Na sequência em 2001, teve um encontro internacional em Blumenau,

onde foram convidadas diversas Associações de trajes da Alemanha. Na época, visto não haver redes sociais, um dos convites foi enviado por *e-mail* para a Associação de trajes de *Unterfranken*, mais precisamente à pessoa de Oliver Brust, na época coordenador geral e associado do grupo de *Geldersheim*. Este retornou o *e-mail* informando que infelizmente não seria possível a participação no respectivo evento. Na ocasião, o então coordenador geral da *Blumenauer Volkstanzgruppe*, respondeu ao email enviando uma foto dos membros do grupo blumenauense. A reação de Oliver Brust foi: “mas eles se parecem conosco!”. Esta frase até hoje pode ser ouvida em ocasiões de encontros e conversas sobre o traje. Dessa forma iniciou-se um contato com o *Geldersheim*, que teceram elogios pela perfeição com a qual foi dedicado ao traje feito pelo grupo brasileiro, a impressão geral surpreendeu tanto pelo visual, o corte, o feitiço, o caimento dos tecidos e a harmonização de cores, mesmo estes tendo sido confeccionados em outros tecidos, adaptados ao clima brasileiro e à manutenção, Essa proximidade entre os grupos culminou no envio de peças dos trajes do grupo da *Geldersheim* para o *Blumenauer Volkstanzgruppe*. Dessa forma foi possível perfeccionar alguns detalhes e confeccionar peças faltantes como os casacos feminino e masculino e o chapéu feminino. Em *Geldersheim* existe até hoje um acervo enorme de peças antigas preservadas. O que proporciona ao grupo blumenauense o recebimento de outras peças pertencentes ao grupo alemão, dessa forma os integrantes do *Blumenauer Volkstanzgruppe*, podem se orgulhar de usarem saias, aventais e lenços antigos.

Quantos tipos/modelos de traje o grupo Blumenauer Volkstanzgruppe possui atualmente?

Traje oficial/ Traje de dança (sem casaco e sem chapéu) (FIGURA 02).

- Feminino: Saia de oxford com fita de veludo, avental de cetim, colete de oxford com passamanarias, lenço de lã com rosas e franjas, blusa branca, meia clara e sapato preto.

- Masculino: Calça $\frac{3}{4}$ ou calça comprida, camisa branca, colete oxford com botões prateados e grega dourados e lenço de seda.

FIGURA 02: TRAJE OFICIAL/DANÇA BLUMENAUER VOLKSTANZGRUPPE



FONTE: Acervo Blumenauer Volkstanzgruppe, cedido para as entrevistadas

Traje de festa (desfile e eventos recepção sem dança). Constitui o mesmo traje que o traje de dança, acrescentando casaco no feminino e chapéu para homens e mulheres casadas, conforme mostrados na Figura 03:

FIGURA 03: TRAJE DE FESTA *BLUMENAUER VOLKSTANZGRUPPE*



FONTE: Acervo Blumenauer Volkstanzgruppe, cedido para as entrevistadas

Traje de trabalho: usado por iniciantes do grupo, durante as atividades gerais grupo. Depois de serem efetivados, usam os trajes oficiais. Esses trajes são feitos de algodão, sendo o feminino basicamente com as mesmas peças, saia, colete, avental, lenço de cabeça, meia e sapato ou tamanco. E os masculino, sendo calça comprida escura, camisa alongada, boina, lenço e avental (FIGURA 04).

FIGURA 04: TRAJE DE TRABALHO *BLUMENAUER VOLKSTANZGRUPPE*



FONTE: Acervo Blumenauer Volkstanzgruppe, cedido para as entrevistadas

Em eventos em que todos os três tipos de trajes estão sendo usados, existe uma explicação para que as pessoas que estão assistindo as apresentações, compreendam as diferenças. Dessa forma é possível que sejam apresentados as características de cada traje.

Em quais momentos os trajes são utilizados?

Apenas nas apresentações do grupo ou em eventos.

Quais são os atributos funcionais aplicados aos trajes atuais?

O uso do tecido *oxford* como substituto de tecidos como lã e couro, por questão de temperatura do país, além de conservação e manutenção.

Quais são os atributos estéticos aplicados aos trajes atuais ?

Cores: Escuras (azuis, vermelhos, verde, marrons, preto) por questão de historicidade cultural do grupo. Calça clara $\frac{3}{4}$ masculina e colete vermelho, por conta da moda masculina. Lenços estampados e com franjas, colete feminino com detalhes minuciosos dentre eles adornos e detalhes em formato de pontinhas (FIGURA 05). Quando as mulheres casadas estão com o chapéu em formato de cone, também é algo estético marcante no grupo.

Quais são os atributos simbólicos aplicados aos trajes atuais?

Uma indicação simbólica é em relação ao estado civil. Mulheres casadas usam chapéu e as mulheres solteiras usam apenas uma fita. Outra simbologia é quanto ao tipo de tecido, sendo que quanto mais peças do traje forem em seda, melhor posicionada socialmente é a pessoa. Outra indicação é em relação a quantidade de botões no colete masculino, quanto mais botões tiverem, maior simbolismo de riqueza. Esta indicação perpetua ainda hoje, visto que ao se movimentar os botões produzem “barulho” que indicam a “riqueza do indivíduo”.

O primeiro traje é entregue para as crianças a partir da comunhão e a partir desse momento passam a vivenciar a cultura do traje e respectivo grupo folclórico. No ato da comunhão as meninas usam uma coroa verde com pérolas, que passam a utilizar após em momentos festivos, comunhão, procissões, traje de festa, até o dia do casamento, que é a última vez que essa coroa é usada.

FIGURA 05: DETALHES ESTÉTICOS DOS TRAJES BLUMENAUER VOLKSTANZGRUPPE



FONTE: Acervo Blumenauer Volkstanzgruppe, cedido para a entrevistada

Agradecimentos

Agradecimento ao senhor João Paulo Wust, presidente da Associação dos Grupos Folclóricos Germânicos do Médio Vale do Itajaí (AFG).

[galeria]



Fotografia: João Pedro Silva

Ilustração: Marta Nunes

Trabalho com corda: Ana Gonçalves (in memoriam)













ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA