

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
TESE DE DOUTORADO

**CARREIRA DE MODELO:
FORMATOS DE IMERSÃO, HABILIDADES
PROFISSIONAIS E RECURSOS DE ASCENSÃO**

KARINA GARCIA SANTOS CRUZ

SÃO CRISTÓVÃO, 2020

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
TESE DE DOUTORADO

KARINA GARCIA SANTOS CRUZ

CARREIRA DE MODELO:
FORMATOS DE IMERSÃO, HABILIDADES
PROFISSIONAIS E RECURSOS DE ASCENSÃO

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Sociologia.

Orientadora: Fernanda Rios Petrarca

SÃO CRISTÓVÃO, 2020

KARINA GARCIA SANTOS CRUZ

CARREIRA DE MODELO:
FORMATOS DE IMERSÃO, HABILIDADES
PROFISSIONAIS E RECURSOS DE ASCENSÃO

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Sociologia, sob a orientação da Profa. Dra. Fernanda Rios Petrarca.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Luiz Gustavo Pereira de Souza Correia
PPGS/UFS

Prof. Dr. Marcelo Alario Ennes
PPGS/UFS

Prof. Dr. Vilma Soares de Lima Barbosa
PPGS/UFS

Prof. Dr. Marcos César Alvarez
PPGS/USP

AGRADECIMENTOS

Distintas pessoas e instituições colaboraram de forma enriquecedora na edificação desta tese. Influências diretas e indiretas, inspirações profissionais e pessoais, diálogos com colegas do Laboratório do Poder e da Política (LEPP), conselhos da minha orientadora Fernanda Rios Petrarca, o formato magnífico de condução do Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS) da UFS, os integrantes da Secretaria do PPGS, o quadro qualificado de professores em que tive o prazer de ser aluna, relações de amizade e aquisição da cultura acadêmica; todas estas variáveis não apenas auxiliaram neste empreendimento, nesta jornada, como também tornaram o processo indelével.

Particularmente, agradeço a minha orientadora por transmitir com preciosidade e dedicação seu valioso conhecimento, por me lapidar para a vida acadêmica de maneira tão pedagógica e profissional, habilidade restrita aos grandes mestres.

Estendo meus agradecimentos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), instituições financiadoras das minhas pesquisas desde em que fui aluna do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), atravessando o Mestrado e, atualmente, o Doutorado.

Devo agradecer também às agências de modelo, às modelos entrevistadas, por permitirem o acesso ao campo de pesquisa, o acompanhamento, por fornecerem informações determinantes para a interpretação do fenômeno central desta investigação.

Agradeço aos meus pais pelo amor incondicional, apoio, dedicação e, o mais importante, a educação que recebi em toda a trajetória de vida. Obrigada por iluminarem meus caminhos, por me ensinarem que razão e paixão são ingredientes paradoxalmente imprescindíveis. Ao meu amor pelo significativo incentivo e valiosos debates que acrescentaram consideravelmente no raciocínio do objeto de investigação. Aos estimados irmãos e sobrinhas por todo o apoio para a conclusão deste trabalho.

RESUMO

Esta pesquisa se sustenta na tese de que, através do estudo da carreira de modelo, é possível descortinar uma miríade de fenômenos referentes à investigação sobre ofícios femininos, à influência direta do Patriarcado e das instituições religiosas sobre o controle das capacitações femininas, de como estes acordos limitaram a inserção da mulher nas participações da economia produtiva e disputa pelos direitos equitativos, ao controle do corpo feminino, à subcondição das mulheres nos mais diversos âmbitos que compõem a cadeia deste universo, em sentido paradoxal, como proporcionou a limitada liberdade de ingresso no Mercado de Trabalho. O enfoque na carreira de modelo, mais especificamente, o objetivo preponderante de compreensão das razões de inserção do grupo feminino no mundo da moda, as estratégias e desenvolvimento das habilidades de permanência e consagração, funde-se de maneira relacional com as abordagens mencionadas para a explicação do processo de inserção da mulher no Mercado de Trabalho, da introjeção dos códigos simbólicos para o desenvolvimento profissional, elaboração de estratégias de desvios de situações de riscos, entre outros. Em virtude destas razões, a pesquisa trata, num primeiro momento, das tradições geradas na Sociologia dos Grupos Profissionais com enfoque no diálogo com a carreira de modelo, do processo de inserção da mulher no Mercado de Trabalho com ênfase na influência Patriarcal, do engajamento feminino e processo de emancipação. O segundo momento concentra-se na relação entre o corpo e a roupa, os símbolos de poder e *status* que unem, identificam e segregam das classes sociais, nos dispositivos de controle dos corpos femininos, na participação subalterna das mulheres na fabricação das roupas, nos casos de exploração da mão-de-obra feminina. O terceiro momento analisa as intersecções ocorridas entre a moda e os universos da arte, do consumo, na formação dos padrões de beleza. Atenta-se à leitura e interpretação das simbologias, ao capitalismo de moda, ao processo plástico das alterações do corpo feminino para se enquadrar ao corpo da moda. O quarto momento analisa especificamente as agências, compreendidas como responsáveis pela transmissão das aprendizagens e desenvolvimento das modelos, ilustra o formato de organização, divisão das atuações profissionais, a gramática e deontologia das práticas que produzem este mundo. Analisa como se orquestram as atividades no mundo ilícito, o submundo das modelos que faz fronteira com a prostituição de luxo. O quinto momento apresenta a composição do universo empírico constituído por modelos que possuem posições e experiências variadas na profissão. Através de entrevistas, observações, anotações no diário de campo, documentários e leituras sobre a carreira, são obtidos e analisados os resultados das questões cruciais que motivaram este trabalho de investigação, relativas às razões de inserção, às estratégias e habilidades de manutenção e ascensão. Entre os resultados, destaco a imersão do público feminino motivada por razões da produção do fetiche profissional, pelas redes de amizade; a permanência da carreira por variáveis que envolvem domínio dos códigos simbólicos, da *hexis* corporal, do carisma, da competência do uso das Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) e redes sociais para a construção do portfólio e marketing pessoal, estratégias de desvios de situações de risco; e ascensão com centralidade para a internacionalização por meio de aquisição do aprendizado da língua estrangeira, com efoque no inglês, além da soma dos recursos sociais adquiridos durante a trajetória da socialização profissional.

Palavras-chave: mundo da moda; carreira de modelo; sociologia dos grupos profissionais; mulheres no mercado de trabalho.

ABSTRACT

This research is based on the thesis that, through the study of the modeling career, it is possible to unveil a myriad of phenomena related to the investigation of women's crafts, to the direct influence of the Patriarchate and religious institutions on the control of women's capacities, of how these agreements limited the insertion of women in the participation of the productive economy and dispute for equitable rights, to the control of the female body, to the subcondition of women in the most diverse spheres that make up the chain of this universe, in a paradoxical sense, as it provided the limited freedom of entry in the world. Labor market. The focus on the modeling career, more specifically, the overriding objective of understanding the reasons for insertion of the female group in the world of fashion, the strategies and development of the skills of permanence and consecration, is relationally merged with the approaches mentioned for the explanation of the process of insertion of women in the Labor Market, the introjection of symbolic codes for professional development, elaboration of strategies to deviate from risk situations, among others. In view of these reasons, the research deals, at first, with the traditions generated in the Sociology of Professional Groups with a focus on dialogue with the model career, the process of insertion of women in the Labor Market with an emphasis on Patriarchal influence, female engagement and emancipation process. The second moment focuses on the relationship between the body and the clothes, the symbols of power and status that unite, identify and segregate from social classes, in the control devices of female bodies, in the subordinate participation of women in the manufacture of clothes, in exploitation of female labor. The third moment analyzes the intersections between fashion and the universes of art, consumption, in the formation of beauty standards. Attention is given to the reading and interpretation of symbologies, to fashion capitalism, to the plastic process of changes in the female body to fit the body of fashion. The fourth moment specifically analyzes the agencies, understood as responsible for the transmission of learning and development of models, illustrates the format of organization, division of professional activities, the grammar and deontology of the practices that produce this world. It analyzes how activities in the illicit world are orchestrated, the underworld of models that borders on luxury prostitution. The fifth moment presents the composition of the empirical universe made up of models that have varied positions and experiences in the profession. Through interviews, observations, notes in the field diary, documentaries and readings about the career, the results of the crucial questions that motivated this research work, concerning the reasons for insertion, the strategies and skills of maintenance and ascension are obtained and analyzed. Among the results, I highlight the immersion of the female public motivated by reasons of the production of the professional fetish, through friendship networks; the permanence of the career due to variables that involve mastery of symbolic codes, body hexis, charisma, competence in the use of Communication and Information Technologies (ICTs) and social networks for building the portfolio and personal marketing, strategies for deviating situations risk; and the rise with a focus on internationalization through the acquisition of foreign language learning, with an emphasis on English, in addition to the sum of the social resources acquired during the trajectory of professional socialization.

Keywords: fashion world; modeling career; sociology of professional groups; women in the job market.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Demonstração da <i>chanti</i> vestida em egípcio.....	74
Figura 2- Demonstração da <i>calasiris</i> vestida em egípcias.....	75
Figura 3- Corpo feminino modificado pelo uso constante do espartilho.....	76
Figura 4- O espartilho era como uma roupa de baixo que acentuava as curvas expostas através do vestido, colocado por cima.....	76
Figura 5- Roupa assinada por Léon Bakst.....	77
Figura 6- Revista Vogue dos anos de 1920.....	78
Figura 7- Criação de Jessie Franklin Turner, intitulado Vestido de Chá, ano de 1925.....	79
Figura 8- Composição do <i>New Look</i> do Christian Dior, nos anos de 1940.....	80
Figura 9- A moda na Segunda Guerra Mundial era composta por sapatos pesados, ombros quadrados e tom de sobriedade.....	81
Figura 10- O processo de homogeneização da moda através da calça jeans.....	82
Figura 11- Influência do rock na moda e estilos de vida.....	83
Figura 12- As criações de Zuzu Angel transformaram as concepções sobre a moda....	85
Figura 13- Lançada pelo francês André Courrèges, o Pop Art na moda foi tido como revolucionário, pois alterou significativamente a concepção da moda.....	86
Figura 14- Imagem de saia balonê ainda inspira looks em passarelas.....	88
Figura 15- Imagens acima ilustram o tipo de moda <i>street wear</i> , intensamente difundida nos anos de 1990.....	89
Figura 16- Operárias da Fábrica Têxtil Triangle Shirtwaist, em Nova York, 2010.....	100
Figura 17- Dalí até hoje influencia diretamente o mundo da moda, como é visto no mundo das passarelas.....	107
Figura 18- A tela Abaporu tornou-se referência para o movimento modernista brasileiro.....	109
Figura 19- Apresentação da coleção da cápsula da Osklen.....	109
Figura 20- Peças desfiladas por Alexander MacQueen.....	110
Figura 21- Inspiração do simbolismo de Gustav Klimt.....	111
Figura 22- Rondó Suyá.....	116
Figura 23- Detalhe do disco labial suyá.....	117

Figura 24- Ilustração da prática da tatuagem em Índia kadiwéu.....	118
Figura 25- Ilustração de 1942, em loja de tatuador dinamarquês.....	119
Figura 26- Imagem da Indumentária da uma Cholita Boliviana.....	120
Figura 27- O triângulo roxo demarcava o vexame da neutralidade acusada por Hitler.....	121
Figura 28- O uso do solidéu também usado por alemães para demonstrar solidariedade com a comunidade judaica.....	122
Figura 29- Capa da Vogue de Londres, extraída do material da Carlucci.....	130
Figura 30- Gisele Bündchen para a Vogue francesa inspirada nos anos de 1980.....	131
Figura 31- Madona estampada na capa da Vogue italiana com fotos da vida em Lisboa.....	132
Figura 32- Sarah Jessica Parker, protagonista da série de TV Sex and the City, para a Vogue dos EUA.....	133
Figura 33- Ilustração do corpo feminino na década de 1960.....	143
Figura 34- O TOP 15 das Misses dos anos de 1960. Ingrid Moeckel (Alemanha), Nicolette Caras (África do Sul), Elizabeth Hodacs (Áustria), Gina MacPherson (Brasil), Stella Márques (Colômbia), Sohn Miheeja (Coreia do Sul), María Teresa del Río (Espanha), Linda Bement (EUA).....	144
Figura 35- Miss Nova Zelândia desmaia sob o sol de Long Beach, Califórnia. Photo by Perry Griffith. Mood Vintage.....	144
Figura 36- Twiggy estampando capa da Vogue. Rapidamente passou a ser referência de beleza no mundo <i>fashion</i>	145
Figura 37- O corpo esguio de Twiggy reorientou o mundo da moda.....	145
Figura 38- Vera Fisher ainda hoje é lembrada como símbolo de beleza no Brasil.....	146
Figura 39- Christie Brinkley em campanha em Tóquio.....	147
Figura 40- Cindy Crawford ficou conhecida mundialmente pela espécie de modelo sensual.....	148
Figura 41- Naomi desfilando pela Chanel.....	149
Figura 42- Kate Moss para campanha da Calvin Klein.....	150
Figura 43- Gisele Bündchen e as anjãs da Victoria's Secret estabeleceram novos padrões de beleza.....	151

SUMÁRIO

SUMÁRIO.....	09
APRESENTAÇÃO.....	11
1. Problemática e Encaminhamento da Pesquisa.....	15
2. Plano Geral e Organização da Tese.....	21
 CAPÍTULO I: REFERENCIAL TEÓRICO, TRAJETÓRIAS PARADIGMÁTICAS E OS ESTUDOS DAS PROFISSÕES NO BRASIL.....	 24
1.1. As Múltiplas Abordagens sobre as Profissões Brasileiras.....	38
1.2. A Emergência pelo Surgimento das Profissões no Brasil.....	41
1.2.1. A Influência do Patriarcado na Capacitação das Mulheres no Brasil.....	44
1.3. Mulheres Profissionais, Multidimensões e Homotetia.....	50
1.3.1. Mulher no Mercado de Trabalho: Direito, Emancipação e Subalternidade...57	
1.3.2. Mulheres, Sindicalismo e Engajamento Político.....	65
 CAPÍTULO II: HOLOCENOSE DA MODA: INTERDEPENDÊNCIA, LÓGICA DE FUNCIONAMENTO E PRÁTICAS DE SEUS AGENTES	 69
2.1. Do Vestuário à Moda: Entrecruzamento Histórico, Hibridização Cultural e Influências Transversais.....	73
2.2. A Indústria da Moda e a Participação da Mão-de-Obra Feminina.....	90
2.2.1. Atuação da Mulher na Economia da Moda Brasileira.....	92
2.2.2. Exploração da Mão-de-Obra Feminina na Moda.....	95
 CAPÍTULO III: ECOSSISTEMA DA MODA E INTERSECCIONALIDADES.....	 104
3.1. Arte e Moda.....	104
3.2. Moda e Leitura da Simbologia Ornamental.....	112

3.3. Moda, Identidade e Formação da Auto-Imagem.....	123
3.4. A Produção do Desejo na Moda.....	128
3.4.1. Capitalismo e Consumo da Moda.....	135
3.5. O Corpo da Moda.....	139
3.5.1. Moda e Padrão de Beleza.....	152
 CAPÍTULO IV: A AGÊNCIA NO MUNDO DA MODA: ESTRUTURAÇÃO, ARRANJO PROFISSIONAL E HABILIDADES.....	159
4.1. Bellatrix <i>versus</i> Mega Aju: Dinâmica, Lógicas de Atuação e Recursos de Consagração.....	165
4.2. Relações e Interseccionalidades entre Agências e Modelos.....	170
4.3. O <i>Underworld</i> , o Ilícito e o Indizível.....	172
 CAPÍTULO V: A ANÁLISE DA CARREIRA DE MODELO.....	175
5.1. Modos de Inserção na Carreira de Modelo e a Produção da Profissão.....	176
5.1.1. Inserção através do Fetiche Profissional.....	177
5.1.2. Inserção Pelas Redes de Amizade e Graus de Intimidade.....	178
5.2. Estratégias e Habilidades de Manutenção na Carreira de Modelo.....	180
5.2.1 Habilidade de Manutenção da Aparência.....	181
5.2.2 Habilidade Carismática.....	182
5.2.3 Habilidade de Lidar com Rejeições.....	184
5.2.4 Habilidade de Gerenciamento das Redes Sociais.....	185
5.2.5 Habilidade de Desvio de Risco.....	186
5.3. O Fenômeno da Internacionalização Profissional da Carreira da Modelo como Sinônimo de Consagração.....	187
 CONCLUSÃO.....	191
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	206
REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS.....	221
ANEXO.....	223

APRESENTAÇÃO

O cenário contemporâneo apresenta reajustamentos estruturais significativos no universo dos grupos profissionais. Desde a demarcação e a consolidação de fronteiras, as quais implicam direta ou indiretamente disputas com outros mundos que operam através de determinados princípios deontológicos, ideológicos, por meio de certas orientações práticas, com determinação de habilidades e saberes específicos, o que permanece visível é o devir transformacional, a efervescente trajetória sócio-histórica das carreiras em todos os aspectos. Cada mundo profissional apresenta sua própria organização, distribuição de suas funções, atividades, traçam perfis ideais do profissional, tal como notamos nas discrepantes funções ocupadas por médicos, jornalistas, advogados, engenheiros, prostitutas, jogadores de futebol, políticos.

A análise pretendida neste trabalho é a da carreira de modelo de passarela, sustentada por uma miríade de justificativas, quer seja pela possibilidade de compreender como ocorreu a efetivação das carreiras femininas no mercado de trabalho, pelo engajamento destas profissionais na corrida pela institucionalização, pela luta em prol da conquista de direitos, pela representação da exigência da profissão sobre a definição de perfeição sobre os corpos femininos para retroalimentação do consumo em desfiles, fotografias, ou mesmo pela demonstração das habilidades, das capacidades demandadas pelo mercado da moda para inserção e projeção destas profissionais.

Apesar de todos estes elementos se correlacionarem, o que se constitui determinante para esta tese é a relação entre a profissão e o corpo. Mais precisamente, a carreira de modelo e a concepção do corpo deste grupo profissional que encabeça e organiza a estrutura das agências, determina a lógica das ações dos indivíduos presentes nestas organizações, como também orienta o conjunto das práticas deste grupo profissional. De outro modo, o corpo da modelo carrega uma série de princípios, percepções, símbolos, concepções que permitem compreender a operacionalização do mundo da moda. A importância de uma pesquisa dessa natureza nos permite mostrar não apenas o processo de produção de uma carreira, ascensão de modelos, mas também a exploração do corpo institucionalizada, sancionada, também a sustentação de uma profissão tipicamente feminina atrelada a conotações de objetificação formalizada, o que difere da prostituta de rua, por exemplo. Cada profissão carrega sua relação

específica com o corpo, e essa apenas funciona de acordo com padrões extremamente centralizados nesse eixo.

De modo preponderante, e já sinalizado, esta pesquisa pretende investigar os processos de inserção e de manutenção de meninas neste ofício. Assim, revela-se necessário compreender, por um lado, os processos sócio-históricos de estruturação do mundo da moda, as demandas impostas pelo mercado, os padrões inculcados que servem de respaldos primários de seleção, entre outros aspectos. E, por outro, faz-se relevante examinar as habilidades desenvolvidas durante o processo de socialização profissional, o contato com os mecanismos que regem a profissão, o intercâmbio dos saberes, o aperfeiçoamento da prática, as estratégias de ascensão e consolidação. Além disso, vale considerar como o corpo da modelo situa-se no eixo central que norteia o conjunto das práticas dos indivíduos, mormente no que tange às pretendentes à ascensão e consagração neste universo.

Objetivamente, esta pesquisa visa responder como grupos femininos se inserem, adquirem recursos durante suas trajetórias de socialização na carreira e nos múltiplos espaços sociais, para ascensão e consagração social? Sob esta perspectiva, a consideração entre a profissão relacionada ao corpo feminino ganha lugar de destaque, pois só há possibilidade de inserção, manutenção na carreira e ascensão através do que é apresentado pelo corpo. Inclusive, a existência da profissão se define por essa matéria-prima, que está na base de sustentação de toda a cadeia produtiva que constrói este mundo.

Vale mencionar que estas variáveis refletem o nível das relações sociais pertencentes às rotinas das agências de modelos, locais onde são produzidas e preparadas para a atuação neste mercado. Por isso, antes de tratar do processo do tornar-se uma modelo profissional, uma espécie de reconversão, nos cabe apresentar a operacionalização do mundo da moda, as concepções tangentes ao fenômeno, as regras de organização, funcionamento, processo de consolidação, definição e hierarquia dos agentes, entre outros.

Cabe dizer de antemão que originalmente a carreira de modelo, objeto da pesquisa, emerge como resultado da demanda do mercado da moda. Situa-se no polo das profissões não convencionais, distante das formalizações acadêmicas, da necessidade da posse dos títulos como pré-requisitos para imersão profissional. Aproxima-se, com isso, dos boxeadores, garis, ladrões profissionais, jogadores de futebol, considerando, obviamente os graus díspares e desproporcionais de distinção

(Freidson, 1995). Como elemento integrante do mundo da moda, caracteriza-se pela efemeridade, pelas exigências constantes sobre o corpo da modelo, sobre as expressões que seguem princípios profissionais singulares a cada grife. No universo da moda há um número diversificado de papéis de atuação. São funções distribuídas entre estilistas, costureiros, designers, marqueteiros de moda, jornalistas especializados, figurinistas, fotógrafos de moda e modelos.

A carreira de modelo, que emergiu no início do século XX, tem como objetivo central exibir as novas coleções de vestuários que devem seguir para o consumo final entre as lojas e mercados de roupas e acessórios. Cabem-lhes a atribuição de qualificações: a distinção, a democratização, o poder, o *status* à mercadoria ao vestir as peças nos corpos. Destaca-se criticamente a supressão da individualidade da modelo para supervalorização da mercadoria, o uso do corpo da modelo restrito à mera função de pendurar produtos do mercado da vestimenta. Entre os defensores, a modelo se constitui como peça fundamental para sustentação subjetiva da roupa, do despertar dos desejos, representa poder feminino, independência e liberdade sexual, poder de consumo.

No Brasil, as demandas iniciais que contribuiriam para forjar a carreira datam precisamente do ano de 1926, com desfiles que ocorriam na sobreloja Mappin Store, primeira loja de departamentos em São Paulo. Nessa época, as modelos eram recrutadas pelas próprias funcionárias e treinadas pelo cenógrafo e vitrinista Edward Couch. Os desfiles de passarela constituíam imprescindíveis aos olhos dos proprietários e se destinavam aos públicos mais distintos. Destacam-se, nesse período, a Casa Canadá, situada no Rio de Janeiro, e a Madame Rosita, em São Paulo. O clima afrancesado funcionava como temática dos desfiles, mormente ao estimular o consumo das modas europeias. Apesar deste primeiro desdobramento, foi somente nos anos de 1950 que a carreira se consolida, a partir da popularização dos concursos de Miss, propagados pelas diversas realidades brasileiras, porém, mantendo intacto o monopólio do Sudeste do país (BONADIO, 2000).

Os anos de 1950 apresentam um período marcado pelas primeiras exigências da categoria profissional envolvendo regulamentação da carreira, salários fixos, assinatura da carteira de trabalho, melhores condições de atuação, reconhecimento social e prestígio. Por outro lado, as empresas também passaram a exigir um conjunto de atributos ainda mais exigentes para a ocupação dos cargos das modelos: cobranças de habilidades expressivas na atração de olhares, de movimentos de quadris, além do

estabelecimento de um padrão do considerado ideal de comportamento, uma vez que as meninas estariam com suas imagens e reputações intrinsecamente atreladas às marcas desfiladas.

Dessa maneira, nota-se que a regulamentação, o prestígio e o reconhecimento formal da categoria vieram acompanhados por diversas limitações e regras que transformaram as modelos praticamente reféns das empresas contratantes. Desvios de conduta, transgressões de algumas regras estipuladas em torno do comportamento, ou qualquer ação que colocasse em xeque a reputação da marca, convertiam-se em punições (BONADIO, 2000; HANSEN, 2014).

Se entre os anos de 1950 e 1960 o corpo não se apresentava como elemento basilar para inserção, na década seguinte, contudo, ele converteu-se como pré-requisito central para imersão dos grupos de mulheres nesta prática. Nos anos que se sucederam, o mercado da moda através das agências, lançou padrões cada vez mais rigorosos para que a carreira fosse possível apenas para um número restrito do grupo feminino. Dessa maneira, a manutenção no posto constituiu-se como um grande desafio para a maioria das meninas que adentravam o universo, mormente para àquelas que esforçavam-se para emagrecer em função do encaixe forçoso no arquétipo idealizado pelo mercado.

Hoje, as agências responsabilizam-se pelo recrutamento, informam os perfis, administram horários, aconselham sobre os castings¹, sobre as formas de se vestir, acerca da construção da imagem, além de apresentarem e representarem as modelos junto aos fotógrafos, às agências de publicidade e propaganda, e aos departamentos de marketing.

Segundo ranking difundido pelo site oficial *Models Brasil*², as principais agências localizadas no país são a *Ford Models*, a *Mega Model Brasil*, a *Major Model Management*, a *L' equipe Agence* e a *Way Models*. Seguindo a lógica efêmera do âmbito da moda, a carreira geralmente se inicia ainda na adolescência, por volta dos 14 anos, e se encerra entre os 28 e 29 anos de idade. Os padrões ideais exigidos para modelo de passarela são de no mínimo 1,74m de altura, com busto, cintura e quadril medindo respectivamente 86cm, 60cm e 86cm. O arquétipo perfeito do corpo de modelo conjuga aspectos como firmeza, ausência de gordura e de bronzeamento.

¹ O termo refere-se às seleções realizadas pelos clientes para a contratação de modelo.

² FONTE: <http://www.modelsbrasil.com/>

No processo de imersão de pesquisa foi possível observar oscilações bastante acentuadas no mundo da moda, tais como ciclos que se reajustam continuamente e que incidem diretamente na carreira, reorientando freneticamente as ações das modelos, critérios sempre renovados sobre os padrões de beleza. Além disso, cabe mencionar que o comportamento do mercado internacional da moda reflete diretamente nos contextos locais. No entanto, antes nos importa compreender os modos de produção de uma modelo ancorada nas realidades sócio-históricas específicas das regiões geográficas, no contexto social típico, levando em consideração as particularidades contextuais (BECKER, 2009).

Todavia, vale reiterar que o recurso da aparência não sustenta ou consolida o espaço da modelo na profissão. Para que este mecanismo de consagração funcione como o almejado, a modelo precisa assimilar e introjetar as habilidades necessárias para a ocupação no cargo, lançar estratégias para ascensão profissional, assim como participar de seleções promovidas por agências internacionais, aprender novos idiomas, fazer uso das redes sociais para demonstração e portfólio para o mercado.

Além disso, as modelos precisam lançar mão de um conjunto de ferramentas de consagração, tais como mobilização de recursos sociais adquiridos durante a trajetória de vida, criação de maneiras de lidar com as contingências, com os riscos e dramas observados no processo de socialização da carreira.

1. Problemática e Encaminhamento da Pesquisa

A carreira de modelo de passarela apresenta-se como objeto central desta pesquisa. O interesse salientado é o do exame de como grupos de meninas convertem-se em modelos, tornam-se profissionais munidas das habilidades requisitadas pelo mercado da moda e como acumulam recursos sociais de ascensão e consagração. Embora haja constatação da vasta e distinta existência de abordagens que debruçam-se sobre as carreiras, apenas estudos muito pontuais destacam-se por se constituírem como modelos explicativos correlacionados ao fenômeno investigado.

Destarte, uma análise da carreira exige de antemão constituição e edificação da estruturação do mundo da moda, ressaltando os aspectos sistêmicos: demarcação de fronteiras, disputas travadas com outros universos também suas relações, imbricações,

reminiscências, características definidoras do universo. A estruturação do mundo da moda nos encaminha para um pensamento desenvolvido por Bourdieu (2015) e sua equipe acerca do processo de autonomia relativa do campo, neste caso, do campo da moda. Destas perspectivas, prioritariamente estruturalistas, nos vale extrair o princípio de que a luta é inerente ao campo, tanto na busca pela autonomia relativa deste, quanto no interior, entre os próprios agentes, pelas posições de dominação.

Aqui, em vez apropriação do escopo teórico-metodológico sustentado por Bourdieu e sua equipe, e a aplicação forçosa e irrefletida sobre o fenômeno da moda, importam-se mais as questões levantadas em torno das investigações. Isso demanda trazer a lume o processo do encadeamento das transformações sociais que colaboraram direta ou indiretamente para definição das fronteiras do mundo da moda, sobretudo para a formação do seu mercado.

E se tratando de um mercado da moda, o eixo volta-se para a formação do corpo de consumidores, para as competições travadas que orbitam sobre a legitimidade cultural, sobre a construção da função dos agentes e de suas obrigações, identificação das posições ocupadas entre dominantes e dominados, da apreensão das condições que favoreceram a construção dos sistemas ideológicos que fazem produzir e reproduzir distinções de classe prévias na estrutura social. Contudo, para balizar o grau de autonomia relativa da realidade investigada, faz-se necessário compreender o poder que dispõem na definição de suas normas e a influência das forças externas (BOURDIEU, 2011).

O estudo do campo da alta costura na França apresentado por Bourdieu (2015) descortina um conjunto de elementos intrínsecos ao fenômeno de moda francês, entre outros aspectos, a desigualdade da distribuição na estrutura dos segmentos empresariais, a luta travada entre antigos costureiros com visões e valores mais ortodoxos sobre a moda, confrontando diretamente os novos costureiros mergulhados nos fluxos contemporâneos do mercado transitório com pretensões de subversão e ocupação no espaço de dominação.

De modo específico, o autor concebe o campo de alta costura na França como um campo de relações objetivas entre agentes em competição. No que tange à descrição das competições, das práticas e estratégias desenvolvidas neste jogo, mormente das posições, tem-se, de um lado, os dominantes, tidos àqueles que detêm o poder de assinatura de mais alto preço e, do outro, os dominados, com capitais inversamente desproporcionais ao primeiro grupo consagrado.

Para a análise do universo da moda no Brasil retemos, destas orientações de investigação, como tais agentes lançam mão de estratégias de conservação do monopólio do espaço de poder pelos grupos dominantes, das ações de acumulação dos recursos sociais necessários para essa manutenção do poder, das ações de potencialização e ampliação dos capitais que transformam-se em trunfos de consagração. Inversamente, os recém-chegados criam estratégias de subversão com finalidade de desestruturação das posições previamente estruturadas. Os objetivos dos mais recentes concentram-se na acumulação dos recursos e ideologias que deslegitimem os previamente estabelecidos (BOURDIEU, 2003).

No tocante ao mundo da moda, além de tornar compreensível o processo de estruturação do universo, nos cabe também o esforço de revelação e apreensão dos sentidos sociais mais ordinários e também perspectivas teoricamente bem fundamentadas que orbitam em torno da moda.

Destaco a função da moda no que tange servir à estrutura social, às funções sociais, de assegurar a divisão de classe, de manutenção das segregações por gênero, com simultânea intenção de conjugar indivíduos suprimindo a individualidade, de expressar ideias, expor-se ao outro nos processos de interação social, mensagens sobre posições ideológicas, intenções, manifestação das escolhas. Possui como alicerce os princípios da efemeridade, do rotativo, do ciclo sempre vivaz das alterações sociais correlacionadas ao sistema ditatorial: o capitalista e sua engrenagem de consumo.

Por caracterização e traços peculiares, a moda é marcada pelas reviravoltas sociais, pelos fluxos e refluxos que retroalimentam as crônicas da sociedade, circunscreve-se aos fenômenos mais prosaicos, funciona como dispositivo para reprodução de objetos de valor, resulta do fervor do processo capitalista moderno, identifica culturas, organização de públicos e mercadorias (CORRÊA, 2004; SIMMEL, 2008; PONTES, 2010, 2006 e 2004; BERGAMO, 2004; BRAGA, 2005; CASTARÉDE, 2005; DURAND, 1988).

Embora haja uma miríade primas analíticos, apenas alguns fornecem respaldo para o exame do fenômeno. Tomemos o caso preponderante do enfoque sobre a moda de Gilda de Mello e Souza. A autora toma o século XIX para estudo por considerar a moda como um fenômeno intrinsecamente relacionado à sociedade urbana, como aspecto exclusivo da sociedade oriental por um período significativo de tempo, dependente da aprovação social generalizada, indissociável do desejo de competição, de embate de classes nos espaços de socialização. A autora entende a moda como o

espectro mais vivo de todas as artes, um legítimo veículo de expressão, disputando o mesmo patamar que a arquitetura, pintura, escultura. Por esta perspectiva, aponta o costureiro e a costureira como verdadeiros artistas, cuja matéria-prima se compõe de tecidos, formas, cores, geometrias.

Para realizar análise da carreira de modelo de passarela, considerada como peça-chave na engrenagem do mercado da moda e também como foco desta pesquisa, as investigações terão como base os estudos desenvolvidos no âmbito da Sociologia dos Grupos Profissionais. Desta clivagem emergiu um conjunto vasto de produções, desdobramentos, inflexões de análises que se concentraram, por exemplo, sobre o propósito de manutenção do funcionamento social, da coordenação das ações em contextos macros, das formações das especificidades institucionais, outros direcionaram o foco de análise para as distribuições das atividades, ou ainda para o processo de desenvolvimento das habilidades específicas de atuação, do processo do tornar-se um determinado profissional, como prostitutas, boxeadores, médicos, etc., com acentuação para o processo, a trajetória, até à conversão profissional.

Pensar o percurso dos grupos sociais implica observar de modo analítico a configuração do mundo social, a estruturação do universo a que se inserem. Isso significa captar a dinâmica das interações, os reajustes, o compartilhamento dos códigos simbólicos, os estilos de vida dos agentes, suas visões de mundo, em suma, o processo de devir da construção desses espaços (BECKER, 2008).

Como foi mencionado, para o devido entendimento e exame da carreira de modelo no Brasil, implica centrar na observação analítica da configuração do mundo social da profissão, a estruturação do universo em que os agentes estão distribuídos em suas funções operando em suas atividades. E, nesta pesquisa, a distinção está na concentração e canalização de esforços para trazer a lume o desdobramento das profissões tidas femininas. Ou seja, em que se nota uma preponderância numérica das mulheres na ocupação e no destaque profissional, no sentido imediato atribuído a este gênero. Observa-se este sintoma quando pensamos em profissões em áreas como prostituição, jornalismo, costura, pedagogia, letras, gastronomia, enfermagem e, neste caso, na moda. Inversamente ocorre com profissões como jogadores de futebol, na área da engenharia, da ciência, da política. Isso requer o trabalho de questionamento da origem dessas inculcações dominantes e generalizadas que percorrem a trajetória sócio-histórica da democracia brasileira.

De modo interrogativo, como se deram as divisões das profissões distribuídas no interior do mercado de trabalho? Como ocorreu o processo de inserção das mulheres nos mais diversos setores de atividades remuneradas? Como o Patriarcado e as instituições religiosas influenciaram no processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho? Como se deu a luta travada com fins de ocupação dos cargos no mercado de trabalho? E, já direcionando para o universo pretendido, nos cabe resolver como e por que a mulher constitui-se ainda hoje como símbolo da moda, mesmo quando o mercado amplia seu leque para os mais diversos gêneros.

Da problemática em torno da carreira, cabe salientar que a noção apreendida nesta pesquisa está alicerçada na definição lançada por Becker (2008). O autor nos mostra que a carreira refere-se a duas dimensões da vida dos agentes: objetivamente, constitui-se da série de funções e também de posições assumidas no percurso de vida do indivíduo; e, subjetivamente, trata-se dos ajustamentos das percepções e dos sentidos atribuídos pelo indivíduo quanto à sua existência e ao significado das suas várias características e ações e aos fenômenos que ocorreram durante sua própria trajetória. O conceito nos orienta para melhor assimilação sobre as trocas sucessivas das posições assumidas na trajetória de carreira, considerando, mormente, tanto fatores quanto influências relativas às alterações dos meandros segundo as contingências de carreira.

Para assumir uma posição, antes faz-se necessário compreender como se dão os mecanismos de recrutamento, do processo da aprendizagem, da incorporação dos saberes e habilidades. As questões levantadas em torno desse horizonte são: Como se aprende a desfilar na passarela? Como se apreendem as técnicas das passadas, da desenvoltura, dos olhares e demais gestos específicos do ofício? Que ferramentas são aplicadas no processo de transmissão da aprendizagem das habilidades? Estudos direcionados a outras profissões devem ser utilizados para examinar a carreira em questão. Exemplo disso é encontrado nos trabalhos de Mathieu (2007) e Pryen (1999).

No que tange às habilidades, esta última autora identifica, mediante trabalho intenso acerca da prostituição de rua na França, ao menos três habilidades adquiridas durante imersão na carreira. A primeira habilidade refere-se à competência adaptativa, relacionada à detecção dos riscos e, dessa forma, desenvolve esquemas e estratégias de “evitamento”. A segunda diz respeito à competência gestual, ao domínio do corpo. E a terceira habilidade se refere às competências relacionais, habilidade de tornar-se uma confidente dos clientes através de uso da diplomacia, que funciona também como instrumento de proteção. Mathieu (2007) afirma que tanto a primeira quanto a terceira

competência pode ser entendida como “estratégias de evitamento”, que são apreendidas no percurso do ofício, e baseiam-se num princípio de seleção para evitar situações que podem ocorrer violência física.

Ainda no que se refere à discussão do corpo, Pryen (1999), ao estudar a prostituição de rua no contexto francês, nos mostra as múltiplas dimensões da utilização do corpo tipicamente feminino, como resultado, dentre outras coisas, de uma cultura patriarcal, fruto de uma dominação existente e de uma apropriação e exploração do corpo da mulher, formatos de interação presentes entre as prostitutas e a sociedade, condições da produção da prostituição, desta como uma profissão carregada de estigmas produzidos, atrelada ao desvio, que fere a ordem e a moralidade social.

O trabalho sobre ladrão profissional lançado por Sutherland (1930) ampliou o leque de abordagem e sedimentou um novo prisma, pois rompeu com paradigmas pré-existentes quanto à concepção de carreira. A partir da sua obra são lançadas questões em torno do processo de inserção do agente numa carreira, as motivações, processos de aprendizado, socialização, apreensão das habilidades até a ocupação das posições de destaque no exercício profissional.

Além desse trabalho, que se constituiu como um marco no âmbito da Sociologia dos Grupos Profissionais, estudos como o de Becker (2008) acerca dos músicos de jazz; de Barreira (2008), sobre os pistoleiros; e de Wacquant (2000), sobre boxeadores profissionais, nos ajudam a refletir, entre outras coisas, sobre o percurso das modelos de passarela no interior da carreira, suas alterações de percepção da carreira de modelo, suas justificativas quanto às práticas de modelagem, e como é dado o processo de conversão para se tornar uma modelo profissional.

Com objetivo de esclarecer melhor o fenômeno investigado, constitui-se como imprescindível uma análise que articule habilidades introjetadas na socialização da carreira com as adquiridas em outras esferas sociais, como a de base familiar, itinerário escolar, redes de amizade, entre outros (PETRARCA, 2007).

O arcabouço teórico-metodológico traçado deve nos permitir examinar como garotas tornam-se modelos de passarela. Por via destas abordagens, será permitido esclarecer, entre outras coisas, como são compreendidas as carreiras femininas no Brasil, as batalhas envolvendo espaços de atuação no mercado de trabalho, também o processo de estruturação do universo da moda, as batalhas em torno da legitimação da profissão, da constituição do mercado de moda, da forma de organização, distribuição das funções, disputas pelos espaços de poder. Além disso, nos possibilitará evidenciar o

desenvolvimento e a aquisição das habilidades apreendidas no decorrer das trajetórias de vida das modelos, nos espaços de socialização profissional, as competências, estratégias, aquisição dos recursos sociais, as estratégias de contornar situações de risco, os dramas inerentes à carreira, manutenção e consagração da modelo de passarela.

2. Plano Geral e Organização da Tese

A pretensão desta pesquisa concentra-se na análise da carreira de modelo de passarela e na defesa de que através dessa operação é possível compreender uma diversidade de fenômenos que envolvem, entre outras coisas, a abordagem dos estudos da Sociologia dos Grupos Profissionais, o processo de imersão da mulher no Mercado de Trabalho, a influência do Patriarcado em toda a construção da mulher no interior da indústria da moda, o funcionamento e as lógicas que regem o mundo da moda, as formas de articulação, de investigação retida na própria carreira de modelo em sua concepção, seus mecanismos relacionais.

O primeiro capítulo apresenta as vertentes na quais a pesquisa se insere, o amplo arsenal de perspectivas teórico-metodológicas que fornecem respaldo para o entendimento desta seara nas Ciências Sociais. Mostra, entre outros aspectos, as batalhas ideológicas em torno da legitimidade do objeto científico, os enfoques, os ajustes e reajustes sobre como conduzir o caminho científico, o despertar do interesse dos cânones sobre este objeto, os desafios paradigmáticos. Dedicar-se em trazer a lume o processo de emergência de demandas para o surgimento das profissões no Brasil, em como na distribuição das tarefas, a força do Patriarcado em comum acordo com as entidades religiosas desde o primeiro formato de socialização e divisão econômica, rechaçou mulheres dos cargos de governança, reservando-lhes a subalternidade através do mecanismo de controle. Evidencia como tais esquemas influenciaram diretamente no processo de capacitação das mulheres no desenvolvimento de suas habilidades para a inserção no Mercado de Trabalho e disputas nas esferas públicas. Outrossim, ilumina também as batalhas travadas pelos grupos femininos, formatos de engajamento, conquistas de direitos, participação em instituições políticas, como no exemplo de partidos e sindicatos, para buscar a equidade democrática.

O segundo capítulo consiste na abordagem da relação entre corpos e os símbolos de poder carregados nas vestimentas, nos adereços circulados nas anatomias humanas. Explica como a roupa é demarcador espaço-temporal, torna inteligível o contexto sócio-histórico, comunica de antemão as classes, gêneros, os posicionamentos. Embora apresente-se como universo tipicamente feminino, o exame da participação feminina no setor da economia da moda apresenta *frame* da exploração da mão-de-obra feminina barateada, do corpo que recebe os maus tratos no processo produtivo. Vale dizer de antemão que estas questões explicam a relação direta do Patriarcado sobre a moda, tida como um cosmos feminino, tanto por ocuparem os principais postos de poder na própria indústria como no controle do corpo feminino.

O terceiro capítulo dedica-se à intersecções ocorridas entre a moda e outros universos fronteiriços e mutuamente influenciados, assim como a arte, o consumo, a identidade, os padrões de beleza, a produção do desejo. Debruça-se sobre a leitura da simbologia das peças de vestimenta, interpretações simbólicas, o lugar de pertencimento dos indivíduos segundo princípios ornamentais. Examina o processo de produção de desejo e como os meios de comunicação constituem-se como ferramentas eficazes na disseminação da fetichização dessas mercadorias e das próprias profissões de moda, responsáveis por despertar os interesses de meninas no ingresso do mundo moda, por exemplo. Responde interrogações sobre a lógica do capitalismo de moda, como são pautados os tipos ideais de beleza, como o corpo da moda que recebe enfeites e transfere cargas simbólicas e conotações diversificadas constituem-se como uma entidade plástica, tido com um refém de todas as mudanças de concepções de beleza arbitrariamente concebidas pelos ditadores do mundo *fashion*.

O quarto capítulo examina a composição das agências de moda, tidas como entidade responsável pela fabricação das modelos, por elas são transmitidas as aprendizagens, são desenvolvidas as habilidades necessárias para a construção da modelo. Analisa o formato de organização das atividades intramundo, a gramática das profissões, as divisões do trabalho, lógica e dinâmica das agências. Debruça-se sobre o submundo das modelos, as relações intrínsecas com a prostituição, com agentes que apresentam a face obscura do mundo das modelos. Vê-se, dessa forma, a polarização do mundo dividido entre a conquista da formalização da carreira de modelo, a legalidade das agências, e a ilegalidade, o *underworld*, o indizível, os esquemas ilícitos paralelos à carreira.

No quinto capítulo é apresentada a análise da carreira de modelo, os formatos de inserção, aprendizagens, recursos adquiridos, dramas enfrentados e habilidades desenvolvidas- exemplo marcante é o racismo-, que determinam as posições na hierarquia profissional, no processo de ascensão. Dentre os recursos de ascensão, destaco a internacionalização de si através do aprendizado de línguas estrangeiras, mormente o inglês, o marketing pessoal nas plataformas de Tecnologia de Comunicação e Informação (TICs), a elaboração da boa imagem nas redes sociais que servirão de portfólios para trabalhos que podem ocorrer tanto internos quanto externamente ao país. No último momento são apresentadas as conclusões alcançadas por intermédio desta pesquisa.

CAPÍTULO I

REFERENCIAL TEÓRICO, TRAJETÓRIAS PARADIGMÁTICAS E OS ESTUDOS DAS PROFISSÕES NO BRASIL

Este capítulo apresenta modelos explicativos que emergiram de programas teórico-metodológicos distintos, discussões pluridimensionais que pautaram e consolidaram os estudos da Sociologia dos Grupos Profissionais. Elucida as disputas pela legitimidade dos objetos de análise, as batalhas político-ideológicas e paradigmáticas que forneceram alicerces bastante sólidos que resultaram na proliferação de agendas de pesquisa diversificadas, na implementação do estudo das profissões entre as grades de ensino superior das Ciências Sociais. Estende-se na criação de congressos, colóquios, eventos que coadunaram interesses e objetivos distintos circulados entre as mentalidades científicas.

A presente seção concentra esforços sobre as demandas de profissões que serviram para suprir as necessidades humanas ao longo da trajetória dos projetos de sociedade, e procura tornar inteligível a lógica de funcionamento da estruturação e da organização social brasileira, de como se forjaram as profissões no Brasil à luz do Patriarcado, sua relação com a religião e mulheres conservadoras, e como a hibridização ideológica destes grupos comungaram para a edificação do projeto feminino nas categorias subalternas ocupacionais. Combate, engajamento político, violências físico-simbólicas e também conquistas são temas que perpassam o presente capítulo. Este momento visa trazer a lume o aparato teórico-metodológico, diagnóstico, fatos e sintomas que embasam a análise da carreira de modelo, visto que não constitui-se como projeto atômico, isolado, só compreende-se no bojo das interrelações.

Ao tratar dos circuitos que originaram o *corpus* dos exames sobre as carreiras no qual esta pesquisa assenta-se, cabe dizer que embora inicialmente tenha se forjado como uma ramificação embaciada, muitos estudiosos a reluziram debruçando-se sobre o levantamento de questões pertinentes ao universo, teorias que interpretariam de alguma forma aspectos do fenômeno, metodologias e formatos de investigação que traduziriam mais claramente as próprias pretensões de pesquisa da comunidade de cientistas. Pesquisadores oriundos dos mais diversos horizontes geográficos demonstraram bastante interesse sobre este fenômeno. Por consequência, grande número de material

foi coletado principalmente dos âmbitos da História, Economia, Sociologia, Ciência Política. Diagnostica-se, a partir disso, a pluralidade inata da fundação deste campo.

Parcela majoritária destas mentes atentam-se para o fato de que o estudo das profissões, melhor expressando, dos grupos profissionais, desvenda o formato de estruturação de uma sociedade, do processo de hierarquização das classes, das divisões tanto econômica quanto de *status* social, de distinção e poder exercidos no íterim de cada grupo econômico de atuação inseridos na vultosa engrenagem do Mercado de Trabalho. Como se não bastasse a ausência da uniformidade das agendas de investigação, dos quadros teóricos de referência, a própria adoção individualizada do termo produz ruído de concepção, um tipo específico de anomia cognitiva que edifica a muralha que sombreia a inteligibilidade.

A superação da discussão sobre qual termo traduz adequadamente tais estudos desloca os holofotes para interrogações relativas ao profissionalismo, ao processo de formação dos grupos profissionais, à criação das deontologias que fundamentam as práticas, aos códigos simbólicos, à gramática partilhada, à aquisição dos recursos, às aprendizagens e habilidades desenvolvidas no processo de imersão, dentre outros. Além disso, o esforço racional envolve equacionar as relações entre os grupos profissionais intra e externamente, como funcionam as sinergias entre universos ocupacionais próximos, até mesmo como ocorrem as dissidências profissionais que forjam novas atuações e as relações com as demandas sociais que também justificam profissões recentes.

Cabe dizer que todo e qualquer trabalho, profissão ou ocupação, refere-se à especialização de alguma atividade, ou mesmo o destaque de alguma habilidade que encaixe-se à demanda ocupacional. Com tal formulação, primeiro, abre-se o leque das possibilidades de inclusão de atividades econômicas que desviam-se da homogeneidade inculcada pelo mercado de trabalho formal, e, depois, são reconhecidas também as atuações econômicas marginalizadas. Dito de outro modo, concede-se terreno para a integração das profissões de todos os níveis. Segundo este princípio da relativização, para a própria reconsideração do programa analítico estruturado.

No cerne da profissionalização veicula-se ainda a ideia de que a formalização, boa parte das vezes, surge de um processo posterior, como resultado de lutas sociais, de batalhas entre agentes, de negociações entre as mentalidades humanas. Saliento, portanto, o elemento político do processo de profissionalização, que envolve a sedimentação de uma profissão ancorada no reconhecimento atestado por diversos

poderes e, dentre eles, o Estado, encabeçando a formalização; depois, os próprios agentes, responsáveis pelo remanejamento social, pelo rearranjo das funções e demais operações.

No procedimento de capacitação dos indivíduos, as atividades econômicas que demandam diplomas acadêmicos circunscrevem-se aos espaços das universidades, duram cerca de 3 a 5 anos de preparação para o mercado, exigindo esforço maior de concentração e reflexão. Já para os isentos desse esquema, os treinamentos são repassados *in loco*, com adaptação físico-espiritual que exige esforço de caráter mais automatizado, mecanizado, pode-se traduzir assim. No que tange às primeiras, para muitos estudiosos tratam-se de atividades para mais ou menos mentais, distinguindo-se também as tonalidades de *status*, tornando-se as mais prestigiosas as que mais reivindicam esforços mentais.

Enfatiza-se que as vertentes desta ciência abarcam um conjunto múltiplo de interesses, sobretudo no que tange à defesa político-ideológica. Tais disputas ocorrem em algumas dimensões, sendo a primeira delas a de formato externo, pois confronta-se com as sociologias que fazem fronteira direta, e, portanto, disputam pela legitimidade dos objetos de análise, pela taxinomia, pelos programas de pesquisa. Este fenômeno é notado facilmente entre os agrupamentos dos pesquisadores que reúnem-se com os objetivos de organização dos programas de pesquisa, de tomadas de decisão, de fomentação de exames, de ajustamentos de interesses, de alinhamento de metas de pesquisa, de definição das finalidades, entre outros. Ou seja, conjugam-se para a congregação e engajamento direto ou indireto em função da atuação e legitimação do espaço científico pretendido.

Este fato esclarece-se quando observamos a relação fronteiriça entre a Sociologia das Profissões e a Sociologia do Trabalho, podendo incluir também a Sociologia da Educação. Contudo, há também no interior dos mundos sociológicos batalhas pela legitimidade do objeto, pela consolidação das teorias, dos paradigmas dominantes. Inclusive observa-se um aspecto nocivo às agendas de pesquisa no qual diz respeito à inculcação hierarquizada das teorias internacionais, que por vezes impedem um exame mais apropriado sobre determinadas realidades, como no exemplo da importação acrítica de correntes teóricas francesas para explicar fenômenos brasileiros.

Tal postura requer esforço de análise que respeite a configuração particular da realidade social pretendida, como no caso das profissões brasileiras no conjunto dos seus aparatos e lógicas próprias, compreendendo suas relações com as realidades

externas, e que não se efetue uma operação de aplicação forçosa de uma teoria que corresponda ao exame de outras sociedades.

Das correntes sociológicas que se debruçaram para explicar as profissões, em vez de forçarmos as análises através das lentes paradigmáticas prontas referentes a certos fenômenos, nos importa a extração do conjunto dos questionamentos que guiaram as investigações. São os questionamentos científicos, os quais emergem durante todo o percurso da atividade analítica, que norteiam, alicerçam e fornecem respaldo para a efetivação das pesquisas.

Inúmeras indagações orbitam em torno da corrente da Sociologia das Profissões. No âmbito daquelas que se concentraram sobre a estruturação da sociedade pela ótica das profissões, temos questões que envolvem a organização das relações sociais, a divisão do mundo das tarefas, posicionamento dos grupos profissionais, o aspecto da coesão, o princípio de constituição de um grupo profissional, de posição no mercado. Precusores da Sociologia, tidos como intelectuais múltiplos e dedicados ao exame de uma diversidade de fenômenos sociais, também se debruçaram sobre o tema, mesmo que tal iniciativa não tenha fornecido respaldo para a concretização e reconhecimento de uma fronteira específica e científica centrada neste objeto.

Assim, destaco preocupações despontadas na obra de Durkheim que se direcionam em: Como se constituiu o processo de organização da sociedade moderna? Como ocorrem os processos de regulamentação moral e jurídica? Como se dá a definição de trabalho? Como acontece a unicidade e a convergência dos integrantes em torno da execução?

Na tradição teórica de Marx, a ênfase recai sobre questões que conjugam profissão e classe, profissões e relações econômicas: Como ocorre a divisão do trabalho do operariado? Como ocorrem as formações políticas dos Sindicatos? Como se configura a cadeia produtiva, as relações políticas e de dominação nos espaços profissionais? Como ocorrem as disparidades de prestígios observadas entre trabalhos manuais e intelectuais? De outro modo, indagações concernentes ao ideal de serviço, burocratização profissional e relações de trabalho são atribuídas a Weber.

Parte significativa da literatura fabricada por este panteão de intelectuais se circunscreve à linhagem fronteira da Sociologia do Trabalho. Todavia, contribuem inegavelmente para a ampliação das reflexões sobre as profissões, apontam para as relações de trabalho, formação dos espaços de atuação, relações de poder, formação dos sindicatos e estes como ambiente de engajamento político, divisão sistêmica de trabalho

social, competências para ocupação em hierarquias organizacionais, entre outros. Parte destas indagações emergiu com os sintomas que configuraram a Sociedade Moderna.

A Sociologia dos Grupos Profissionais ganha volume na década de 1960 entre os países em que a língua inglesa é predominante, na qual a centralidade analítica se volta, entre outras coisas, aos sistemas de credenciamento, às concepções de profissão a partir das instituições formais, aos títulos acadêmicos. Aqui se inicia o processo de classificação das profissões, da segregação das atividades humanas, provocando um primeiro distanciamento ou distinção entre as atuações dos agentes sociais na cadeia hierarquizada das atividades ancoradas nos títulos acadêmicos, nos treinamentos formais, na posse das técnicas intelectuais, na definição do conhecimento especializado, no sistema de credenciamento, bem como podemos localizar nos trabalhos de Carr-Saunders e Wilson, lançados no início da década de 1930, especialmente a partir da obra *The Professions*, obra se constituiu como um marco significativo que realçou as fronteiras dos estudos das profissões (PETRARCA, 2015).

Importa destacar que a preocupação e a triagem social entre aqueles que possuem o título sobre os destituídos está sócio-historicamente situada entre países como Inglaterra e Estados Unidos do século XIX, onde se observa expansão das instituições universitárias com a consagração de uma deontologia, recrutamento institucional, o estímulo ao ingresso na formalização das atividades. Aqui se organiza a reserva de mercado, a distinção social a partir do título escolar que indica previamente as posições ocupadas no mundo social, o fornecimento de um tipo de proteção profissional na competição pelas vagas no mercado de trabalho (FREIDSON, 1996; PETRARCA, 2015).

É possível dizer que é bastante proliferado entre os estudiosos da área que foi a Escola Funcionalista que começou a concentrar-se nas profissões através dos fenômenos que apareceram com a sociedade moderna, como a alta divisão do trabalho, a homogeneização dos membros ao partilhar dos princípios deontológicos, conjugação de interesses, mormente sobre os mecanismos de coesão social. Assim, a origem ou formação da uma profissão dava seus primeiros passos quando um grupo de pessoas iniciava a prática de uma técnica com finalidade da formação especializada.

A tônica nessa corrente se assentava sobre as atuações dos indivíduos em determinadas tarefas da divisão do trabalho. A formação, o título escolar, representou a seleção com base no esquema de burocratização das próprias carreiras; vem associada ao vínculo institucional, formação para a aquisição de um currículo, hierarquizações

verticalizadas. Estes seriam os verdadeiros profissionais, uma verdade fabricada pelos ambientes, círculos e locais de formação (DUBAR, 1998).

Parsons (1962) é o nome que se salienta na corrente Funcionalista por assegurar a preponderância dos títulos escolares para garantir a qualidade dos serviços prestados. E como se trata de um terreno norte-americano, o Estado aqui ocupa papel coadjuvante, concedendo legitimidade aos grupos profissionais, a responsabilidade de recrutamento até a posse final do título.

No entanto, todo o conjunto das escolas que fornecem preponderância ao título, etc., se há a intervenção do Estado, o processo de formação de uma profissão, entre outros, devem respeitar a particularidade histórico-geográfica. Por outras palavras, uma coisa é compreender a demanda, a formação, o engajamento dos agentes para a construção da carreira nos EUA ou no Japão, Finlândia, França, outra é observar o Brasil, que, assim como os demais países, possui seus próprios mecanismos democráticos, cultura, mobilização específica, diálogo com o Estado, constructo burocrático singular (BECKER, 2009).

Enquanto a Teoria Funcionalista se dedicava ao processo formal, técnico, preponderância acadêmica, integração sistêmica, interesse público *versus* privado, orientação estrutural coletiva, outras correntes insurgiram e romperam com a restrição dedicada quase exclusivamente aos títulos escolares para inserir outros exercícios profissionais no mesmo patamar, tornando-os dignos de investigação e de profundo teor elucidativo. Para ilustrar o rompimento paradigmático, alguns trabalhos mostram, por exemplo, que são as demandas dos consumidores dos serviços que condicionam tanto o *status* quanto a realização das atividades profissionais, a emergência pelo surgimento de determinadas atividades que devem atender a um público.

Além disso, como afirmam os etnometodologistas, há de se considerar os sistemas simbólicos compartilhados entre os pares no interior das profissões. Outras questões também relacionam-se à ampliação dos horizontes de análises, assim como fizeram Larson e Freidson, que debruçaram-se sobre o controle do saber profissional. Larson, por exemplo, pensou a profissão no âmbito da desigualdade estrutural, da monopolização do saber, das profissões em torno do mercado; já Freidson, por outro lado, enfocou aspectos como a profissão e o exercício do poder, a estrutura dos empregos, em saber como as profissões servem ao mercado, sobre os modelos dos processos de credenciamento. As novas correntes dedicadas a este assunto, em vez de se

concentrarem na compreensão mais abstrata, preferiram deixar o próprio campo de investigação definir o conceito e a descrição de carreira (PETRARCA, 2015).

Vale frisar que a principal lacuna do modelo funcionalista corresponde a não legitimação das carreiras situadas fora de um ambiente formal de aprendizado. Esse *déficit* analítico acabou transformando-se no ponto crucial para a ampliação dos exames que passaram a considerar como carreiras as prostitutas, os garis, os políticos, os pistoleiros, os ladrões profissionais. Isso atravessa a aquisição de conhecimentos adquiridos apenas em salas de aula, para substituir pelos espaços de socialização profissional cotidianos, com a interação com outros indivíduos, no contato direto com a prática, entre o meio informal, mas nem por isso menos relevante. Dessa maneira, emergem novas questões relativas às capacidades e habilidades adquiridas no percurso da imersão e socialização profissional, como foi mencionado anteriormente.

O Interacionismo, corrente sociológica de médio alcance, considerada dessa forma principalmente pela justificativa da despretensão universalista, combateu diretamente o pensamento e as ideologias que priorizavam apenas as transações econômicas, as introjeções de conhecimento técnico formal, para focalizar nas trajetórias dos indivíduos, valores, capacidades adquiridas no processo de socialização profissional, no itinerário dos agentes. Tal aspecto tornava-se mais esclarecido entre os estudiosos da Escola de Chicago, que se dedicaram centralmente ao estudo de caráter empírico, no contato direto com o campo e junto aos profissionais investigados. O destaque concedido à socialização profissional transfere a atenção ao resultado final de convergência última, à execução profissional, à aquisição das habilidades, aos itinerários dos agentes, ao questionamento da nova concepção do ser no mundo, do novo comportamento e conjunto de hábitos sedimentados por meio da programação de ações inculcadas nos círculos da socialização profissional.

Uma reflexão que se salienta é indicada por Hugues (1981), a qual aponta ao menos 3 mecanismos referentes ao processo Socialização Profissional: 1) o primeiro refere-se ao que denomina passagem por meio do espelho, e diz respeito a observação do mundo por trás dele, como se olhássemos o processo de escolha por um prisma externo, como escritas num espelho, um tipo de processo inicial de imersão na cultura profissional; 2) Instalação da Dualidade é definida pelo confronto entre este modelo inicial, ideal, frente ao modelo prático, às execuções de rotina, às atividades desempenhadas, e é aqui que se instaura o espírito das batalhas, inclusive de manutenção depois da pós-imersão, construção das recém-chegadas rotinas, esforços

mobilizados com pretensões de sustentação do modelo ideal da profissão; 3) o terceiro mecanismo refere-se à Conversão Última, que se relaciona ao ajustamento da compreensão ou concepção de que o agente tem de si. Este último mecanismo envolve ao menos duas tipologias da tomada de decisões do indivíduo, que é a identificação do leque de possibilidades que ele precisa para realizar suas escolhas, e também da atenção sobre a articulação deste com o sucesso; aqui os indivíduos detêm visão ampla do jogo da socialização profissional abrindo a perspectiva da projeção de si (PETRARCA, 2015).

Outros autores mais recentes desta mesma linhagem sociológica, como nos casos de Becker (1999) e de Freidson (1998), apontaram para uma competição pelo domínio da deontologia, dos valores, da organização do trabalho, identidade profissional, controle e recrutamento. Interessa-nos, nestas perspectivas, a expansão da análise sobre os múltiplos espaços da aprendizagem, ambientes onde os agentes atuam, compartilham o conhecimento. Os efeitos das discussões mais recentes ressoam em formato de congressos, seminários, contatos internacionais que se coadunam para a efetivação dos interesses e perpetuação dos estudos dos grupos profissionais.

Nos estudos mais recentes, afirma Gonçalves (2008) que a intensificação das pesquisas e aumentos dos grupos de investigação que canalizaram forças para a perpetuação estão presentes, mormente em território anglo-americano, como mencionado. Investigadores presentes nesta localização territorial são tidos os responsáveis pelo aprofundamento, diversificação, extensão teórico-metodológica da Sociologia dos Grupos Profissionais.

A delimitação político-científica se traduz na formação de grupos como o *Network Sociology of Professions*, oriundo da *European Sociological Association* (ESA). Quadros mais recentes, apresentados no trabalho de Gonçalves (2008), clarificam a agenda dos debates, retratam os interesses demandados pelas associações internacionais relativas às análises sociológicas. Indicam, entre outras coisas, temas e discussões que mais pautam e circulam neste universo de investigação.

Quadro 1

Eventos recentes da *European Sociological Association* sobre as profissões:

Eventos	Tema e subtemas
5 Conference of ESA, 2001 2 Interim Meeting, ESA, Network Professions, 2002 6 Conference of ESA, 2003	<i>“Visions and divisions – chalanges to European sociology</i> <i>1. Gender, health professions and organization</i> <i>2. Gender and professionalization. Shifting categories in times of institutional and social change</i> <i>3. Health professions and organization</i> <i>4. Social work</i> <i>5. Professions and state</i> <i>6. Planning and housing</i> <i>7. Teachers and schooling”</i> <i>“Continental Challenges to Anglo-American Sociology of Professions</i> <i>1. Historical and international studies</i> <i>2. Theoretical studies</i> <i>3. Studies on discourse of professionalism</i> <i>4. Methodological and comparative studies</i> <i>5. Sectoral and applied studies”</i> <i>“Modernity – post-modernity – Ageing societies and professions. Social, political and theorical relevance of sociology of professions</i> <i>1. Sociology of professions and links with sociology of knowledge, organisation, work, education and labour market</i> <i>2. Professions and age, gender, careers and life cycles</i> <i>3. Professions, trust and status</i> <i>4. Occupations and professionalisation”</i>
3 Interim Meeting, ESA, Network Professions, 2004 7 Conference of ESA, 2005	<i>“Professions, social inclusion and citizenship”</i> <i>“Professionalism in new and existing fields – beyond exclusion and inequalities</i> <i>1. Varieties of professionalism – assessing transformations of occupational status and competence</i> <i>2. Professionalism revisited – negotiations on work and occupational status</i> <i>3. Professions and the construction of knowledge, power and expertise</i>

	4. <i>Integration and co-ordination – challenges for health professions and professionalism</i> 5. <i>Integration and co-ordination – challenges for health professions and professionalism</i> 6. <i>Professional identity, trust and status</i> 7. <i>Remodelling regulation of professions and division of work</i> 8. <i>Professionalism and work arrangements – linking institutional context, individual decisions</i> 9. <i>Professionalization and inequalities – shifting spheres of opportunity in times of social institutional changes”</i>
4 Interim Meeting, ESA, Network Professions, 2006	“Professions, globalisation and the European Project”

Fonte: Newsletter da “Network Sociology of Professions” e <http://www.valt.helsinki.fi/esa/profe.htm>.

Os temas mais veiculados dizem respeito ao processo de organização de uma profissão, de profissionalização, ao debate que entrecruza questões de gênero e profissões, relativos ainda ao formato gradativo de um intra-progresso profissional por meio dos alinhamentos e ajustes das ações executoras conjugadas às mentalidades afuniladas. Discutem-se com bastante frequência as alterações dos princípios que regem determinadas profissões, as transformações da execução ditadas pela ordem tecnológica. Exemplo disso ocorreu no ano de 1999 quando a *Société Française de Sociologie* que realizou um colóquio intitulado *Les Professions et leurs Sociologies. Modèles théoriques, catégorisations, évolutions* (GONÇALVES, 2008).

Segundo Gonçalves (2008) os pesquisadores concentrados nessa temática ainda criaram, no ano de 2005, o 37º Congresso do *International Institute of Sociology*, responsável por reunir cientistas sociais presentes nas mais diversas áreas e polos de estudos. Na Rússia, por exemplo, a *International Symposium of the Russian Society of Sociologists* organizou uma conferência intitulada “*Social adaptation, initiatives and transformation of professional groups in modern society*”. Citemos também a *Research Committee 52*, organização francesa presente no interior da *The sociological of professional groups* (RC52). Podemos dizer que a Sociologia dos Grupos Profissionais que se sedimentou nas agendas europeias surgiram a partir do 12º Congresso Mundial de Sociologia promovido pela ISA no ano de 1990, em Madrid, reconhecida dois anos a

posteriori como uma clivagem intitulada *Thematic Group*, reconhecida depois como *Working Group*, no ano de 1994 e, por fim, após quatro anos, consolidou-se com a RC52.

O que nos vale identificar é a interdependência dos grupos de investigação, a pluralidade de óticas, a canalização de esforços, o raciocínio de horizonte ampliado utilizado para pensar os fenômenos tangentes às profissões, mormente quando se tem em jogo o conjunto das transformações e alterações que modificam os quadros das profissões e transformam as dinâmicas sociais, inaugurando outras culturas profissionais.

De acordo com o autor, as temáticas que pautaram as agendas de pesquisa no ano 2000 seguiram uma lógica de convergência que colocava o envolvimento do Estado em destaque. Discutiu-se também com frequência questões relativas ao poder, *status*, negociações das mais diversificadas ordens, a inauguração de métodos comparativos, teorias e metodologias focadas na amplitude do teor explicativo que melhor interpretasse o fenômeno das profissões. Gonçalves (2008) esclarece a ocorrência destas manifestações de interesses através do quadro relativo aos eventos lançados pelo *Research Committee 52*, apresentado a seguir:

Quadro 2

Eventos recentes do Research Committee 52 “The sociological of professional groups” e XV Congresso da *International Sociological Association*

Eventos	Tema e subtemas
3rd Interim Conference, RC52, Lisboa, 2000	<i>“State, political power and professional structures: new patterns and new challenges</i> <i>1. Professions and state regulation</i> <i>2. State, education systems and teaching profession</i> <i>3. Professionalism: the emergence of new trends</i> <i>4. State, professions and gender</i> <i>5. The negotiation of professional frontiers</i> <i>6. The professions and the urban question</i> <i>7. New demands on management professions</i> <i>8. Conceptual and theoretical issues in the sociology of professions</i> <i>9. Strategies of the health professions</i> <i>10. The professions under the impact of global conditions</i>

	11. <i>Forms of professional action and professional association</i> 12. <i>Changes in military professions”</i>
XVème Congres Mondial de l’ AIS, 2002	«Héritages ambivalents et challenges émergent 1. <i>Développements au niveau international e global : «gagnants et perdants »</i> 2. <i>Féminisation des professions</i> 3. <i>Professions et travail basé sur le savoir en Inde et dans d’autres pays en développement</i> 4. <i>Identités: professionnelles et personnelles</i> 5. <i>Les professions de santé et le public</i> 6. <i>Gestion de la qualité et indicateurs de performances pour les professions</i> 7. <i>Méthodologie comparative</i> 8. <i>Le déclin de la confiance et de la confidentialité : régulation du travail professionnel</i> 9. <i>Professionnalisation de la sociologie»</i>
4rd Interim Conference,RC 52, Versailles, 2003	“ <i>Knowledge, work and organisation</i> 1. <i>Passing on knowledge</i> 2. <i>Ocupational knowledge and gender relations</i> 3. <i>Dinamics of knowledge and organisations</i> 4. <i>Know management</i> 5. <i>Value and legitimacy of knowledge</i> 6. <i>Validating and certification of knowledge</i> 7. <i>Legitimising knowledge and jurisdictions</i> 8. <i>Production of knowledge and work situations</i> 9. <i>Expert knowledge vs. layperson knowledge</i> 10. <i>Knowledge and know-how professionals</i> 11. <i>Articulating knowledge in collectives”</i>

Fonte: Newsletter do RC52 e <http://www.ucm.es/info/isa/rc52.htm>. (GONÇALVES, 2008).

Como se nota, no panorama dos anos 2000 as propulsões nesta área enveredaram-se principalmente no sentido comparativo entre realidades profissionais, centraram-se sobre os formatos de dinâmicas que orquestraram distintas realidades, os problemas, os dramas e as deontologias observadas entre as construções e realizações dos ofícios.

Macdonald (1995), que teve Larson como embasamento explicativo, destacou-se ao apresentar o panorama das teses que envolveram as interrogações relativas à Sociologia das Profissões. Em sentido estendido, as discussões percorreram caminhos que interpretavam as realidades apresentadas localmente, todavia, apontavam sintomas que atravessavam os mais diversos contextos sociais. O programa teórico-metodológico

que emergiu de certos grupos de investigação, é também importado por outros pesquisadores, minando as fronteiras geográficas, criando uma rede interdependente, uma comunidade tipicamente internacional (GONÇALVES, 2008).

Exemplo disto reflete-se nas heranças das preocupações sobre a circunscrição de uma profissão, na delimitação das fronteiras, na participação do Estado na formalização, nas negociações com os agentes sociais, nas disputas pelo controle profissional, na criação de sindicatos políticos, nos dramas envolvidos. Outras discussões perenes nas pautas tangem às habilidades e competências para a ocupação dos cargos, à acumulação de posições entre agentes e como é assumida a diversidade de papéis, o próprio diagnóstico da distribuição das classes sociais segundo princípio da variável profissão.

O Brasil é reconhecido por condensar estudos que embasam-se mormente nas contribuições fornecidas pelos interacionistas, que, inclusive, servem de referência para dissertações e teses de doutorado. Estes focalizam, sobretudo, questões concernentes ao poder, ao monopólio profissional, às habilidades e aquisição de recursos de ascensão social, questões relativas às profissões imperiais, como nos casos da medicina, direito e engenharia, que formaram o quadro da institucionalização das profissões, serviram de modelo para a sedimentação de outras profissões, incluindo o que se pode pensar acerca da politização profissional (GONÇALVES, 2008).

A história destas profissões confunde-se também com a formação do Estado Brasileiro, que, por seu turno, apresenta a moldura das trocas de privilégios, concessão de autonomia, intervenções, negociações que envolveram não apenas o protecionismo estatal, mas também a concretização do plano de consolidação do Estado brasileiro. O caso dos economistas traz à luz o *modus operandi* da consolidação da profissão atrelada à formação da elite burocrática que gradativamente ocupou espaço nas instâncias governamentais. É salientada a demanda do Estado por profissionais que ocupariam posições que exigiriam competências para lidar com questões monetárias, principalmente depois dos sintomas que sobrepujaram com os avanços econômico.

Embora a sócio-história se constitua como integrante imprescindível ao entendimento dos formatos de edificação profissional, o fator político prepondera-se por circular inerentemente em todo o processo de criação, consolidação e até mesmo da ascensão e poder profissional, como se observa nas trajetórias das negociações entre o cruzamento Estado X Medicina e até mesmo no Direito do país. Importam ainda nestas análises as variáveis sobre as condições de reestruturação que reformulam também os

quadros interpretativos dependentes das modificações protagonizadas pelos agentes sociais no bojo das ações transformadoras.

Como ocorrem as novas negociações entre Estado e grupos profissionais, as mais recentes tipologias de burocratizações, demandas atuais por profissões e competências para lidar, inclusive, com as tecnologias interativas e modelos de atuação operacionais inculcados por tais avanços, como se formam as lideranças em sindicatos profissionais, como se distribuem os gêneros na cadeia produtiva nos novos contextos, como ocorrem as recentes mobilizações para o estabelecimento das profissões, a luta pelo reconhecimento por parte do Estado e da sociedade, são apenas alguns dos eixos das interrogações que fornecem interpretações acerca da sociedade hodierna e que devem tornar mais inteligíveis os fenômenos sociais pautados nas profissões, em ações convertidas não estritamente na sustentação da sobrevivência, como também no usufruto, manutenção de *status*, posições simbólicas distintas distribuídas entre agentes na cadeia produtiva.

Contrariando parcela majoritária dos estudos voltados ao papel central do Estado como consolidador das formalizações, até como peça-chave de amparo nos esquemas de obtenção de poder, o exame da carreira de modelo mostra a flexibilidade e a atuação mínima deste aparato regendo as ações dos indivíduos na cadeia produtiva da moda. Diferente das profissões certificadas pelas universidades, para tornar-se modelo primeiramente os credenciamentos restringem-se aos elementos anatômicos dos corpos humanos, dispensando as habilidades intelectuais e demais capacidades cognitivas. Não exige-se título acadêmico em momento algum na trajetória total da modelo. Aproxima-se de carreiras como prostitutas, jogadores de futebol, garis.

Aqui, as questões giram em torno do processo de aquisição de habilidades no momento de imersão profissional, os sentidos atribuídos pelos agentes, as circunstâncias de vida, as situações com impactos reais sobre as carreiras. Qual o interesse das ingressas? Como ocorre o processo de aprendizado da profissão? Como ocorrem as transformações dos eus? Como organizam o mundo? Isso exige esforço de compreensão e análise do processo biográfico, de identificação das rotinas, do processo de formação do ordinário, da identificação das habilidades, das qualificações, de como ocorrem as interações, os contatos, os vínculos para auto-formação, as contingências de carreira (PRYEN, 1999; MATHIEU, 2007; FREIDSON, 2001; SUTHERLAND, 1937; BARREIRA, 2008).

Incluem-se ainda os recursos sociais de origem, articulação destes com os adquiridos entre os espaços de socialização, seja escolar, entre redes de amizade, combinação de recursos, compreensão de como as socializações primárias influenciam direta ou indiretamente na escolha das carreiras. Além disso, como a localização histórico-geográfica se constitui como determinante para a compreensão da profissão, de como ocorre o processo de profissionalização no Brasil, da própria carreira de modelo neste contexto. No entanto, antes do devido tratamento sobre este fenômeno, se constitui pertinente abordar estudos que examinaram profissões no Brasil, justificado pelo embasamento que fornece compreensão da configuração e mecanismos próprios da lógica nacional, pela possibilidade de entender as engrenagens de profissionalização que regeram o país.

1.1. As Múltiplas Abordagens sobre as Profissões Brasileiras

Os estudos desenvolvidos sobre as profissões brasileiras muito dedicaram-se a profissões como Medicina, Engenharia e Direito; aspecto bastante semelhante com o que ocorreu com os países de língua inglesa. Os anos de 1970, pensando mais precisamente o contexto de São Paulo, sinalizaram os primeiros exames acerca das profissões brasileiras. Um exemplo que se destaca é o de Donnangelo (1975), ao interrogar e investigar com afinco sobre o funcionamento da profissão médica no Brasil. Cito também os estudos de Kawamura (1981), um em específico, cujo título é Engenheiro: Trabalho e Ideologia. No entanto, antes mesmo dos supracitados, Bertram Hutchinson (1960) já havia demonstrado interesse pela área ao dedicar-se à mobilidade e ao trabalho centrando-se sobre as estruturas ocupacionais mais gerais. Também Gouveia (1980) e Pastore (1979), assim como Larson (1977), apresentaram as profissões como um dos fatores significativamente responsáveis pela consolidação da desigualdade social brasileira (BARBOSA, 2003).

Quer fosse o tratamento investigativo sobre as profissões no Mercado ou no Estado, decerto o que ocorreu foi uma espécie de *boom* de pesquisas com formatos e enfoques díspares, contribuindo para o afloramento e enriquecimento dos estudos nacionais. Outro caso que se destaca é o produzido por Schwartz (1979), que abordou os profissionais nas organizações e a diferenciação entre tecnocratas e burocratas e suas relações com a metrópole e elites locais. Por outro lado, Leebs (1963) nos trouxe

estudos relativos à estrutura das carreiras, redes sociais e interesses oligárquicos. Outrossim, Nogueira (1967) se debruçou quase estritamente às profissões no mercado e registrou a perda da condição liberal das profissões no mercado de trabalho, decorrente do processo de institucionalização (BARBOSA, 2003).

Ainda sobre profissões no mercado, Durand (1972) se interessou em explicar a profissão da arquitetura, focou na burocratização, na própria falência do modelo liberal da profissão. Também outros estudiosos analisaram a questão profissional como ideóloga, tal como ocorreu com a enfermagem, como realizou Alcântara (1966).

Em 1980, os trabalhos voltaram-se para a relação entre as profissões e o Estado, como o corpo de profissionais em Coimbra possuíam demasiada homogeneidade, especialmente entre os juízes (Carvalho, 1979); para o Estado como promotor da cooptação profissional, com ênfase na política do Pós 1930, e os advogados como porta-vozes do Estado (Miceli, 1981). Ainda sobre o Direito temos Adorno (1988), que tratou sobre os bacharéis na Faculdade de Direito do Largo de São Francisco no Período Imperial. Já Schneider (1994) focou na burocracia pública e na política industrial no Brasil. Temos ainda os estudos de Loureiro, concentrados na investigação sobre os economistas que ocuparam profissões dirigentes no Governo, no qual apontou tais agentes não como burocratas, mas sim como detentores da *expertise* profissional (BARBOSA, 2003).

As pesquisas de Brandi (2004) correspondem às relações estabelecidas entre o ensino superior e as profissões universitárias. As interrogações levantadas por Falcão (1984) se dirigem no sentido das relações entre o ensino jurídico e o Mercado e, através destes, identificou a deficiência da formação tradicional e generalista da educação frente às demandas do Mercado. A situação do Mercado de Trabalho de gerentes, disputas simbólicas e legitimação da carreira foram aspectos observados por Grün (1992). Machado (1997) investigou sobre a situação presente dos médicos tanto no mercado de trabalho como na formação profissional, composição do grupo, participação política e sindical.

Em Bruschini (1986) encontramos a análise das enfermeiras, professoras, os valores dominantes numa sociedade, o papel da mulher reproduzido nas profissões, de como se fabricam os estereótipos de profissões correspondentes aos seus perfis, e que na prática se constituem como adequadas ou não (BARBOSA, 2003).

Nos trabalhos de Simões (1984), encontramos o tratamento dedicado aos modelos de classe e estratificação. Encontramos bastante o respaldo marxista para

ênfatizar a heterogeneidade ao destacar a divis3o de classe nas categorias ocupacionais e, mormente, entre os engenheiros. Lessa e Linhares (1990) trabalharam sobre a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), reconstruindo a trajet3ria da associa3o por meio de depoimentos das lideran3as. Os autores investigaram a constru3o da organiza3o, seus elos e quest3es pol3tico-institucionais, e a consolida3o da identidade de grupo.

Outros trabalhos seguiram meandros de an3lise com foco na profiss3o como constru3o de uma comunidade, tal como Bonelli (1993) e Barbosa (1993). Ainda se inserem os que explicam as redes familiares no interior das profiss3es, como fez Coradini (1997); e a cidade no interior (Bonelli, 1996). Na esteira dos novos estudos ainda temos a proposta da desprofissionaliza3o do urbanismo no Brasil. Assim s3o analisadas como mudan3as no governo, promovidas atrav3s de pol3ticas governamentais, impulsionam ou n3o o prest3gio profissional at3 mesmo no mercado.

Um balan3o anal3tico sobre estes estudos nos faz suscitar um conjunto de quest3es e observa3es. Uma destas refere-se ao fato de termos no Brasil uma mir3ade de pesquisas voltadas a profiss3es tipicamente tradicionais, vemos nos casos da Medicina, Engenharia, Direito, Arquitetura. Emergem atualmente os estudos desenvolvidos em torno das profiss3es que concentram maior n3mero de mulheres, ou tidas profiss3es femininas. A maioria dos estudos aborda o hist3rico da profiss3o, seus ideais, a pol3tica.

Alguns muito pontuais e destac3veis, mais precisamente artigos cient3ficos, perquiriram sobre a participa3o feminina no Mercado de Trabalho utilizando dados objetivos concentrados nas Taxas de Participa3o Feminina na For3a de Trabalho (TPFT), como fizeram Scorzafave e Menezes-Filho (2006). Os dados apresentados colaboram para uma compreens3o ampla do arcabou3o dos interesses das pesquisas acad3micas sobre a nacionalidade. Contudo, para esta an3lise s3o demandadas informa3es que colocam estudos sobre profiss3es femininas³ no eixo central, de como foi se arquitetando o processo de ensino de aprendizagens e capacita3o dos habitantes no Brasil.

Conceder ou n3o o arsenal de conhecimentos que habilita a mulher para a inser3o na economia produtiva explica bastante sobre o procedimento de domina3o, as estrat3gicas e esquemas de manipula3o da popula3o e reservas dos espa3os de poder para determinadas categorias. Al3m disso, racionar sobre o cerne, a mat3ria-prima que

³ Refiro 3quelas profiss3es em que a taxa de mulheres e o imagin3rio social correspondem-se imediatamente, como vemos no ramo da enfermagem, pedagogia, letras, moda.

fundamenta a sociedade brasileira é preponderante para compreender também a edificação do mundo da moda, a possibilidade e o reconhecimento da atuação feminina na economia. Isso porque a indústria da moda corresponde a esse movimento de carreiras que está estritamente relacionado à dose inaugural da emancipação das mulheres no mercado de trabalho, como veremos nas seções posteriores.

1.2. A Emergência pelo Surgimento das Profissões no Brasil

O sistema de ensino no Brasil emerge a partir do processo de construção do Estado Nacional. As universidades, por exemplo, foram precedidas por escolas profissionais, algumas bastante obsoletas, além de academias militares e outras escolas diversificadas. No entanto, só é possível afirmar que houve instalação a respeito de uma infraestrutura e concepção ideológica de ensino a partir do século XX. Anterior a este período histórico, cogitava-se a instauração de uma universidade no Brasil, sobretudo com a fundação da Companhia de Jesus, por Inácio de Loyola, no século XVI, no qual os jesuítas manifestaram seu interesse e destacaram a importância do ensino superior em Portugal e no Brasil. Em Coimbra, os jesuítas tomaram as rédeas do Colégio das Artes, uma espécie de centro propedêutico à universidade (GULBENKIAN, 1997).

Os Colégios de Artes foram aos poucos sendo implantados pelos jesuítas e em outros países. Não diferente, por esses grupos é instalado no Brasil o primeiro curso de Filosofia, especificamente em Salvador, no ano de 1572. E como já proferia Serafim Leite (2000, p. 193),

o curso de Artes do Colégio da Bahia apresenta-se como uma Faculdade de Filosofia, de direito pontifício e de feição e praxe universitária, e com a mesma praxe e solenidade dava o grau de Mestre em Artes aos externos: anel, livro, cavalo, pagem do barrete, e capelo azul de seda.

Antes disso, Fávero (2000) nos ensina que Tomé de Souza- militar político português, primeiro Governador-Geral do Brasil (1549-1553), que implantou em Salvador a Casa da Câmara, a residência do Governador, o Colégio dos Jesuítas e também a Igreja Matriz-, chegou ao Brasil com seis religiosos chefiados por Nóbrega. Segundo o autor, a educação na colônia estava diretamente vinculada à política de colonização portuguesa com intenções lucrativas com a catequese e exploração dos

indígenas para, depois, chegar às terras brasileiras indivíduos de pequena nobreza que iriam organizar a empresa. Nesse período, os filhos dos colonos de antemão recebiam subsídios para que pudessem fundar seus próprios colégios.

Mattos (1958) é citado por Fávero (2000) para ilustrar os esquemas de estratégias do gerenciamento português sobre a formação da sociedade brasileira. Entre as missões de Nóbrega estava “Recolhimentos nos quais se educassem os mamelucos, os órfãos e os filhos dos principais da terra (...) além dos filhos dos colonos brancos dos povoados”.

Outro objetivo claro referia-se às convocações indígenas para objetivos sacerdotais. A rejeição por parte dos índios, os redirecionaram para o ensino profissional e agrícola, os capacitando para as futuras funções essenciais da vida na Colônia. Moldá-los através da formação ideológica, inculcação das verdades colonizadoras, e por meios de aparelhos de uso de força e violência, estavam entre as tecnologias que efetivaram as distribuições hierárquica e organizacional da sociedade deste período.

Dentre deste mesmo esquema e lapidando as tecnologias de dominação estendidas às universidades, os jesuítas reproduziram a instalação do ensino de Filosofia em quase todas as regiões nas quais vieram se hospedar: São Paulo, Olinda, Rio de Janeiro, Recife, Maranhão, Pará. A origem das demandas pelas profissões no Brasil remonta a um conjunto importante de casos. Rememoremos o caso português, em que a vinda da corte somada à ausência de profissionais da área da saúde acabou forçando a abertura da fundação das duas primeiras Escolas-Médicas no país, uma no ano de 1808 e a outra na passagem do ano de 1808 e 1809, denominadas Academias Médico-Cirúrgicas da Bahia e sua homônima no Rio de Janeiro. Tais regiões, assinaladas na historiografia brasileira, foram destinos principais da corte portuguesa (LEITE, 2000).

Em novembro de 1821, ainda sob o regime de Reino Unido, os deputados eleitos em São Paulo para a ocupação de cargos na Assembleia Constituinte de Lisboa apresentaram ao Príncipe Regente D. Pedro várias instruções relativas à educação no Brasil. A pretensão era a de criar colégios em cada província do Reino do Brasil, assim como estava previsto no artigo 8º do Capítulo II: “Além destes colégios é de absoluta necessidade para o Reino do Brasil que se crie desde já pelo menos uma universidade, que parece deverá constar das seguintes faculdades”:

- I – Faculdade Filosófica, composta de três colégios: 1º de ciências naturais, 2º de matemáticas puras e aplicadas, 3º de filosofia especulativa e boas artes.
- II – De Medicina.
- III – De Jurisprudência.
- IV – De Economia, Fazenda e Governo.

Estas tentativas demonstram minimamente as causas, a emergência e a demanda pelas profissões. Neste caso, vê-se claramente o interesse das elites dominantes do Brasil para a criação das instituições formais, universidades, objetivando suprir suas necessidades humanas.

Anteriormente, se o protagonismo das demandas estava detido nas mãos dos colonizadores portugueses, depois da Proclamação da República Brasileira, em 15 de novembro de 1889, foram os agentes do Estado que passaram a orquestrar o conjunto dessas operações de requisição dos profissionais. E, por força das circunstâncias sócio-históricas, políticas, ideológicas, foi que se repercutiram os trabalhos sobre profissões brasileiras no início do século XX, que se consolidaram os espaços profissionais de atuação. Tal sistema foi arquitetado com princípios tanto de unificação quanto de segmentação. Serviram, sobretudo, para suas camadas sociais principais: as médias e as altas. Não é novidade que as instituições brasileiras de ensino, desde o despontamento, são de caráter exclusivista. Por isso a síntese lógica de que isso trouxe de forma abrupta a “patologia social” das antipatias sobre as classes marginais que se estende até os dias hodiernos (LEITE, 2000).

Vale retomar que o letramento dos indivíduos desde sempre esteve atrelado ao processo crítico, à posse do poder de confrontar e indagar sobre a própria condição do mundo, a participação democrática, inclusive por esta razão não era concedido o voto aos analfabetos. Desse modo, depreende-se que o sistema de ensino possui como homônimo o sistema de controle social, de manutenção dos privilégios, do princípio de exclusão dos processos, ou mesmo da vida democrática (CARVALHO, 2005).

O sintoma se manifestou de forma intensificada após a atribuição do título escolar como critério basilar de imersão nas profissões, o que rechaçou ainda mais as camadas sociais desse país. As elites nacionais aumentaram significativamente a condição de ingresso na política depois que passaram a obter as certificações institucionais, estenderam o poder de mobilidade social, mormente com a posse do título no âmbito jurídico. Obviamente, não apenas o recurso do título se constituía como suficiente para o privilégio e ocupação dos cargos. Portanto, estabelece-se como

imprescindível tanto o exame dos demais recursos quanto suas combinações. Um marco importante presente na historiografia brasileira é datado do ano de 1924, onde no Rio de Janeiro é criada a Associação Brasileira de Educação, estruturada por reformadores da área de educação que lançaram um projeto tido mais como um movimento político-ideológico, conhecido como Escola Nova, que teve Anísio Teixeira e Fernando de Azevedo como criadores (MARTINS, 1987).

Tal iniciativa, somada à atuação do *Jornal do Estado de São Paulo*, serviram como alicerces para forjar projetos de criações universitárias, como se consolidou na inauguração da Universidade do Rio de Janeiro e a Universidade e do Distrito Federal. Outra iniciativa preponderante surgiu com a implantação do Ministério da Educação durante o Governo Provisório da década de 1930 (Martins, 1987). Ações desse porte transformaram de formas direta e indireta o Estado no principal agente de controle social, no ditador dos processos de organização social, num agente direto na intervenção das iniciativas sociais.

Estas informações já nos mostram e alicerçam o diagnóstico prevalecente sobre aspectos e elementos centrais que construíram o quadro social do país: A influência da religião doutrinária sobre o ensino, capacitação e formação da mentalidade norteadas para os princípios de exercício da força dos colonos; a dominação do homem branco colonizador; as posições de poder pertencentes às gerações dos filhos dos colonos que reproduziriam o poder herdado de seus pais; o asseguramento dos cargos de Governo; a capacitação dos explorados voltada para determinadas finalidades; a educação previamente entendida como recurso de poder, uma tecnologia poderosa e restrita às elites dominantes.

A partir deste retrato sócio-histórico associado ao exercício de reflexão sobre a carreira de modelo, importa-nos interrogar como as estratégias e execuções de dominação por parte dos colonos funcionaram sobre os grupos femininos, e como este o projeto político-ideológico influenciou nas habilidades, competências, formação da mentalidade, escolhas, possibilidades e comportamento das mulheres.

1.2.1 A Influência do Patriarcado na Capacitação das Mulheres no Brasil

O Patriarcado brasileiro é entendido como sistema de dominação que ocorre na dimensão da sexualidade, na reprodução das relações entre homens e mulheres,

oriundas do sistema escravista. Na concepção dos intérpretes do Brasil, como Silvio Romero, Nísia Floresta, Oliveira Vianna, Sérgio Buarque de Holanda, Antônio Cândido, Gilberto Freyre, é na formação da família que se inicia todo o processo da mentalidade que centraliza a figura do homem.

Ressalto Freyre pelo diálogo e conexão que estabeleceu com Weber (1964) no sentido de raciocinar sobre o ideal de dominação através do estudo sobre as religiões; da relação dos cônjuges homens de poder e religião para o exercício da dominação. Weber anuncia o estabelecimento das relações íntimas entre a religião e sociedade no que tange ao controle da sexualidade e reprodução. Assim, a castidade é vista como qualidade carismática, eliminando o erotismo, a orgia sexual, e propondo a abstinência como forma mística para alcançar a salvação. Afirma que o sistema de crenças de natureza religiosa que não enfatizam a salvação por vincularem-se estreitamente à sexualidade, podem se constituir como hostis às mulheres, como ocorre nos casos do budismo e confucionismo (AGUIAR, 2000).

Dessa forma, nota-se que o sistema religioso é dominado por homens que engendram mecanismos de controle sobre o corpo e o comportamento das mulheres, sobre desejos e sexualidade. A igreja, o convento e o Patriarcado são conexões de sistemas que funcionam como matéria-prima para a inteligibilidade das práticas de controle e dominação do homem sobre a mulher no contexto brasileiro (AGUIAR, 2000).

Destaco a pensadora Nísia Floresta, pois debruçou-se sobre o processo de opressão sobre a mulher, observado no seu primeiro livro, uma tradução realizada livremente em *Vindication of the Right of Woman*, de Mary Wollstonecraft, que teve seu título em português como *Direitos das Mulheres e Injustiça dos Homens*. A autora denuncia os esquemas e o estado de inferioridade sofrido pelas mulheres de seu tempo. Nas palavras da autora,

se cada homem, em particular, fosse obrigado a declarar o que sente a respeito de nosso sexo, encontraríamos todos de acordo em dizer que nós somos próprias se não para procriar e nutrir nossos filhos na infância, reger uma casa, servir, obedecer e aprazer aos nossos amos, isto é, a eles homens... Entretanto, eu não posso considerar esse raciocínio senão como grandes palavras, expressões ridículas e empoladas, que é mais fácil dizer do que provar (FLORESTA, 1989, p. 35).

Na passagem da sociedade rural para urbana, alguns autores consideraram interpretações anglo-saxãs retraduzindo a figura de poder do homem patriarcal para o patrimonialista. Em ambas, a posição do homem branco é central para exercício de poder.

O patrimonialismo se caracteriza pela subordinação dos funcionários despossuídos ao senhor. A relação é semelhante à de escravidão, também assemelhada por Weber à devoção familiar. Foi a associação entre patrimonialismo e escravidão que levou Buarque de Holanda a aplicar o conceito com relação ao Brasil e a destacar a abolição da escravidão como um dos principais fatores explicativos do processo de mudança na sociedade brasileira. O autor também enumera que o ingresso em uma nova ordem urbana dilui a formação rural que lhe antecede. Holanda adota assim a postura de que o processo de diferenciação segundo o eixo urbano/rural explica a transformação do patriarcado (AGUIAR, 2000, p. 316).

Na obra *A mulher na Sociedade de Classes: Mito e Realidade*, escrita por Heleieth Saffioti (1976), a autora apresenta a arquitetura da sociedade brasileira a qual reproduz, na trajetória de suas transformações sócio-políticas e culturais, as lógicas de uma engrenagem que forçou a mulher - estendendo para os negros e índios aqui presentes-, a participar da economia produtiva de maneira periférica.

Do Brasil Colônia ao Imperial, jesuítas engajaram-se na edificação dos empreendimentos doutrinários, na construção de um programa disciplinar através faculdades, folhetos, concentrados na formação ideológica do país que incentivou a manutenção da hegemonia lançada por homens brancos presentes nas posições de poder. Ensino e acumulação de conhecimento já eram interpretados como recursos de ascensão, de atribuição de valor, de moeda de troca. E, por estas razões, faziam-se desnecessárias se canalizados para as mulheres do território brasileiro, pois a estas restavam o preparo para o casamento, o cuidado com os filhos e a dedicação a Deus, realizado em capelas e igrejas.

Segundo Saffioti (1976), se a pedagogia religiosa suprimia desde já o princípio da equidade mesmo para as mulheres brancas, às negras então sobrava-lhes menos ainda que a doutrina religiosa para o casamento e o ganho do reino dos céus; restava-lhes apenas a escuridão da ignorância, o esconderijo silencioso da perversão. Oração e temor a Deus eram os estritos espaços de atuação da mulher. Até o século XVII apenas duas

mulheres sabiam fazer uso da caneta para a escrita dos seus próprios nomes, ambas moravam do Estado de São Paulo.

Os conventos instalados no Brasil, o primeiro datado em 1678, forjado pelas Clarissas de Évora, no Estado da Bahia, e que depois foram se instalar respectivamente no Rio de Janeiro e São Paulo, garantiriam a reprodução da mentalidade doutrinária e tornariam intacta a arquitetura do sistema patriarcal brasileiro, reforçando a distância abissal que separava a mulher do sistema produtivo, da participação econômica de maneira ativa. As freiras neste período constituíam-se como reforços simbólicos da mulher religiosa concentrada no ritual da fé. Muitas delas compactuavam com o exercício de manutenção da ordem vigente forjada pelo senhoril.

O quadro do século XIX recebe novos tons com a chegada das mulheres francesas e portuguesas que passaram a partilhar saberes como a língua portuguesa, aritmética, corte e costura, entre outras. Parte significativa das habilidades e demais aprendizados eram realizados nas próprias residências das aprendizes. Inexistia interesse por parte do senhoril de conceder espaços de ensino para as mulheres, como ocorreu distintamente com os filhos dos homens brancos que ocupariam os espaços de seus pais através da reprodução do poder. A estes foram reservados os caminhos de aprendizagem, locais onde pudessem receber instruções de orientadores para a futura formação.

A independência do Brasil reajusta a estrutura da sociedade brasileira após iniciativas como a expulsão dos jesuítas e o reposicionamento do governo imperial encabeçando a administração no sentido mais amplo do termo. A Constituição de 1823, através do Projeto de Lei assinado pelos deputados Januário da Cunha Barbosa, Antônio Ferreira França e José Cardoso Ferreira de Melo, visava estender o ensino público às meninas, iniciativa que objetivou atender à necessidade de educar futuras mulheres brasileiras.

Contudo, neste mesmo período, o projeto de educação concedido às mulheres extrai do currículo o ensino da Aritmética, fato que demonstra a preservação da segregação entre os gêneros e o *déficit* reproduzido no princípio da equidade, que poderia colocar as disputas equitativas em determinados contextos. A Constituição de 1827 concede o ensino primário às meninas *pari passu* ao interesse patriarcal de mantê-las em condições subalternas, quando lhes são suprimidos os graus mais elevados de ensino, diferente do programa ideológico pensado para a educação dos futuros homens (SAFFIOTI, 1976).

E se as instituições públicas atuavam no sentido de assegurar as hierarquias, o reforço deste objetivo contava com a atuação dos integrantes que formavam as famílias brasileiras, esfera focada na proteção do patriarcado brasileiro. Na ocupação dos cargos públicos, embora abertos a todos, a inaptidão, ou mesmo a habilidade demandada para o preenchimento do cargo, que fora subtraída às mulheres, predeterminava os selecionados. Por outras palavras, as mulheres eram previamente excluídas dos cargos públicos por razão da ausência da concessão do aprendizado necessário para o preenchimento do cargo público.

Às mulheres era destinado o magistério, treinamento produzido pelas Escolas Normais com a finalidade de qualificar a mão-de-obra feminina. Todavia, focado ainda na escolarização tipicamente primária. Esta formação se complementaria às funções exercidas por elas no interior da base familiar, um ofício acrescido às tarefas domésticas. A complementação desta habilidade cumpriria o intuito de gerar funcionalidade social à mulher, algo que extrapolaria a fronteira das atividades executadas somente no interior dos lares.

A ambiguidade reside no fator de concessão das aprendizagens *pari passu* à restrição das convocações femininas na participação pública, nas vagas que demandavam habilidades partilhadas apenas entre os homens, restringindo-se ainda mais caso refletamos sobre a participação política, sobre a construção da nação. Todo o conjunto das ações que rechaçavam grupos femininos das searas públicas sustentava-se no discurso de preservação da família, ainda assistido no Brasil mais recente (SAFFIOTI, 1976).

No Brasil República, iniciativas lançadas pela Mackenzie College no final do século XIX, ensino secundário, somado à Escola Normal, foram vistas como tentativas preponderantes focadas na instrução das mulheres brasileiras. No entanto, foi somente nos anos de 1930, através do decreto de nº 19.890, que se pode afirmar que finalmente ocorreu a inserção das mulheres nos graus mais elevados da educação. Uma maré de entusiasmo espalhou-se por esta categoria social, forçando um tipo atualizado de reajuste do ensino secundário. Outra mudança significativa referiu-se à habilitação das mulheres para lecionar no ensino primário.

O sistema capitalista brasileiro anunciava a máxima da meritocracia, um tipo específico de economia política embasado na dissolução das disparidades nas disputas dos cargos públicos, sobrepujando apenas as competências individuais. O emprego ilusório do discurso capitalista apresentara sua insustentável face quando confrontada

com a realidade da demanda do mercado de trabalho endereçada ao público masculino. A abertura do mercado de trabalho lançada como sinônimo de progresso de antemão pintava o perverso quadro da absorção das mulheres realocadas aos subempregos.

No ano de 1970, o censo apresentou percentual ativo de mulheres orbitando em torno de 21,0%. Representavam 4,1% dos empregadores, 24,0% dos trabalhadores que não recebiam salários pelas atividades e, finalmente, 10,0% dos autônomos. A atuação da mulher entre as atividades primárias registrava um percentual de 9,7%, alcançando tal percentual numa margem de 24,7% na categoria dos sem remuneração e decrescendo para 6,5% quando se tomam as outras três conjuntamente (SAFFIOTI, 1981).

No setor industrial, as mulheres representavam o percentual de 12,2%, mantendo praticamente a mesma proporção caso equiparado aos trabalhadores com remuneração, que envolve empregados, autônomos, e empregadores, chegando a 24,7% dos não remunerados. Dos efetivos no setor terciário, a representação numérica chegava a 37,8%, com queda desta proporção para 23,5% na tabela dos não remunerados, elevando-se para 38,8% na totalidade contabilizada. A exposição dos percentuais numéricos indica um tipo de impulso na inserção das mulheres no mercado de trabalho, em setores díspares. Todavia, permanece tímida a participação ao cotejar com a massa de homens economicamente ativos, representando 36,0%, contra 13,0% das mulheres no total dos economicamente ativos (SAFFIOTI, 1981).

Este diagnóstico nos apresenta a trajetória da emancipação tardia das mulheres, que só puderam se inserir nas disputas por fatias de mercado através de sanções masculinas, agentes que viam nas mulheres a possibilidade de mais mão-de-obra, só que barata. A falácia da meritocracia capitalista apresentou a perspectiva da liberdade de atuação feminina *pari passu* ao estruturalismo e camadas de força que restringiam a ascensão pela não entrega da capacitação que demandavam as ocupações. Tratou-se, desde o primeiro momento, de uma liberdade regulada, uma pseudo-meritocracia que de antemão seleciona os vencedores, os que deveriam dominar as regras do jogo.

Depois da inserção da mulher no Mercado de Trabalho, as alterações na anatomia social, distribuição das tarefas econômicas, do caminho para a formalização das atividades, concomitantemente, houve o amplo interesse de estudiosos de todas as áreas, seja Economia, Saúde, Educação, Ciências Sociais, que se debruçaram, por intermédio dos múltiplos enfoques, sobre as relações entre as mulheres e profissões. O mapa dos exames sobre esta última relação, apresentado no que segue, localiza o presente trabalho pelo objetivo análogo, todavia sob os distintos prismas.

Cabe notar que, dentre as mais diversas facetas resultantes da relação entre moda e Patriarcado, tivemos a restrição sobre o uso das roupas que classificavam as mulheres entre as de família e as mulheres da vida⁴, a limitação sobre a inserção no mercado da moda, tida como uma das primeiras oportunidades vislumbradas por elas objetivando alcance da liberdade e emancipação financeira, sobre como a engrenagem da economia da moda e os arranjos de produção deveriam ser conduzidos. Salienta-se que, apesar de situada especificamente como território feminino, a análise sócio-histórica nos revela que foram os homens os responsáveis pelos meandros organizacionais, por consequência da ocupação prévia observada na tradição histórica, no acúmulo do poder e posições de privilégio determinantes para situar o jogo entre os gêneros. A visualização do *frame* distributivo coloca a exploração da mão-de-obra feminina como fator decisivo na ratificação da subalternidade mesmo quando os discursos ecoam no sentido de afirmar que o universo da moda é inerente às mulheres.

1.3. Mulheres Profissionais, Multidimensões e Homotetia⁵

A maioria dos trabalhos de fôlego no Brasil sobre profissões abordam prioritariamente as que estão respaldadas pelos títulos escolares, as formalizadas, como foi possível observar anteriormente. Esta constatação se finca quando encontramos centralmente pesquisas direcionadas à medicina, direito, engenharia, que, ao relacionarem-se com as carreiras políticas, amplificam seu poder, consolidam-se e protegem-se dos efeitos de transformações sociais que alteram as posições de prestígio. Na Sociologia das Profissões no Brasil, fatia significativa das pesquisas mais densas se concentra nestas carreiras, que, por sua vez, abarca em número majoritário os homens. No entanto, nota-se de maneira manifesta, principalmente entre os anos 2000, e com vivacidade, o interesse e o volume de pesquisas científicas voltadas à participação da mulher no Mercado de Trabalho e nas mais diversificadas áreas de atuação.

Apesar desta maioria se constituir de trabalhos científicos, *papers*, artigos, resenhas, isso não subtrai de forma alguma o valor do interesse dos pesquisadores, ou mesmo a qualidade do teor científico. Exames estatísticos, inserção da mulher no

⁴ Mulheres da Vida podem ser compreendidas com valor conotativo semelhante às prostitutas.

⁵ Homotetia é um termo do âmbito da Geometria que se refere às transformações ocorridas na redução ou amplitude das distâncias e também das áreas, mas unem-se através de ponto fixo.

mercado de trabalho, disparidade salarial, imersão das mulheres em ofícios onde priorizavam a mão-de-obra masculina, são apenas alguns dos exemplos dos mais encontrados nestas vastas áreas do saber.

Contudo, as investigações sobre participações femininas no mercado, ou mesmo fora, estão concentradas nos projetos estatísticos. Inclusive, muitos se pautam nos dados fornecidos pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) para a construção dos *papers*, como se constata nos casos de Ramos, Aguas e Furtado (2011), também em Scorzanave e Filho (2006). Em Economia Aplicada, Antropologia, Política e áreas afins, também encontramos números razoáveis desse tipo de trabalho.

Somente algumas investigações muito pontuais tratam, por exemplo, da Prostituição no Brasil, como é o caso de Rodrigues (2009), que concentra-se em como as políticas públicas voltadas à prostituição vêm sofrendo inflexões desde o final do século XX, deixando de ser um objeto exclusivo da intervenção policial e sanitária, através de projeto de lei de N. 98/2003, apresentado por Fernando Gabeira, e que envolve imersão das prostitutas na Classificação Brasileira de Ocupações (Rodrigues, 2009). Outros Estudos sobre as principais necessidades na área da saúde das prostitutas, no que tange à consulta da enfermagem ginecológica, também merecem lugar de destaque (PINHEIRO, 2008).

Um trabalho que se sublinha e que também se volta à prostituição é o desenvolvido por Franca (2017), na área de Antropologia, intitulado Práticas e Sentidos da Aprendizagem da Prostituição. Ele aborda a aprendizagem da prostituição, observando o processo de iniciação na atividade, o desenvolvimento das habilidades. Ele toma a abordagem desenvolvida por Jean Lave para compreender este tipo de prática tendo Belo Horizonte como campo de observação.

Quanto às domésticas, como no exemplo de Prendas Domésticas, um Estudo sobre Donas de Casa, Durand (1980) trata do papel da mulher no mercado, o desprezo pela vida fora de casa, inclusive notado pelos círculos das próprias mulheres. Já Gonçalves (2015) lançou um material, cujo título é Trabalho Doméstica: Uma Etnografia Indiscreta, desenvolvido na área da etnografia, que propunha o estranhamento do termo doméstica, apresentando os múltiplos significados que o termo carrega através dos processos históricos.

Souza e Domingues (2014) averiguaram o aumento da renda das mulheres que correspondeu à projeção vertical do custo dos serviços. Este foi desenvolvido no âmbito da economia aplicada e objetiva compreender fenômenos como a evolução dos salários,

as mudanças no mercado de trabalho, o crescimento econômico depois da regulamentação. Uma das interrogações que se salienta da relação entre mulheres e trabalho é: será mesmo que somente agora as mulheres começaram a colaborar com as atividades da organização social para o funcionamento das esferas da sociedade? Sugere que inicialmente temos que romper com um primeiro consenso que é considerar trabalho apenas àquelas atividades que geram remuneração.

De maneira indireta, a população feminina esteve sempre presente nas ações sociais, mesmo que ocupando posições como donas dos lares, costureiras, depois como pedagogas, enfermeiras, etc. Além disso, vale considerar que a restrição do conceito de trabalho ancora-se preponderantemente no aspecto da remuneração, no enquadramento da economicamente ativa ou inativa. Este fator possui uma carga histórica de preconceitos e, por isso, a relevância de colocá-lo em xeque, a fim de que ampliem as visões e rompam com as conotações pejorativas observadas na trajetória do senso comum (WOLFF, 2010).

O retrato que o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), no IPEA Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça, nos fornece é assolador quando comparamos taxas de desigualdade econômica entre homens e mulheres. Como se não bastasse, o *frame* torna-se ainda mais complicado quando as comparações abarcam as mulheres negras, que possuem níveis ainda mais baixos de renda. Esta mesma questão apresenta outra perspectiva quando polarizamos profissões femininas das masculinas. Muitas dessas são atreladas a uma imagem coletiva de que as mulheres possuem talentos de nascença, genéticos, ou uma pré-disposição, para atividades relacionadas à saúde, à educação, enquanto as demais, as consideradas racionalizadas, são fabricadas para a inserção do público masculino. Essa é uma das formas mais claras de triagem social por gênero. Obviamente, quase nunca se questiona o desempenho das atividades, como os dados são manipulados, ou mesmo que haja a construção de uma exaltação compartilhada entre ambos os sexos para favorecimento do gênero masculino.

A tarefa de doméstica e a relação direta com o mercado de trabalho são cruciais para a compreensão de como se alteraram os *frames* das jornadas femininas, as transformações econômicas, de preços e serviços, uma vez que a renda familiar cresceu-se. Vale frisar que uma das profissões mais custosas no que tange às mulheres concentra-se na seara política. Diversas são as energias canalizadas para a abertura de cotas na política para mulheres, de tentativas de inclusão feminina que se arrastam pela história. Obviamente, ter tido uma presidenta da República, Dilma Rousseff, quebrou

um paradigma importante na historiografia brasileira, inclusive em termos de possibilidade da ocupação em espaços de poder por mulheres, numa sociedade edificada sobre o Patriarcado, controlada por brancos engravatados.

A política certamente se constitui como uma esfera de relevo, pois é ponte de abertura para defesa de direitos, constituição de programas para ampliação de vagas no mercado de trabalho, construção de programas de incentivo para imersões nas áreas científicas, chamadas de discussão para compartilhamento dos problemas, avanços através de engajamento, dramas, entre outros, como é notado em pautas lançadas por grupos feministas e demais manifestações. Importa frisar que houve, de fato, avanços inquestionáveis no que tange às ocupações em determinados cargos pelas mulheres, uma realidade quase inconcebível há alguns anos: Engenheiras, Deputadas, Advogadas, Médicas, Motoristas, Arquitetas, Empreendedoras, Cientistas, são apenas alguns exemplos.

Através de levantamento de dados sobre as produções acadêmicas interessadas sobre o tema, é possível perceber que a disparidade salarial ainda constitui-se como tabu. Uma das principais justificativas desse horizonte é a associação imediata do baixo salário ao valor da mulher no mercado de trabalho, uma espécie de ausência do devido reconhecimento somada aos paradigmas forjados pela alva classe masculina.

Interessa trazer à luz um dado generalizado que refere-se à inserção das mulheres no Mercado de Trabalho como um fenômeno mundial que se alastrou a partir do século XX. Um trabalho publicado por Killingsworth e Heckman (1986) informa que a taxa da participação feminina na força de trabalho (TPFT) nos Estados Unidos passou de 60% para 71% entre a passagem dos anos de 1980 para 1995. Isso não diferiu em outras realidades, inclusive tornou-se manifesto no Brasil, distinguindo, obviamente, estes percentuais, mas igualando o progresso participativo. Scorzafave e Menezes-Filho (2001) afirmam, por exemplo, que a TPFT feminina brasileira passou de 41% para 54% entre os anos de 1982 e 1997.

Os resultados apresentados pelos autores são divulgados com bastante otimismo quando englobam participações e taxas expressivas das mulheres nas mais diversas searas da sociedade. Apesar das divergências, pois trata-se de um assunto de extrema delicadeza, terreno de áspera discussão, alguns consideram o engajamento participativo feminino de inserção como sendo rápido, especialmente a partir dos anos 90 no país.

A maioria dessas atividades se deu por iniciativa própria, por isso muitas delas se inseriram no comércio de mercadorias como cosméticos, alimentos, serviços,

também como funcionárias públicas, assumindo posições de professoras, enfermeiras, serventes, faxineiras, e ainda na administração pública vieram ocupando cargos de auxiliar administrativa, administradoras. No entanto, foi o setor de comércio que mais abarcou, gerou empregos e muitas delas, por essa via, foram responsáveis pelo oferecimento de emprego através dessas iniciativas.

Outro aspecto destacável sobre o tema diz respeito à feminização das profissões, mormente quando são colocadas em questão profissões que se tornaram foco de amplos grupos de mulheres que alteraram a configuração dessas ocupações, o típico caso do jornalismo, da carreira de modelo, da prostituição. No Jornalismo e no Direito os números de inserções são amplos. O quadro corresponde ao conjunto de transformações que vieram ocorrendo no modelo tradicional. No entanto, ainda é perene o que muitos autores vão chamar de teto de vidro. Ou seja, uma espécie de limite salarial para mulheres, uma barreira que atrapalha que cheguem ao topo da carreira (PISCITELLI, 2013).

Em raciocínio reverso e pautado em pesquisas como a de Piscitelli (2013), os tetos de vidro vão se rompendo gradativamente a partir de levantamentos de informações mais precisas, bastando identificar concretamente nas searas sociais antes de comprar um discurso de senso comum e paradigmático de que não houve participação feminina na construção social. Falo de casos de mulheres que vêm se consolidando no percurso da história, que vêm deixando seu nome nos contextos de atuação. Muitas são premiadas já tidas referências, assumindo posições de comando na hierarquia profissional.

Luzinete Simões Minella (2016) traz uma investigação acerca da trajetória das cinco cientistas pioneiras laureadas com o prêmio Nobel na Medicina e na Fisiologia, entre os períodos de 1947 e 1988. Tais mulheres, que nasceram entre os períodos de 1947 e 1988, são consideradas responsáveis pelo avanço da medicina através de tratamento de diversas doenças e distúrbios de origens genética e neurológica. Através de cotejamento das variáveis contidas nas autobiografias, aquisição das informações em palestras, solenidades de premiação, Minella mostra como o gênero e também a etnia se apresentaram como um tipo de interferência no processo de projeção, de ascensão e consolidação nos espaços de poder.

Outro estudo parte do interesse de Bonelli ao se debruçar sobre professores universitários na área jurídica. Suas variáveis de interesse envolviam classe, sexo, raça, orientação sexual. Identificou uma taxa de 40% do sexo feminino ocupando tais

espaços, o que correspondeu a uma alteração bastante significativa e o rompimento com paradigma e imaginário que se impõem sobre o homem branco de classe média. Ou seja, a construção dessa identidade profissional, segundo análise percentual, rompe de alguma forma com as visões arcaicas sobre os modelos de grupos ocupacionais. Trata-se de uma diluição ou esfacelamento dos arquétipos dos imaginários construídos que precedem as investigações empiricamente fundamentadas.

Em outro contexto ocupacional, mais precisamente no âmbito da Engenharia, Maria Rosa Lombardi apresenta um processo de imbricação que ocorre entre três eixos centrais para a construção da identidade profissional: perpassa as práticas de trabalho, o assédio moral e de gênero nesta construção. O assédio é elemento central para a compreensão desta identidade, sendo, na maior parte das vezes, naturalizado por propulsão de um preconceito profissional, para uma legitimação da figura do engenheiro de obra. A pesquisa centraliza os principais desafios enfrentados por mulheres no percurso geracional de atuação no interior da engenharia, em cargos de engenheiras residentes, coordenadores de obras, relativos às posições poder geralmente ocupadas por homens (LOMBARDI, 2014).

O setor público permanece com uma incógnita de feminização, uma vez que estudos apontam para esforços coletivos de supressão de desigualdades especialmente neste setor. Parte majoritária dos estudos sobre a atuação das mulheres no setor público ilumina a ideia de que há quase uma ausência de discrepância entre sexos na esfera pública nos cargos de direção.

Devemos extrair algumas lições dos resultados apresentados: a primeira delas refere-se à necessidade de questionamento dos conceitos e preconceitos compartilhados, tal como vimos com a categoria Trabalho, para que se possa eliminar os “fantasmas discriminatórios” que circulam em torno da mulher e sua relação com o Mercado de Trabalho. Isso porque afirmar que só recentemente as mulheres passaram a atuar em carreiras, ou que somente agora colaboram com o progresso social, é um pensamento extremamente circunscrito ao que se considera rendimento baseado na força de trabalho masculina.

A segunda tange também à restrição do horizonte de análise dedicada apenas à questão da remuneração. Não que este fator seja insignificante, pelo contrário, é uma variável que nos fornece matéria-prima de investigação de tipologia bastante abrangente. Contudo, sozinha não basta para que haja a devida compreensão da atuação feminina na atmosfera social na totalidade. O cotejamento, por esse caminho, pode se

constituir danoso para tal entendimento, até mesmo para o reconhecimento e valorização do engajamento feminino, e aqui reside a terceira noção. Assédio, ascensão, consolidação dos espaços de poder, engajamento de mulheres e lutas pela conquista de direitos são apenas alguns dos objetivos de análise.

No que se refere à disparidade salarial, a Organização Internacional do Trabalho (OIT)⁶ determinava o rompimento com a disparidade salarial através da Convenção n.100 da OIT de 1951, adotada na Segunda Guerra Mundial. A de n.111, adotada no ano de 1958, relativa à discriminação, emprego e profissão, está presente na de número 100, e amplia o combate às questões de distinção e preconceitos por gênero, impede que haja, de alguma forma, discriminações que atrapalhem o tratamento de igualdade e justiça social. Gradativamente, as convenções da OIT foram acrescentando princípios voltados à defesa do ser humano, independente do gênero, e estendia a proteção também às mulheres com o objetivo de sanar as lacunas marcadas na trajetória da economia produtiva.

No Brasil, embora um conjunto de iniciativas tenham sido forjadas por instituições internacionais, ou mesmo como assistimos as previstas pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), acordos internos e externos, nenhum mecanismo ainda hoje foi capaz de colocar ponto final nas disparidades do Mercado de Trabalho. Em alguns setores, as discrepâncias são brutais, basta acionar a área da construção civil e demais engenharias. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2014 apontou a disparidade orbitada em torno de 26% da diferença salarial dos homens.

Os dados de 2014 indicam que as mulheres executavam suas atividades remuneradas numa média de 37h por semana, enquanto os homens trabalhavam numa média de 42h. O rendimento/hora gerou R\$11,45 para os homens, e R\$ 9,71 para as mulheres. Contudo, alguns dados mostram que a remuneração das mulheres pode variar se cotejadas aos dos homens em determinados setores econômicos. O mesmo raciocínio pode ser estendido com as ocupações. Para melhor ilustrar, em 2013 as mulheres recebiam 78,8% da remuneração masculina no setor de serviços, 74,7% na administração pública e 81,8% no setor rural, 64,9% na indústria, 80,7% no comércio. Em 2015, as mulheres que trabalhavam nos setores administrativos recebiam em média 73% do salário daquelas que estavam presentes na mesma ocupação.

⁶ Fonte: Organização das Nações Unidas (ONU). Disponível: em <https://nacoesunidas.org/agencia/oit/>.

O ano de 2015 apresenta o percentual de trabalhadores orbitando em torno de 17%, se comparado a uma trabalhadora que exercia atividades no comércio. Todos estes dados exigem análises minuciosas, pois as discrepâncias alteram-se segundo conjunto de variáveis valorativas ancorada nas leis de mercado. Os dados do PNAD de 2013, indicam que as mulheres que não possuíam escolaridade, distanciavam-se dos salários dos homens em pelo menos 88%.

De contrapartida, constitui-se imprescindível analisar a trajetória, a participação, o engajamento político-ideológico, modos de inserção profissional, desafios enfrentados sob o eixo de si mesmas. Obviamente, a luta pela igualdade apenas justifica-se quando os fatos nos mostram como ainda o percurso para a dissolução das barreiras de disparidades de gênero ainda se mantêm longínquo. Por último, é necessário também, como outra face de uma mesma moeda, exaltar, evidenciar, investigar e trazer à luz as árduas conquistas de inúmeras mulheres que se tornaram historicamente indelévels.

1.3.1. Mulher no Mercado de Trabalho: Direito, Emancipação e Subalternidade

A Revolução Industrial tornou-se divisora de águas no que se refere ao Direito do Trabalho. É produto cultural do século XIX e das alterações econômico-sociais e políticas vivenciadas. Europa e Estados Unidos disseminaram ideais do que iria designar-se de trabalho livre. A formação do Direito do Trabalho ancora-se em fases distintas, divididas em formação, intensificação, consolidação e autonomia. A Primeira delas ocorreu nos anos de 1802, através da Lei de Peel, norma inglesa humanitária concentrada na proteção dos menores de idade. O objetivo era de dirimir a exploração, acidentes e demais violências que envolviam menores de idade (GRANIZO E ROTHVOSS, 2013).

A segunda etapa resulta da Manifestação Francesa que ocorreu no ano de 1848, e serviu de embasamento para a inauguração do Ministério do Trabalho. Fundamental aqui foi o objetivo de assegurar as conquistas, as normas trabalhistas, as relações de trabalho. A fase da Consolidação das Leis de Trabalho ocorreu especificamente nos anos de 1890 a 1919, a partir das discussões ocorridas na Conferência de Berlim, e a Encíclica Católica Rerum Novarum, realizada em 1891. O debate destes eventos envolvia principalmente o princípio da dignidade no âmbito do Direito do Trabalho (BARROS, 2013).

A etapa da autonomia do Direito do Trabalho está conjugada ao marco da inauguração da Organização Internacional do Trabalho, ano de 1919, a Constituição do México, em 1917, e a Constituição Alemã, ano de 1919. O Estado passou a protagonizar uma série de efeitos relativos a este direito que insere-se no âmbito social, de defesa dos interesses democráticos. A constituição mexicana forjou tais direitos ancorada no artigo 123 que previa a fixação da jornada diária de 8 horas; jornada máxima noturna de 7 horas; proibição do trabalho para menores de 12 anos; descanso semanal; limitação da jornada de trabalho para o jovem de 16 anos para uma carga de 6 horas; direito ao salário mínimo; igualdade salarial; proteção à maternidade; direito à sindicalização; combate aos acidentes de trabalho; direito à indenização de dispensa e seguros sociais direito à greve, conciliação a arbitragem de conflito (BARROS, 2013).

A Constituição Alemã da República de Weimar, ano de 1919, englobava direitos como: o de colaboração dos trabalhadores com os empregadores na fixação dos salários e demais condições de trabalho, bem como a representação dos trabalhadores na empresa; da liberdade de união e organização dos trabalhadores para a defesa e melhoria das condições de trabalho; a participação dos trabalhadores nas empresas; o direito a um sistema de seguros sociais. No ano de 1927, a Carta Del Lavoro inspirou a criação do sistema corporativista, repercutindo no Brasil, visando a prosperidade da economia (DELGADO, 2013).

O Tratado de Versalhes, ano de 1919, tratou-se de um acordo assinado pelas potências europeias para colocar um ponto final na Primeira Guerra e, assim, estabelecer a paz mundial. O tratado fortaleceu o debate sobre a Organização Internacional do Trabalho (OIT) objetivando traçar as diretrizes da legislação trabalhista e equilibrar as relações de trabalho. Estes estabelecimentos internacionais organizam as ações no interior das nações, ou, minimamente, cumprem a função de parâmetros para nortear os direitos numa dada civilização. Destas pautas internacionais surgiram regulamentos acerca do tempo-padrão do trabalho, como no caso das 48 horas semanais, ou 8 horas diárias, proteção à maternidade, combate ao desemprego, idade mínima de 14 anos para o processo de inicialização do trabalho em indústrias e a não permissão de trabalho noturno para mulheres menores de 18 anos. Contabilizam-se, entre os anos de 1919 e 1939, pelo menos 67 convenções e 66 recomendações foram adotadas para desenvolver as normas internacionais que homogeneizaram os direitos do trabalho, a defesa da dignidade da pessoa (BARROS, 2013).

A Organização das Nações Unidas (ONU) emerge no final da guerra também voltada ao estabelecimento da paz. Em consonância com a OIT, bons frutos foram colhidos no sentido de empregar a dignidade às atividades produtivas, ao combate dos abusos e exercícios de violência que podem surgir nos cotidianos produtivos. Configura-se praticamente impossível tratar o Direito do Trabalho sem associar aos Direitos Humanos. Elucidação clara permeia a Declaração Universal dos Direitos Humanos em que afirma:

Toda pessoa tem direito ao trabalho, à livre escolha de emprego, a condições justas e favoráveis de trabalho e à proteção contra o desemprego”. “Toda pessoa que trabalha tem direito a uma remuneração justa e satisfatória, que lhe assegure, assim como à sua família, uma existência compatível com a dignidade humana, e a que se acrescentarão, se necessário, outros meios de proteção social. Toda pessoa tem direito a organizar sindicatos e a neles ingressar para a proteção de seus interesses. (Declaração Universal dos Direitos Humanos, artigo 23º).

Os direitos relativos às mulheres no Brasil iniciam silenciosos, ausentes. A formação da família brasileira preestabeleceu que os homens deveriam garantir o sustento da família enquanto às mulheres cabiam apenas as atividades domésticas e o zelo aos filhos. A história prossegue com a tímida inserção das mulheres no mercado de trabalho com remunerações inferiores aos dos homens que executavam atividades iguais, ausente proteção legal referente à gravidez, dentre outros.

A conquista de direitos veio acompanhada por restrições, como a proibição do trabalho noturno, lugares insalubres e perigosos. Divisor de águas, a Constituição de 1988 expressa o interesse de dissipar as desigualdades verificadas em todos os âmbitos do Direito. E foi na produção têxtil que abriram-se os espaços do mercado de trabalho. No início do século XX, elas representavam 67,62% da mão-de-obra empregada. Apenas no Estado de São Paulo, ano de 1901, a mão-de-obra feminina equivalia ao percentual de 49,95%, crianças correspondiam ao percentual de 22,79%, resultando numa soma total de 72,74% neste setor. A responsabilidade nos lares se somava às atividades executadas durante as jornadas de trabalho (BRUSCHINI, 1990).

Estes fatos incentivaram a iniciativa feminista e o consequente levantamento das bandeiras de luta, reconhecimento dos direitos trabalhistas e demais proteções. Os princípios de Liberdade, Igualdade e Fraternidade, defendidos pela Revolução Francesa,

foram entendidos como subjetividades valorativas que deveriam se estender às mulheres. A filósofa existencialista, ativista política, Simone de Beauvoir, tornou-se uma influenciadora importante que orientou ideologias e práticas dos grupos feministas em todo o mundo, mormente quando se tratou do combate às estruturas centradas no patriarcado. Seu pensamento reorientou outras mentalidades ativas, despertou egos para a reivindicação política, defesa de direitos, protestos em searas públicas, o rompimento da família tradicional. Numa das greves mais efervescentes ocorridas em *New York*, 146 pessoas morreram queimadas pelo incêndio na fábrica *Triangle Shirtwaist Company*, em 25 de março de 1911. O dia consagrou-se como Dia Internacional da Mulher.

A participação feminina no Mercado de Trabalho, o comércio da sua força de produção, é inaugurada segundo princípios de permissão do grupo masculino, demanda do mercado e pressão resultante das alterações dos *frames* político-econômicos. As transformações econômicas ocorridas entre as passagens da economia agrícola para a industrial, da casa para a fábrica, do campo para a cidade, forçaram as mulheres a incorporarem direta e indiretamente posturas e papéis sociais recém-admitidos que reestruturariam os mais diversificados setores da sociedade. Um diagnóstico a salientar refere-se tanto ao acúmulo de atividades, identificado como a dupla jornada da mulher dividida entre as tarefas domésticas e as exigidas pelas empresas, quanto pelo ingresso no mercado de trabalho pelas portas dos subempregos (MILES, 1989).

Neste sentido, a mulher emerge sob a forma de instrumento de produção selecionado para fornecer bases multiplicadas de enriquecimento dos grandes industriários, da burguesia ascendente. A exploração da mão-de-obra feminina torna-se inteligível com os claros sintomas da precariedade do ambiente de trabalho, dos baixos salários mesmo com a contabilização das extensas jornadas, dos assédios sofridos. Uma coleção de abusos endereçados às mulheres, narrados por diversos autores, nos faz concluir que os principais interesses dos indivíduos que encabeçaram o sistema capitalista, que alicerçaram sua ideologia, eram os de impulsionar o lucro através do barateamento e abuso da mão-de-obra.

A mulher, por seu turno, sem grande leque de alternativas e possibilidades, vendia a força de trabalho, se submetia às subcondições proporcionadas pelas indústrias, gerando sérios desgastes físicos e mentais. Além de todos esses fatores mencionados, o quadro da exploração degrada-se ao acrescentar os castigos sofridos pelas mulheres presentes principalmente nas indústrias têxteis, citemos agressões como empurrões, puxões de braços, violências corporais que muitas vezes resultavam na quebra de alguns

dos membros, obstaculizando a rotina do conjunto das tarefas, gerando sérias consequências psicológicas (MILES,1989).

O período da Segunda Guerra Mundial marcou expressamente a mulher na força de produção, pois aos homens coube a convocação para servir na defesa de suas nações entre os campos de batalha. Conjuntamente às crianças, elas tiveram que se flexibilizar para novas adaptações as quais envolviam, nos períodos de guerra, a apropriação praticamente inevitável da posição de comando nos lares. Tornavam-se as principais provedoras dos seus filhos. Inevitavelmente todos, de forma indistinta, foram atingidos pela engrenagem do emergente sistema capitalista que colocava a massa de trabalhadores em um tipo específico de servidão. No entanto, sublinha-se aqui as mulheres pela novidade da inserção nos ambientes de trabalho, incorporação dos papéis, alterações abruptas que demandaram determinados sacrifícios e desenvolvimento de novas competências.

Séries intermináveis de lutas por diversos direitos, rupturas com as injustiças empregadas pela estrutura machista, e novos desafios e também batalhas pelo reconhecimento foram sendo travadas ao longo da trajetória da história das mulheres. A igualdade de direitos foi, e ainda se compreende, como uma das bandeiras centrais de luta por ser acusada como a principal fonte dos desníveis presentes na hierarquia social que privilegia a camada masculina, consagrada como superior através dos discursos inculcados por meios difusos, reproduzidos por forças sociais estrategicamente comungadas.

No Brasil, o processo de industrialização emerge com a indústria de tecidos de algodão produzidos na Bahia. A disseminação do arsenal produtivo aos poucos percorreu o território do Sudeste Brasileiro. Nos anos de 1920, São Paulo já havia se transformado no maior produtor de tecido do país ao superar as margens de produção carioca. Na Europa já se presenciavam mulheres exercendo funções numa multiplicidade de produções, citemos a de velas, fósforos, cigarros, cerveja, fumo, dentre outras que exigiam trabalhos manuais ausentes nas atividades que centralizavam a força bruta, ilustremos a área da construção civil. Caso houvesse a possibilidade da inserção dos grupos femininos neste setor, nas divisões das tarefas, as mulheres certamente ocupariam funções que exigiriam ações mais delicadas, pode-se considerar desta forma. Inclusive, permite-se dizer que esta imagem da mulher delicada ainda persiste na sociedade contemporânea como registro atemporal do machismo

reproduzido principalmente nas esferas dos trabalhos (RAGO, 2004; OLIVEIRA, 2004).

Entre 1970 e 1990, a taxa de participação das mulheres no Mercado de Trabalho cresceu exponencialmente. Todavia, o crescimento percentual apontado não significou melhoria das condições de trabalho, qualidade nos materiais de manuseio, ampliação dos direitos, segurança no exercício das atividades, menos ainda correspondeu ao aumento dos salários, como nos diz Rago (1997).

Os obstáculos edificados e reproduzidos pela estrutura social centrada na figura do macho como a força econômico-produtiva, desde a construção do ideal de sociedade, tiveram por função excluir as mulheres do mercado de trabalho, ou, pelo menos, das ocupações privilegiadas. As bases sólidas do patriarcado brasileiro fixaram marcas indelévels na trajetória de lutas dos grupos femininos que aqui residiram. O esforço para a desnaturalização de tal configuração exigiu que elas triplicassem o exercício de força na tentativa de rompimento com a estrutura e, assim, partissem para a conquista da plena igualdade de direitos e melhorias nos mais diversos setores.

O século XX apresenta mudanças substanciais derivadas de reflexões que puseram em xeque o lugar das mulheres no estilo da sociedade recém-inaugurada, sobre as lacunas observadas na sócio-história da democracia brasileira. A inversão do prisma nos mostra que apesar de todo o processo de discriminação e a multiplicidade de violência sofrida pelas mulheres, de todo o acúmulo de lutas, todo o percurso tornou-se fundamental quando colocada no epicentro a emancipação da mulher. A trajetória de lutas e o engajamento político foram centrais no sentido da conjugação de experiências para o debate público, para o legado registrado, repassado para as gerações forjadas em cada transformação sócio-histórica.

A emancipação da mulher, proporcionada depois da abertura das portas do mercado de trabalho, serviu como alicerce para a conquista de outros espaços: sindicatos, conselhos, partidos. Estas modalidades sociais que acolheram as mulheres criaram espaços de participação na sociedade civil, fortaleceram as posições no jogo democrático, mesmo que o ideal de equidade ainda não tenha se concretizado. Salienta-se a função estatal justificada pelo suporte concedido às minorias, ou, no mínimo, por servir de palco para os debates presentes no âmago da sociedade civil.

O arquétipo de sociedade civil organizada, local de embate de ideias, jamais havia cedido lugar de fala, de voz às mulheres e demais minorias que ocuparam o território brasileiro. Apenas mais recentemente, destaco o marco da constituição de

1988, pois aqui se formulou pela primeira vez a declaração dos direitos iguais entre homens e mulheres em todos os aspectos legais, presente no Artigo 5 da Constituição, Título II, que se começou a consolidar o direito de participação das mulheres em todos os setores da sociedade civil.

O processo deliberativo é preponderante para todos os grupos sociais, fértil para a conquista de direitos, alcance de objetivos coletivos, reivindicação. Estar presente nos debates que delineiam a sociedade é imprescindível para formação de uma nação mais justa. De acordo com Touraine (1996), o processo democrático e toda a sua junção deve seguir a lógica de rompimento do prestígio de minorias. Ou seja, deve ampliar o campo para maior liberdade ao maior número de pessoas, protegendo e reconhecendo a maior diversidade possível.

Não trata-se aqui de maior participação no que tange ao quantitativo, mas do qualitativo, da efetividade mormente na elaboração das defesas de causas, de direitos diversificados na tentativa de suprir as necessidades das demandas de cada grupo. Mesmo com toda a formação da mentalidade de participação democrática efetiva, do engajamento político lançado por iniciativas pluralizadas, nega-se que haja nos dias atuais a eliminação das barreiras que impediram a eliminação total das desigualdades. É irrefutável a questão dos avanços emancipatórios; inquestionável também é seu avesso. Ou seja, o caminho para a dissipação total das disparidades que colocam o homem no centro mais privilegiado da engrenagem da economia produtiva (ANTUNES, 1999).

Tal fato nos mostra que nem mesmo o Estado Democrático de Direito, no bojo das suas conquistas, ainda hoje foi capaz de suprimir as deficiências no âmbito dos direitos igualitários. Sublinho, mais uma vez, a questão salarial como variável que baliza a disparidade. No ano de 2018, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁷ apresentou que as mulheres representavam o percentual de 45,3% da força de trabalho, com recebimentos orbitando em torno de 79,5% do total do salário pago ao homem, possuindo jornada semanal de trabalho menor em 4,8 horas, sem contabilizar as atividades domésticas e todas as execuções extras.

Neste mesmo ano, a média total dos rendimentos da totalidade de mulheres incluídas na pesquisa, presentes na faixa etária entre 25 e 49 anos, eram em torno de R\$ 2.050, enquanto os rendimentos masculinos chegavam a R\$ 2.579, tratando-se da

⁷ Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Dados de 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>.

mesma faixa etária. O valor médio da hora trabalhada correspondia a R\$ 13,0 para as mulheres, e 91,5% da hora trabalhada para os homens, que aproximava-se a R\$ 14,2 (IBGE, 2018).

Salienta-se o aumento da participação do trabalho feminino, principalmente entre a População Economicamente Ativa, em contraposição com a qualidade destes trabalhos, as precárias condições. É possível identificar que há entre os empregos mulheres ocupando cargos de chefia, mas com um percentual ínfimo se comparado à margem dos homens nestes mesmos espaços. O perfil destas trabalhadoras refere-se ao fato de possuírem mais idade, serem casadas e mães, voltadas, ao mesmo tempo, para o trabalho e para a família. Perfil que nos mostra o acúmulo das atividades econômicas, produtivas, somadas aos desafios das responsabilidades perenes observadas na tradição da família. Por isso a denúncia da sobrecarga das atividades, principalmente quando se trata de mães que possuem crianças.

Caso tracemos uma espécie de mapa da discriminação no Mercado de trabalho, ancorado nas variáveis entre formação, inserção e definição salarial, verificaremos que enquanto os homens sofrem nas duas primeiras etapas, as mulheres sofrem mais na última destas. Mostram que as mulheres brancas são tão bem ou mais qualificadas que os homens brancos em setores relativos às indústrias. No entanto, quando se coloca em xeque a questão salarial, a apresentação dos contracheques, o delas possuem números baixos, em torno de 35% (IBGE, 2018).

Obviamente, o engajamento das mulheres para superar a estrutura econômica centrada no homem branco vem de formas dissonantes. Uma das que mais se destacam é a qualificação, a acumulação de atributos, múltiplas habilidades e aprendizados. O que se necessita ainda é a abertura dos postos de poder às mulheres, o rompimento com cargas de preconceito e iniciativas diversificadas por parte da comunidade feminina. É comumente partilhada entre agentes sociais a alegação da fragilidade feminina para ocupar determinados postos, ou mesmo que são ausentes de qualidade para lidar com mecanismos tecnológicos, uma dinâmica da demanda de trabalho que *a priori* traça perfis excludentes, que salienta questões que antecedem a qualidade da execução antes mesmo de testá-la.

Como foi mencionando anteriormente, se, por um lado, as mulheres brancas de antemão são rechaçadas dos jogos de disputas econômico-produtivas, tais taxas se acentuam fortemente quando os holofotes se voltam para a mulher negra. O olhar sobre a mulher negra que põe sob o braço o currículo para entregar nas empresas é

denunciado frequentemente pela mídia, é percentual de pesquisa científica. A dificuldade intensifica-se conforme avance a faixa etária: quanto mais idade, menos a chance de ingresso. De acordo com Pinto (2003), parte majoritária das mulheres negras nem mesmo conseguem se aposentar ou recebem pensão para sobreviver.

Da população negra, aproximadamente metade é composta de mulheres. Elas somam mais de 41 milhões de pessoas, o que representa 23,4% do total da população brasileira. [...]. As discriminações de gênero e raça não são fenômenos mutuamente anulatórios. Ao contrário, são fenômenos que interagem, sendo a discriminação racial frequentemente marcada pelo gênero, o que significa, portanto, que as mulheres tendem a experimentar discriminações e outros abusos de Direitos Humanos de forma diferente dos homens (PINTO, 2003).

1.3.2. Mulheres, Sindicalismo e Engajamento Político

As múltiplas insatisfações das mulheres ressoaram em forma de protestos de todos os níveis nos epicentros urbanos, no meando do processo da redemocratização brasileira. Ressalto a passagem dos anos de 1970 e 1990 para salientar também os vários movimentos forjados no bojo das mentalidades, nos espaços de organização e expressos em locais públicos. O Ato Internacional da Mulher do ano de 1975 correspondeu à forte eclosão das demandas e *insights* combatentes, aos atos de denúncias sobre violências psicológicas, lesões nos ambientes de trabalho, assédios acumulados, disparidade salarial entre os gêneros (CAPPELLIN, 1994).

Em 1985, um documento redigido para o IV Congresso Nacional dos Trabalhadores Rurais apresentava apoio das mulheres rurais propondo a sindicalização feminina. Os anos de 1980 passam, dessa forma, a se constituir como momento histórico de convergência política entre as mulheres urbanas e rurais. A diluição das disparidades ideológicas entre estes dois grupos femininos é observada na bandeira denominada de Grupos de Mulheres Trabalhadoras.

Expressão que abarcou as múltiplas conotações do que é ser mulher no Brasil na soma de todos os papéis assumidos. Parte majoritária destes encontros ocorrem em datas importantes, como a 8 de março, onde se ressaltam os caminhos de luta das mulheres. Tais encontros promovem, acima de tudo, a reflexão sob o prisma da trajetória política, das biografias retratadas e como devem se constituir as ações de

combate para transformar os contextos que carregam a marca da insatisfação sob o lema da disparidade salarial, dentre outras (CAPPELLIN,1994).

O sindicalismo no Brasil é marcado por dissonâncias e também convergências derivadas das causas e batalhas para aquisição de direitos. A maioria dessas mulheres que formavam as frentes de luta e engajamento, resultavam de uma soma de brasileiras e também imigrantes presentes nos distintos setores das indústrias brasileiras. Organizavam-se distinguindo, nomeando pessoas em cada espaço de poder, identificando as funções, edificando e planejando o processo de difusão do conteúdo ideológico.

No ano de 1917, a Revolução Russa influencia o movimento sindical sob a base do anarquismo, e em 1922 é fundado no país o Partido Comunista do Brasil (PCB). O lema da Reforma e Revolução do PCB vai influenciar a inauguração dos sindicatos autônomos. A participação feminina até início do século XIX não era bem vista, apesar de todo o discurso acerca da dissipação das desigualdades. Nos anos de 1930, o cenário brasileiro é preenchido com os impasses políticos, a desvalorização do café, a necessidade gritante de investimento em importação e área industrial. A partir disso, os sindicatos tornam-se extensões do Estado, principalmente no sentido de caminhar para atenuar os impasses sociais, de manutenção do apaziguamento e atender interesses (SARDENBERG; REIS; FERREIRA; BONFIM, 2000).

A regulação das atividades é orquestrada pelas contribuições e impostos concedidos para manter a organização infra e supra-estruturalmente. Sindicatos mais combativos, forte presença ideológica do PCB, participação política intensiva, ratificação da Consolidação das Leis Trabalhistas, conquista do voto feminino, criação das Leis Camponesas, inauguração do Partido Trabalhista Brasileiro, constituem-se como apenas como alguns dos fatos históricos acumulados entre os anos de 1930 e 1950.

A década que se prosseguiu trouxe como marcas a abertura para instalação das multinacionais, a economia internacional, também demissões em massa, greves que desafiaram a Ditadura Militar, como ocorreu nos casos da greve de Osasco e Contagem, as quais tiveram o apoio dos Sindicatos. Embora não relatadas em documentos, muitas dessas greves já eram lideradas por mulheres. A partir das reivindicações, fizeram surgir os primeiros Centros de Mulheres que envolviam a Luta pelas Creches, Movimento Nacional contra a Carestia e o Movimento Brasileiro pela Anistia, todos pertencentes às passagens dos anos de 1960 para 1970 (DEL PRIORE, 2004).

Os anos desinentes marcam a deflagração de um conjunto de greves forjado pelas mais diversas categorias. Dentre as lideranças sindicais mais fortes, destaca-se a do ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva, responsável por fazer emergir um tipo novo de sindicalismo, que, conjugado com a igreja católica, movimentos populares, formaram o Partido dos Trabalhadores (PT), no ano de 1980. Três anos mais tarde, o mesmo grupo fez surgir a Central Única dos Trabalhadores (CUT).

Todos estes movimentos, pluralidade social, embates ideológicos, resultaram das insatisfações acumuladas no decorrer da sócio-história brasileira. Conjugadas, tiveram um papel fundamental para a edificação da Constituição Federal de 1988. O modelo do sindicalismo brasileiro, apesar de excelente em defesa do trabalhador, de influenciador importante para defender o social, permaneceu intacta a predominância da liderança masculina, semelhante ao que se observa na seara política de maneira geral (CAPPELLIN, 1994).

Os sindicatos femininos emergem de conotações religiosas, pouco saliente é o sentido político. Ausentavam-se questões tangentes à organização de classe, defesa de causa, engajamentos políticos. A transformação conotativa toma forma após a Proclamação da República, segundo crescimento progressivo e implantação das indústrias têxteis no Brasil. A mentalidade política e reivindicatória decorre das insatisfações e injustiças provocadas pelas empresas. Exemplo disso ocorreu no ano de 1895 quando cinco fábricas têxteis são paralisadas por três dias em protesto ao sistema de pagamento. Diversas greves no período republicano foram desencadeadas a partir do ideário proclamado por imigrantes fervorosos que levantavam as bandeiras comunistas e anarquistas. As greves no setor têxtil colocaram os holofotes sobre as lideranças femininas, acusadas pelos homens sindicalistas de manifestarem-se de maneira desorganizada. As prerrogativas inculcadas derivavam de preconceitos machistas quanto aos atos do sindicalismo feminino (SARDENBERG; REIS; FERREIRA; BONFIM, 2000).

Em 1917, uma das pautas que mereceu reunião, que fora convocada pela União dos Operários em Fábricas de Tecidos do Rio de Janeiro, referiu-se à desvalorização do trabalho feminino, que implicava a substituição de tecelões por mulheres. Inserção da mulher no Mercado de Trabalho com enfoque na indústria têxtil repercutiu duplamente como um tipo de ameaça e também afronta aos maridos.

De toda e qualquer forma afetou a estrutura social em todos os ambientes, demandou-se o reajuste para adaptação, um tipo de reeducação, mudança de hábitos e

formatos de díspares de interação. O retrato da insatisfação masculina refletiu-se na correspondência escrita por homens e enviada a Getúlio Vargas, no ano de 1931, apontando o excesso de mulheres no ramo da indústria têxtil. Para os grupos femininos, o resultado do grande contingente de mulheres neste setor ocasionaria desemprego para os homens, justificando a insatisfação masculina (SARDENBERG; REIS; FERREIRA; BONFIM, 2000).

Apesar da declaração da defesa da mulher claramente exposta, com o Estado Novo, outra vez a reflexão sobre os papéis dos membros da família brasileira colocou a mulher como elemento restrito ao universo doméstico. De outro modo, o capitalismo estava sendo acusado de diluir os valores da família. E foi por intermédio da União dos Trabalhadores Têxteis que as demandas masculinas eclodiram frente aos sintomas de avanços femininos na economia produtiva. Por outro lado, o mesmo movimento montou o Departamento Feminino voltado ao ensino de cuidados de crianças e de como cozinhar, subtraindo o foco da participação das mulheres em seus negócios.

A indústria têxtil e a produção da moda são tidas *lócus* paradoxal de atuação da mulher sua relação com a profissão. Por intermédio da indústria da moda, elas passaram a integrar a economia produtiva no setor industrial, gerando fissura na estruturação sócio-econômica marcada pelo arbítrio masculino, que se traduziu em conquista, emancipação. Concomitantemente, foi na indústria da moda também que sua mão-de-obra foi barateada, que sofreram violências físico-simbólicas. Aqui também foi palco de lutas e de criação de esquemas para um mundo muito próprio. Apesar de toda a carga de influência direta da figura do homem na indústria da moda, ela é praticamente o espírito inerente ao *corpus* feminino. Se o Direito, a Medicina e Engenharia, a Arquitetura, as Ciências Exatas, se constituíram no imaginário popular, por força ideológica masculina, como profissões de homem; a moda no seu ecossistema, imaginário popular, tema circular, é um tipo de propriedade simbólico-estrutural feminina.

CAPÍTULO II

HOLOCENOSE DA MODA: INTERDEPENDÊNCIA, LÓGICA DE FUNCIONAMENTO E PRÁTICAS DE SEUS AGENTES

O presente capítulo ilumina a lógica de funcionamento da moda permitida pelo embasamento constitucional que proporcionou sua realização na sociedade, pelas categorizações resultantes de reflexões expressas por pensadores localizados nas diversas vertentes de pesquisa. Objetiva apresentar um tipo de Holocenose da moda, o seu ecossistema singular compreendido na teia das interrelações da relação do corpo com a roupa, os símbolos de poder, representação de *status*, demarcação de fronteiras de gênero e classe. A moda esclarece, acima de tudo, o trato temporal, o contexto sócio-histórico. Na proposta das interrelações, dedica-se ao tratamento do processo de participação feminina na indústria da moda, a atuação da mulher nesta economia, os formatos de exploração e violência sofridos, revela os mecanismos da influência dos homens sobre esta economia entendida como organismo social para mulheres. Estes microorganismos são constituídos como fatores bióticos⁸ interdependentes que fornecem elementos para o entendimento do sistema da moda e como refletem diretamente nas práticas das modelos.

Análogo ao que Elias (2001) trata da interdependência dos indivíduos em sociedade ao examinar a Sociedade de Corte, na moda os indivíduos também constroem universos ancorados na filosofia e na justificativa de suas ações para compor o todo. Ou seja, o mundo da moda só permitiu-se real segundo sua Holocenose. Outrossim, antes cabe-nos abordar alguns raciocínios e significados circulares sobre o fenômeno à luz dos mais distintos fatores e conexões.

A abordagem do mundo da moda demanda que sejam desveladas algumas noções que circulam no universo. A reflexão acerca da moda exige certo estranhamento justificado pela impregnação das forças de conceito, preconceitos, principalmente aquelas que analisam o fenômeno à luz da ubiquidade, talento de estar em toda a parte, ou pelo prisma da desnecessidade, alusão a tudo que remete ao frívolo do mundo social.

⁸ Fatores bióticos são entendidos como tipo de efeitos causados pelos organismos em um ecossistema, que condicionam as populações que o formam.

Parte significativa destes entendimentos naturalizam-se nos espaços sociais através dos meios de comunicação, instrumentos com poder de introjetar, tanto manifesta como de maneira latente, a cultura dominante; agem como instrumentos de coerção subliminar de gostos. Daí resulta a relevância da desnaturalização das forças dos preconceitos sedimentados, para que passem a ganhar novas lentes e espaços de análise à luz de grupos de pensadores presentes nas mais diversas áreas, tais como na Sociologia, Filosofia, Economia, entre outras.

Como objeto de estudo, cabe afirmar que a moda é adversa à inércia. Isso porque abarca essencialmente a característica efêmera, também a efervescência, a qualidade de cíclica, o sentido pluralizado, multidisciplinar. Por esta última via, alguns analisam o fenômeno à luz do método relacional, assim como fizeram Wittgenstein (1968), Cassirer (1971), Elias (1984), Bourdieu (1992), Lewin (1963), que buscaram, grosso modo, entender as relações ocorridas entre os elementos próprios do universo, da configuração da sua engrenagem.

Dentre as principais visões que orbitam em torno da moda, nos cabe lançar *a priori* as perspectivas mais críticas. Hans-Georg Gadamer (1994) apresenta sua rejeição à utilização do termo quando afirma que soa terrivelmente mal ao unir à práxis da ciência. Ou seja, rechaça a moda e não concorda em legitimá-la como objeto de análise científica. Por outro lado, para Parmênides, hierarquizar objetos para realização analítica sempre foi um dos principais erros cometidos pelos cientistas e filósofos, pois deixam de observar seus objetos na sua completude, de compreender o todo, gerando certo desfalque.

Simmel (2008) é considerado exceção daqueles pensadores que pretenderam rejeitar objetos científicos, por isso não dispensou raciocinar também sobre o fenômeno da moda. Entre suas reflexões, o autor analisou o percurso da moda como elemento fruto da Era Industrial, do contexto citadino. A cidade aqui se posiciona como espaço por excelência da alta e crescente circulação de indivíduos. Observou o zelo dos agentes sociais com a aparência nestes círculos sociais, e também destacou novamente a cidade como destino de consumo aos que buscavam o vestuário comercial, as possibilidades de estilo, a necessidade de se parecer e aparecer.

Destaco uma das concepções de Lipovetsky (1989) ao concluir que a ação subliminar da moda é a de despertar necessidades e anseios por objetos produzidos para determinadas classes. A moda vem para suscitar desejos pela aquisição de objetos, de satisfazer necessidades inculcadas pelos grandes produtores de consumo. Cabe salientar

ainda que o consumo cíclico ancorado em razões bastante psicológicas é tido como uma das principais substâncias para a perpetuação das necessidades, para a criação de novas demandas desses desejos.

A moda apresenta as faces do poder contemporâneo que rechaça e subtrai os costumes e usos do passado. O que não está na moda é o arcaico, o não progresso, a ausência de desenvolvimento:

Cette phrase: Ce qui n'est pas à la mode, renferme dans sa courte contexture le catalogue complet des gloires déchues ; elle enserme dans sept petits mots l'histoire des mérites méconnus, et des sots reconnus ; des femmes passées et des beaux en perruque ; elle met sur la même ligne les banquiers économes, les juges inamovibles, les deux cent vingt-un, les voitures jaunes, les héros de juillet et les chiens anglais (BALZAC, 1830).

Ela refere-se à representação de movimentos sociais. É um costume elaborado artificialmente reproduzido pela coletividade. Vê-se isso claramente na moda feminina (Barthes, 1957). Há uma vasta retradução da moda através da inspiração na arte, no modernismo por intermédio das imaginações que raciocinam criativamente o futuro. Arte é alteração do meio natural e nosso corpo, como vemos na moda, na estética através de seus principais cânones. Dessa simbiose, afirma Bastide (1972, p.200), que “se numa certa medida a arte é produto da sociedade, numa larga medida a sociedade também se modela sobre a arte”.

Lucien Febvre (1926) já anunciava que a maioria dos tratamentos relativos à moda estava atrelada a questões tangentes a roupa e a sensibilidade. A sugestão para o aprofundamento do estudo seria trazer à luz análises do tipo marxista, abordando eixos sócio-históricos e econômicos. Outro entendimento que se destaca é o lançado por Thorstein Veblen (2003), mormente no conceito específico de Consumo Conspícuo, para se referir à habilidade do consumo relacionado à moda, no sentido da demonstração do próprio *status* social, da demanda pela inovação dos objetos de corpo, sendo o consumo desenfreado o elemento que distinguiria as classes detentoras de capital daquelas que não acompanhariam o ritmo consumista.

O autor Pierre Bourdieu (2002) colabora para a construção destas ideias ao tratar em sentido estrito do Campo de Alta Costura na França. Neste local, se atentou para a desigualdade da distribuição na estrutura dos segmentos empresariais, organizacionais, para a luta de classes travada entre antigos costureiros que possuíam valores e visões

ortodoxas confrontando os novos costureiros, os mergulhados nos fluxos contemporâneos de mercado.

Outra importante contribuição é a da autora Gilda de Mello e Souza (1996). Ela toma século XIX para compreensão por entender a moda como fenômeno urbano, exclusivo da sociedade ocidental por longo período de tempo, dependente de uma aprovação social generalizada, indissociável do desejo da competição social. A observação dela perpassa as disputas para abarcar onde elas ocorrem entre a efervescência social, nos passeios de locais públicos. Atenta-se para os novos espaços de sociabilidade burguesa (teatro, festas, grandes óperas), para a produção em série das vestimentas, e sublinha o valor da moda para compreender os jogos nada impiedosos das interações sociais.

Das relações que ocorrem entre humanos e objetos em termos de universo da moda e suas dimensões, como no caso da roupa, podemos registrar que “*clothing as a form of material culture is especially suitable for studying the relationship between personal values and values attributed to material goods because of its close association with perceptions of the self*” (Crane e Bovone, 2006, p.321). Baseado nesta mesma relação, permite-se definir que “o desejo de se vestir com elegância transcende as fronteiras históricas, culturais e geográficas e, embora forma e conteúdo possam variar, a motivação permanece a mesma: o adorno do corpo humano como uma expressão de identidade” (FOGG, 2013, p.8).

A partir dessas perspectivas, podemos tirar algumas conclusões. Antes de tudo, a de que a moda resulta de um conjunto complexo de prismas que orientam a composição conceitual. Varia segundo discursos, valores simbólicos, artísticos, circuitos de cultura, distinção de classe, distinção de classe, cultura do consumo. É necessário salientar que a construção das categorias analíticas baseia-se nas análises empregadas pelos grupos de autores a partir dos estudos no universo científico, pelo contexto social experimentado. Destes, vale mesmo o conjunto das interrogações implementadas acerca deste fenômeno.

Dentre as marcas mais proeminentes do universo da moda estão a dissonância da composição dos objetos com intentos harmônicos, a autonegação como reflexo da exigência pela inovação, o devir, as criações inspiradas tanto nos elementos prováveis quanto nos absurdos. Além de inspirações nos devaneios, na arquitetura, no conjunto de obras artísticas que marcaram essencialmente sua história.

Encontra-se por trás da engrenagem da moda projetos bem definidos, alinhados, confluentes, norteados pelas demandas do público. Os gostos dos seus clientes são um tipo de radar para sua montagem. Dessa forma, o campo da moda define-se pela dinâmica que abarca plurais necessidades desdobradas em ideias, em valores, juízos, expectativas. Dependem não apenas de grupos, mas, sobretudo, de perspectivas individualizadas sobre as ideias, os valores, as expectativas e os sentidos na relação estabelecida entre o indivíduo e o objeto. É preciso aqui sublinhar as tensões entre estes gostos, valores e juízos, e demais disputas, como bem define Bergamo (1998).

Após estas características, nos importa a compreensão de como a moda começa a dar seus primeiros passos no Brasil e suas relações com as tendências mundiais, para então compreender sua lógica própria, suas relações, historiografia, formatos de estruturação e sistematização.

2.1. Do Vestuário à Moda: Entrecruzamento Histórico, Hibridização Cultural e Influências Transversais

A moda é termômetro temporal, uma representante da emancipação feminina no processo de liberdade financeira a partir da abertura observada no sistema capitalista para sua imersão no mercado de trabalho. Ela é denunciada também como o caminho da liberdade vigiada e controlada pelos grandes industriários nas fábricas têxteis. É manifestação dos desejos, demarcação territorial nos espaços públicos e privados, de gênero e classe. Foram as relações sociais, as interações humanas que geraram a multiplicidade de significados que encarnaram nos processos sócio-históricos. Embora demarcador temporal, a moda muitas vezes transcende a organização definitiva e pré-estabelecida. A roupa, ou a necessidade da moda, eclode e se dissemina como uma necessidade conjugada a outras compreendidas como básicas, como a alimentação e a moradia. Ela emerge *a priori* objetivando proteger a pele, distinguir tribos, e, depois, toma novas funções relacionadas ao ser, às subjetividades humanas, à expressão, ao labor, à arte.

Assírios, egípcios, gregos e romanos possuíam trajes dependentes do método simples de drapejar e enrolar tecidos que envolviam o corpo. “O processo de tecelagem foi inicialmente um método de tufagem, e com essa técnica aplicada às bordas de um

tecido criou-se um traje tipo xale, inicialmente usados por assírios dos dois sexos” (Fogg, 2013). O *schenti*, ou *chanti*, por exemplo, demarca o período que antecede 1 500 a.C., o antigo império, como uma peça de pano antiga utilizada em torno da cintura semelhante a um cinto. A túnica semitransparente, longa e franjada, identificada como *kalasiris*, passou a fazer parte do vestuário da humanidade do Novo Império.



Figura 1. Demonstração da *chanti* vestida em egípcio.
Fonte: História da Arte 101.

Para as mulheres, o *kalasiris* tinha como proposta de uso a colocação abaixo dos seios e fixação com calças de ombro. Estas informações ilustram e também nos indicam como cada peça que compunha as vestes possuem propósitos distintos que atendem às demandas sociais de cada época, edificação de tendências, antes mesmo do surgimento do capitalismo, do aparecimento da cadeia produtiva da moda que apresenta uma nova forma de pensar a roupa, de inculcar ideologias, de despertar desejos (FOGG, 2013).



Figura 2. Demonstração da *calasiris* vestida em egípcias.
Fonte: História da Arte 101.

As vestimentas nesses períodos já funcionavam como demonstrativos de segregação por classe e gênero, carregaram simbolismos distintos e identificavam o grau de pertencimento. Durante o século XV, momento de Renascimento Europeu, onde se começa a pensar uma origem da moda, alguns símbolos das vestimentas passaram a conotar como aliados na definição anatômica, no emolduramento através do uso da força, tomemos o caso dos espartilhos.

Salientavam-se as alterações dos corpos femininos reajustados por roupas, como as silhuetas deformadas por esta peça. Entre os principais sintomas causados pelo uso do espartilho estão a má digestão, prisão de ventre, enfraquecimento dos músculos e das costas.



Figura 3. Corpo feminino modificado pelo uso constante do espartilho. Fonte: Site Era Vitoriana.

Este elemento da vestimenta servia para moldar a mulher não apenas nos aspectos físicos, mas também nos subjetivos, ao cumprir o interesse de despertar desejos masculinos, mormente entre as mulheres interessadas no ritual matrimonial. A acentuação das curvas, com destaque para os seios e o quadril, funcionava como um dos códigos simbólicos sexualizados indizíveis, latentes, homogeneizados pela cultura social, e que dispensavam manifestação verbal ou justificativa de uso.



Figura 4. O espartilho era como uma roupa de baixo que acentuava as curvas expostas através do vestido, colocado por cima. Fonte: Site Era Vitoriana.

Não raro, a história da moda esclarece a exigência sobre a política do uso das roupas, modo de se portar, costumes e cultura, sobre a figura feminina. Vê-se por toda a parte um tipo de violência silenciosa, arraigada, sobre os estereótipos das mulheres, formulação da arrumação que comunica *a priori* se está inserida ou não numa demanda externa da constituição do imaginário sobre a mulher. Como afirmou o estudioso Le Breton (2012, p. 66), ao debruçar-se sobre o estudo da Sociologia do Corpo, “a condição do homem e da mulher não se inscreve em seu estado corporal, ela é construída socialmente”.

Da relação com o efeito da satisfação pela representação, existe também um tipo de pacto consciente ou subconsciente para a aceitação de certas peças, atribuindo-lhes conotações que levam ao uso, como no caso dos saltos finos como sinônimo de *glamour*.

As searas de movimento artístico influenciaram diretamente o mundo da moda. A mais límpida dessas forças decorre do surgimento dos *Ballets Russes* de Diaghilev, datado do ano de 1909, intensamente disseminado na França, e conhecido por trabalhar com figurinos bizarros e cenários extravagantes, assinados por Léon Bakst (1866-1924).



Figura 5. Roupas assinada por Léon Bakst. Fonte: PINTEREST. Disponível: <https://br.pinterest.com/rafagoncalveson/desenhos-de-figurinos/>

Esse período tem como marca central ainda o lançamento de uma diversidade de revistas que ajudaram a propagar o mundo da moda, a lançar nomes e tendências. Consolidada até os dias atuais por torna-se grande propagadora dos lançamentos realizados por grandes marcas, por fixar a própria identidade no mundo midiático, orquestrar as notícias das principais tendências de marcas de luxo, a Revista *Vogue* é tida como divisora de águas nesta função. Nos anos de 1920, inspirou-se em escolas de arte, tais como o cubismo, expressionismo, futurismo e em abstração, para lançarem uma das primeiras capas com viés ainda não inaugurado.



Figura6. Revista Vogue dos anos de 1920.
Fonte: Front cover of Vogue magazine – April 1922.

No final da Segunda Guerra Mundial, a estilista norte-americana Jessie Franklin Turner observou o momento sócio-histórico para lançar sua coleção para o mundo. Sua aproximação com Stuart Culin, do Brooklyn Museum de Nova York e com o Morris de Camps Crawford, ambos da *Women's Wear Daily*, impulsionaram a disseminação do trabalho realizado pela estilista. Neste momento, o oriente recebia os holofotes da moda e inspirava artisticamente as mentalidades criadoras. O lançamento de tendências resultava das conexões entre elementos históricos, como cortes de determinada época, de culturas locais ou estrangeiras, de um acontecimento televisionado, a própria guerra, sempre fruto de uma imaginação prolífera (FOGG, 2013).



Figura8. Criação de Jessie Franklin Turner, intitulado Vestido de Chá, ano de 1925. Fonte: FOGG, 2013.

A estampa de pássaro tem criação baseada em túnica preta e branca de Bukhara, no Uzbequistão, exposta no *Brooklyn Museum*. Uma das razões mais salientes que justificam a ascensão de Turner está relacionada à forma de recursar as tendências de moda renomadas, como no exemplo da moda francesa (FOGG, 2013).

O formato de estruturação e sistematização do universo da moda brasileira (1920-1930) começa a erguer mais claramente sua fronteira, sobretudo no âmbito econômico, a partir do início século XX. Dentre seus aspectos destacam-se o fervor da engrenagem industrial, e já podiam contar com o apoio mesmo que limitado dos meios de comunicação e publicidade. As inspirações vieram centralmente das estações do ano, variável que desde o começo impôs novas regras de produção das vestimentas.

Neste período, alguns nomes começam a se tornar mais proeminentes, como nos exemplos de Jean Patou e Schiaparelli. O setor da beleza passou a incorporar novos processos, e inclusive o corpo da mulher passou a ser pensado de maneira mais fragmentada, tornando a moda, os objetos, etc., mais custosos. Um dos objetos que marcaram a década de 1940 na moda foram o pó de arroz, *rouge*, batom, lantejoulas,

tecidos variados, tudo para a construção divinizada da mulher. Os rostos das mulheres de elite deste período estavam encobertos pelo Pan Cake Makeup, tido como um tipo substância que, ao se misturar com água morna, se formava algo como a base de hoje em dia.

No ano de 1945, a moda francesa já era considerada um império, apresentando-se e se consolidando mundialmente depois do desfile que reuniu cerca de 237 bonecas que seriam vestidas para serem colocadas no Museu de Artes Decorativas em Paris. O evento marcou a tentativa de consolidação da Alta Costura parisiense. Outro momento preponderante neste contexto foi a de apresentação do *New Look*, que foi elaborado por Christian Dior, onde concentrava no desenho dos seios bem demarcados e a inserção da saia rodada, como é possível notar a seguir.

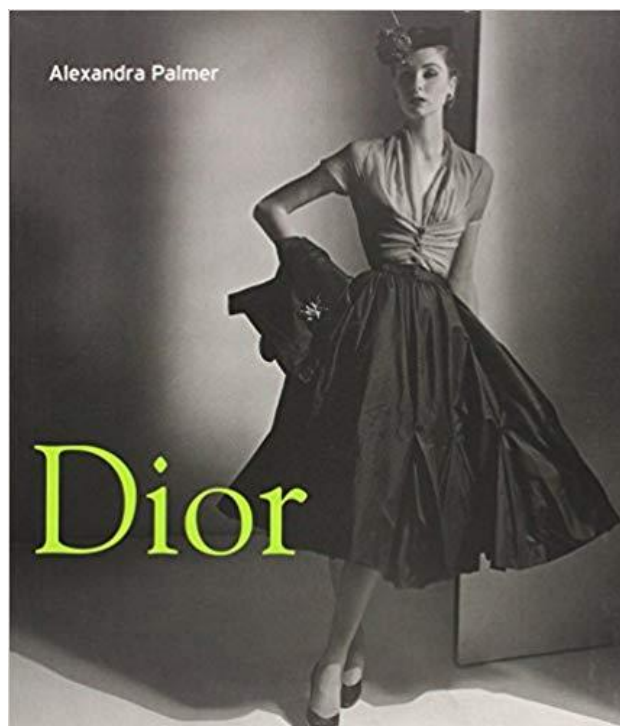


Figura 8. Composição do *New Look* do Christian Dior, nos anos de 1940. Fonte: Alexandra Palmer.

As mulheres dessa época associavam-se aos ateliês de prestígio, de Alta Costura, para desfilarem com seus *looks* nos eventos sociais. Um exemplo bastante evidente de lugares bem frequentados é a Casa Canadá, Casa Vogue e Madame Rosita. Contudo, a confluência do movimento do mundo da moda foi bloqueada, suas *maisons* fechadas,

depois que a Segunda Guerra Mundial tomou sua maior proporção, interrompendo todo o processo de criação e elaboração das peças (BONADIO, 2004).



Figura 9. A moda na Segunda Guerra Mundial era composta por sapatos pesados, ombros quadrados e tom de sobriedade. Fonte: Blog Leticia Lourenço.

Uma maneira de se esquivar destas forças contraproducentes resultantes da guerra foi por meio do esquema de trocas, no qual envolvia tecidos, sapatos, bijuterias, entre outras. E mesmo nesse momento conturbado, alguns nomes foram ganhando proeminência, tais como Jacques Fath (1912-1954), Marcel Rochas (1902-1955) e Nina Ricci (1883-1970), que conseguiram, entre outras coisas, manter seus ateliês em funcionamento.

A lógica da standardização atinge os EUA e irá refletir em toda indústria mundial, e a moda veio para apresentar ao mundo como a efemeridade homogeneizante se reproduziu nas produções. A ideologia da homogeneização e imitações foram se refletindo na fabricação de carros, na arquitetura das casas, na produção cultural veiculada nos meios de comunicação de massa, bem como indicam Adorno e Horkheimer (1985).



Figura 10. O processo de homogeneização da moda através da calça jeans.
Fonte: Blog Calendário de Rodeios.

O desfecho da Segunda Guerra Mundial, no ano de 1945, impactou drasticamente a composição, arranjos e rearranjos sociais, mormente quando assistiu-se o acirramento do prélio político-ideológico encabeçado duplamente pelos Estados Unidos da América (EUA) e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). Estas duas grandes potências que dividiram o mundo percorreram outros continentes para ampliar apoio e conquistar poder, caso claro da inserção dos EUA no Brasil, e que alterou a cultura brasileira numa miríade de influências. O otimismo econômico norte-americano que tinha a produção estandardizada como fonte de toda a crença foi-se incorporando aos espíritos dos brasileiros, modificando toda a lógica capitalista, de aquisição de materiais, de posição e *status* e disputa pela distinção social (KORNIS, 2017).

A indução ao consumo se projetou também no processo de urbanização das cidades, na criação das arquiteturas, na quebra de paradigmas antigos acerca da casa. Paulatinamente, fomos tornando uma sociedade do tipo urbano-industrial, uma alteração enraizada de nível gradual e progressiva, modificando interações e mentalidades sobre o uso das cidades, formas de consumo e interações das mais diversas.

Os anos de 1950 edificaram-se na rota do plano do desenvolvimento pragmático, da saída de um cenário interpretado como marasmo, arcaico, para seguir na

rota do novo soerguido em tempo instantâneo, como identificamos na estrutura político-ideológica defendida por Juscelino Kubitschek. Ioris e Ioris (2013, p. 415) definem este momento econômico da seguinte maneira:

Indeed, the expression 'Fifty Years in Five' was the catchphrase of the candidate's political platform, and, in general lines, the defining direction of his ensuing administration. During the subsequent five years, Kubitschek, commonly known in Brazil simply as JK, would lead a series of state reforms that, by extending Vargas' policies, aimed at implementing an ambitious plan of economic growth centred on industrial promotion as the basis of an alliance between government and private interests.

Estes passos apressados atingiram rapidamente o modo de produção não apenas dos produtos de uso e bens tangíveis, mas também de conteúdo subjetivo. A formulação da publicidade para fortalecer o processo de compra, a produção de conteúdo para rádios, televisão, jornais, cinema, teatro, revista, arte, moda, todo o sistema apresentava sua nova face em função dessas mudanças.

O rock'n'roll veio como uma virada da moda dos anos de 1950 para 1960. Os elementos que compuseram o *look* foram sapatilha baixa, lenço arrodando o pescoço, saia rodada, calça Lee para os homens, jaqueta de couro, gel no cabelo. Este período no Brasil é marcado pela repressão política, momento também de intensa migração de indivíduos provenientes de meios rurais para preencher os espaços da cidade.



Figura 11. Influência do rock na moda e estilos de vida.
Fonte: Blog de Volta ao Retrô.

Segundo Lopes (2008, p. 23), somente nos anos de 1960 “tínhamos perto de 23 por cento da população em aglomerados urbanos de cinquenta mil habitantes ou mais”. O dado refere-se ao fenômeno da intensa urbanização, o qual Lopes explica que os habitantes da metrópole dobraram-se em números. O autor chama atenção principalmente para as chamadas cidades-industriais, como nos casos do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e Porto Alegre.

Jânio Quadros é a marca da política presidencial dos anos de 1960, ao receber 48% dos votos do eleitorado, contra 32% de Henrique Teixeira Lott e 20% de Ademar de Barros. Tomou posse no dia 31 de janeiro de 1961. Foram pelo menos 15 anos de poder do Partido Social Democrático (PSD) para a oposição chegar a tal posto. Em pouco tempo, um conflito ocorrido entre o Legislativo e o Judiciário levou o país a uma crise no mês de agosto do referido ano, resultando na renúncia de Quadros e o veto dos ministros militares à posse do vice-presidente João Goulart. Inaugurava-se aqui a Ditadura Militar, o nacionalismo autoritário determinado a controlar todos os setores da sociedade brasileira, inclusive na produção da moda (COSTA, 2017).

Após iniciar a carreira como estilista, Zuzu Angel, nome que marcou a história da moda no Brasil por ter se tornado combatente do regime e proeminente na sua arte, alterou a construção dos *looks* mais joviais com adoção dos comprimentos mini, midi e máxi. A própria Zuzu possuía o estilo mignon, feminina e também cheia de curvas, criava roupas de bom caimento que objetivassem a valorização do corpo de suas clientes. Nesta década, Zuzu torna seu nome indelével por incorporar, inaugurar e mesclar os elementos de composição da moda, com corte e ajuste, corpetes ou cinturas baixas, mangas esvoaçantes em tecidos transparentes. Seu trabalho inspirava-se na moda informal norte-americana, que combinada o estilo Califórnia com o chique desfilado em *Nova York* (JOHANSEN, 2016).

Parte significativa das composições era feita com elementos baratos ou de reciclagem. A partir dessa sugestão, outros materiais impensados até o momento, passaram a ser incorporados nos *looks*. A criatividade de Zuzu alterou a lógica da indústria da moda brasileira, abriu caminho e espaço para inaugurar formas de vestimenta com elementos exclusivos para ajudar na composição da mulher.

Na posição de empresária, lançou o *show room* no Leblon e ainda apresentou a moda brasileira em Nova York através de suas confecções. Ainda conjugou o que podíamos chamar de jeitinho brasileiro, com todo o encanto e descontração, com o estilo que surgia na Costa Oeste americana.



Figura 12. As criações de Zuzu Angel transformaram as concepções sobre a moda. Fonte: Instituto Zuzu Angel.

Zuzu inaugurou no Brasil o prêt-a-porter⁹ e suas coleções eram vendidas nas principais boutiques de New York, como a Bergdorf Goodman, Neiman Marcos, Lord & Taylor, Henri Bendell, Saks. Ao perder seu filho Stuart para a Ditadura Militar brasileira, Zuzu iniciou o processo de criação inspirado no terror sócio-histórico vivenciado no país. A expressão artística era o que lhe cabia para demonstrar seu sofrimento, que não era solitário, visto que outras mães atravessavam a mesma angústia de perderem seus filhos para o Regime Militar (JOHANSEN, 2016).

Acresce-se que, nesse período, os meios de comunicação, como jornais e revistas, começam a circular com maior regularidade, como no exemplo marcante e bastante estudado da Revista Manequim. O quadro social do momento é inundado pelo espírito da jovialidade, pela expressão do unissex, uso da minissaia, visões e

⁹ Prêt-a-porter refere-se às roupas prontas para uso.

imaginações do futurismo, inculcação do Pop-Art, o símbolo do jeans como representação de luta.



Figura 13. Lançada pelo francês André Courrèges, o Pop Art na moda foi tido como revolucionário, pois alterou significativamente a concepção da moda. Fonte: Blog da Ana Caldato.

Ainda nesse período, a trajetória da Rede Globo no processo de negociação, iria alterar significativamente a cultura brasileira. O início da edificação do seu poder acontece por meio de associações e dissidências. Como sócio do banqueiro Walter Moreira Salles e do jornalista Arnon de Mello, Marinho tinha o Parque Lage como propriedade. A desapropriação do parque, a mando do novo governador do Rio de Janeiro, Carlos Lacerda, fez com que os sócios entrassem na justiça contra a decisão. Assim que Chagas Freitas ocupou a posição de governador da Guanabara, Marinho passou a realizar negociações para readquirir o parque, porém não comunicou aos sócios (NASSIF, 2015).

Fez aquisição da parte de Moreira Salles por valor irrisório sem aviso sobre a decisão. Moreira Salles sentiu-se lesado e agiu contra Marinho. Ele, por outro lado,

movia-se objetivando angariar modos de adquirir US\$ 5 milhões para quitar empréstimo concedido pelo grupo Time-Life. Walther, observando o esgotamento do prazo de Marinho, foi aos EUA para tentar adquirir as ações que foram caucionadas para o grupo Time-Life. Roberto Marinho, em posição de risco, subverte o jogo ao conseguir empréstimo com José Luiz de Magalhães Lins, diretor do Banco Nacional, uma propriedade do seu tio Magalhães Pinto. Por meio da transação, quitou o empréstimo e assumiu o controle da Rede Globo.

No final dos anos de 1960, a Globo assumiu a liderança no mercado de notícias da TV aberta a partir da crise dos Associados e com a doença de Assis Chateaubriand, e a Abril assume posição de poder sobre os meios impressos. A Folha de São Paulo ascende a partir das distintas contribuições do jornalista Otávio Frias. Disputavam o poder midiático do período, a Globo, Abril, Folha de São Paulo e Estadão. Porém, a Globo, desde então, cresceu progressivamente, comprou tais veículos e assumiu a centralidade do poder (NASSIF, 2015).

Na produção de conteúdo, a Telenovela influenciou diretamente no mundo da moda. Entre os anos de 1960 e 1970, depois da transmissão da novela Beto Rockfeller, na TV Tupi, passando para as novelas produzidas por Janete Clair, inauguradas pela TV Globo, aos poucos, os costumes, as pautas de conversa, as roupas, estilos de vida dos brasileiros, tiveram este formato como fonte de cultura, como filosofia para inspiração de vida. O conteúdo televisivo serviu também de ferramenta para inculcação de valores, para controle social, para ditar o que estava na moda, refletida na criação dos figurinos, para perpetuar o giro das verbas através das injeções publicitárias (REBOUÇAS, 2009).

Entre os anos de 1970, o Brasil se revelou em momento de bastante combate contra o Regime Militar. As ideologias repressivas vieram aplicando violência para inibição de um conjunto de manifestações populares, como podemos perceber nos movimentos feministas. Enquanto o espectro do regime político sob a tônica do AI-5 - decretado em 13 de dezembro de 1968 no governo do general Costa e Silva (1967-1969)-, que esteve em vigor até o último mês de 1978, vinha interferindo nas manifestações contrárias à força militar ditatorial, a moda, por outro lado, transmutava-se para uma fase experimental, recheada de mudanças conduzidas para outras texturas, geometrias, cromatismos.

Em regiões tidas berços da moda (Paris, Milão, Londres, New York), a simbiose de elementos quer fosse de luxo, ou mesmo do tipo alternativo *hippie*, foram compondo a face social. Além disso, com a inserção das mulheres no mercado de trabalho, houve a

necessária diversificação das roupas, de novas criações com intenção de as adaptarem às exigências dos ambientes profissionais. Os anos de 1980 trazem alguns elementos inclusive bastante perenes no mundo contemporâneo. A moda, enquanto fenômeno cíclico, trouxe objetos de referência como saia balonê, tênis *All Star*, sapato *scarpin*.



Figura 14. Imagem de saia balonê ainda inspira looks em passarelas.
Fonte: Site de notícias Pure People.

Os anos de 1990 marcam o comando presidencial de Fernando Collor de Mello, a economia brasileira encolhida a 4,3%, a lambada toma conta das rádios, o estilo sertanejo emerge potencialmente. Enquanto a seleção brasileira perdia nas oitavas de final no Mundial da Itália, Ayrton Senna vencia na Fórmula 1, tornando-se bicampeão na pista de Suzuka, no Japão.

Carros e motos de luxo eram amplamente difundidos como objetos de desejo. Esse momento registra a busca das pessoas pela simplicidade das roupas, pelo conforto, apresentado principalmente pelas tribos urbanas. Isso se esclarece bastante quando lembramos das roupas de estilo *streetwear*, pelo entrecruzamento de possibilidades, lançamento do Vintage, pelas ideias de customização, as quais envolvem o rasgar, bordar, transformar para adaptar. Partilha-se com bastante constância entre os historiadores da moda que as décadas de 1980 e 1990 são tidas como décadas perdidas. Isso porque apontam que houve bastante desregramento e ausência de tendências que viessem impactar as pessoas e o mercado. Contudo, este argumento aparenta não proceder, quando, avessamente, são expressas as iniciativas das tribos urbanas por meio da *streetwear*, entre outros.



Figura 15. Imagens acima ilustram o tipo de moda *street wear*, intensamente difundida nos anos de 1990. Fonte: Site Tudo com Moda.

Estes dados nos revelam alguns aspectos importantes para pensar o fenômeno da moda. Dentre eles, a passagem da vestimenta utilitária, criada para proteção corporal, de identificação tribal, de formas e símbolos próprios de determinados grupos, para a consolidação segundo a cultura Renascentista de distinção, também para a difusão em massa concomitantemente à distinção originada no capitalismo. A indústria da moda apropria-se da indumentária para lançar suas próprias regras com o apoio dos meios de comunicação.

No Brasil, a moda é introduzida no início do século XX, de antemão já ensaiando o que mais tarde se intensificaria, ou seja, uma indústria sólida, com formato delimitado das carreiras e a cultura profissional que, inclusive, pensa a posição dos modelos e como estas tornam-se veículos de difusão das marcas das roupas, estilos, tipo ideal de modo de uso atinado na *hexis* corporal.

Notemos que a mulher cumpre papel fundamental ao assumir diversas posições nos múltiplos setores da moda, participa desde a fabricação até o desfile final, apresentado nas múltiplas plataformas de comunicação massiva, cabendo-nos percorrer mais umbilicalmente sobre a relação da mulher na holocenose da moda.

2.2. A Indústria da Moda e a Participação da Mão-de-Obra Feminina

Hobsbawm (2000) afirma que a produção de algodão foi a primeira a se industrializar ao se beneficiar do comércio marítimo atlântico de rota norte-sul, através de importação de matéria-prima extraídas das regiões tropicais e subtropicais. A indústria emergente principiava seus passos com vistas na demanda de execução *pari passu* ao objetivo de contratação da mão-de-obra barata. Um quadro propício para a inserção de mulheres que iriam, por um lado, participar efetivamente da economia produtiva e, por outro, sujeitando-se *a priori* às péssimas condições ofertadas e à custa de muita relutância dos cônjuges. Uma análise saliente revelada por Thompson (1987) aponta que a força produtiva do operariado inglês nos primórdios da década de 1830 formava um total de 191.671 pessoas, das quais 102.812 era constituída por mulheres e apenas 88.859, era formada por homens.

No ano de 1838, as mulheres nas fábricas têxteis já correspondiam o percentual de 77%. Uma das razões sustentadas por intelectuais que analisaram as razões das disparidades de contratações majoritárias da classe feminina neste setor revela a variável docilidade como justificativa de relevo. A docilidade se reconvertia no *modus operandi* de tocar no tecido, na facilidade de manipulação dos empresários, no costume à obediência que, na maior parte das vezes, iniciava em casa, no próprio casamento, na reprodução do paradigma machista (HOBSBAWM, 2000; PERROT, 2005).

As mulheres francesas estavam presentes no processo de fabricação de roupas desde os primórdios da industrialização geral que ocorreu nesta nação. Perrot (2005) nos indica que nos anos de 1866 a participação feminina já representava um percentual de 30%, atingindo 37,7% no ano de 1906. A autora afirma que essa demanda da mão-de-obra feminina resultou da estagnação populacional, um tipo de organização social parasitária que se alterou significativamente quando inseriu as mulheres nos ambientes de trabalho.

No ano de 1896, elas já ocupavam o percentual de 51%. Totalizavam cerca de 1 milhão na soma da inserção feminina em todos os setores industriais no ano 2000. Porém, o sintoma saliente e que se verificava em praticamente todos os contextos era subcondição que não garantia a total liberdade feminina, nem mesmo a condição de disputar espaços de prestígio, ou superar a gaiola de ferro arquitetada que objetivava se conceder minimamente e impossibilitar de forma maximizada.

A primeira Guerra Mundial não se constituiu como um fator que impediu o crescimento da inserção das mulheres no Mercado de Trabalho. Pelo contrário, os números na sociedade francesa só cresceram como consequência da melhoria de salários, socialização das mulheres e relações que ampliaram o leque de possibilidade de melhoria de vida.

A França somava um total de 1.220.000 e em 1926, 1.470.000, entre os anos de 1920 e 1926 (Sohn, 2000). Já na Grã-Bretanha, o desemprego enfraqueceu os números, a crise econômica atrapalhou o processo de ascendência progressiva apesar de todo o fervor apresentado em momentos muito específicos. Em São Paulo do final do século XIX, a mão-de-obra feminina calculava um percentual total de 67,62% dos operariados. No início do século XX, do total de funcionamento de 247 indústrias que operavam no setor têxtil, elas somavam 50,96%, comparado ao total de 41,21% do total de mão-de-obra masculina (RAGO, 1997).

Outro paradoxo verificado na análise da sócio-história da inserção da mulher no mercado da indústria têxtil refere-se ao fato de que quanto mais se inseria, observava-se o desenvolvimento progressivo, em disparidade, elas iam aos poucos sendo rechaçadas do mercado de trabalho através dos paulatinos avanços.

Por outro lado, a massa de mulheres não assistia passivamente às modificações que resultavam nas expulsões nos ambientes de trabalho. Avessamente, este fator constituiu-se como força que motivou a criação de sindicatos, as discussões políticas, a luta por melhores condições de trabalho, o combate contra o ambiente hostil a que foram submetidas, o machismo que impediu o progresso feminino. Os discursos circulados e inculcados pela sociedade, criados sobre o imaginário feminino era de que as mulheres não podiam trabalhar em diversos setores, mormente os braçais, porque eram frágeis, a menstruação soava como patologia, de que precisavam amamentar.

No Brasil, ancorado na ideologia de Augusto Comte, as mulheres não deveriam trabalhar para não sujar as mãos com dinheiro, um objeto entendido como sórdido e que degradaria a natureza pura da mulher. Por esse raciocínio, a mulher deveria recolher-se ao ambiente natural, límpido e puro do seu lar. Outros argumentos salientes assentavam-se na medicina que apresenta o fator biológico como razão da incapacidade feminina de executar determinados trabalhos, especificamente os que apontavam o crânio da mulher como menor do que o do homem. Ou mesmo como o amor da mulher para o homem comparado a uma ordem divina de um ser inferior ao de um superior, como repetia o médico Cesare Lombroso. Todos esses argumentos somados

engessavam as camadas das classes que inferiorizavam as mulheres, injetavam doutrinas masculinas de manutenção de poder do homem tanto em casa, na posição de patriarca, como nos ambientes de trabalho, na posição de chefia (RAGO, 1997).

Para o imaginário social mais genérico, a mulher que se retirava de casa objetivando vender sua força de trabalho, enfraquecia seu lar, dissiparia as raízes de sua família. Tal ação era entendida como um tipo de lesão gerada na organização social. Destinar-se ao Mercado de Trabalho, para muitos, era sinônimo que rebeldia, subversão, distorção de valores. No entanto, houve inserção ativa na economia da Moda e são tidas como as principais responsáveis por tornar esta indústria uma das mais lucrativas e poderosas do mundo.

2.2.1. Atuação da Mulher na Economia da Moda Brasileira

O mundo da moda se dissipa num conjunto integrado de componentes que abarca esferas da arte, política, tecnologia, filosofia, economia, mercado. Porém, é sobre este último submundo que objetivo desvelar nesta seção, especialmente porque constitui-se como ferramenta imprescindível para a manutenção da engrenagem deste universo. É praticamente impossível pensar a moda sem abordar seu funcionamento, a composição a partir de sua matéria-prima, seu produto conceitual, em algumas palavras: o tecido que constrói a roupagem. Antes, importa trazer a lume a noção de que a Indústria Têxtil é fragmento de uma cadeia de faturamento bilionário.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), somente no ano de 2017 foram arrecadados US\$ 45 bilhões, contra US\$ 39,3 bilhões em 2016; as importações sem fibra de algodão geraram os números US\$ 5,1 bilhões em 2017, contra US\$ 4,2 bilhões em 2016; produção média têxtil de 1,7 milhão de toneladas, contra 1,6 milhão de toneladas em 2016; Varejo de Vestuário: 6,71 bilhões de peças, contra 6,3 bilhões de peças em 2016; - Trabalhadores: 1,479 milhão de empregados diretos e 8 milhões de adicionarmos os indiretos e efeito renda, dos quais 75% são de mão de obra feminina; 2º. maior empregador da indústria de transformação, perdendo apenas para alimentos e bebidas.

Apenas para ampliar estas noções, cabe apresentar ainda que a Indústria Têxtil brasileira é a segunda maior geradora do primeiro emprego. Em todo o país são mais de

29 mil em todo o País (formais), é o quarto maior parque produtivo de confecção do mundo, quinto maior produtor têxtil do mundo. É o segundo maior produtor e terceiro maior consumidor de denim do mundo, quarto maior produtor de malhas do mundo, e representa 16,7% dos empregos e 5,7% do faturamento da Indústria de Transformação.

A moda brasileira se circunscreve entre as cinco maiores Semanas de Moda do mundo. Temos mais de 100 escolas e faculdades de moda. Ela é autossuficiente na produção de algodão, produzindo 9,4 bilhões de peças confeccionadas ao ano (destas, cerca de 5,3 bilhões em peças de vestuário), sendo referência mundial *beachwear*, *jeanswear* e *homewear*. A partir da descoberta do Pré-sal, o Brasil passou a ser visto não mais como um importador, mas um potencial exportador para a cadeia da Indústria Têxtil. A produção brasileira engloba desde a produção das fibras, como plantação de algodão, até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo. E são quase 200 anos de história, uma referência em design de moda praia, *jeanswear* e *homewear*, tendo crescido também os segmentos de fitness e lingerie.

As informações apresentadas pela Abit afirmam que apesar do Brasil ter um mercado consolidado de moda, ainda ocupa uma posição de nível médio se comparado a países de porte como os EUA, França, Itália, onde concentram as grandes feiras internacionais. Porém, é inegável o esforço para alcançar esses patamares, principalmente quando se coloca em xeque o projeto de automação que envolve, entre outras coisas, simplificação das tarefas no processo de preparação, economia de matérias-primas e outros materiais, redução do número de postos de trabalho qualificados na preparação, acréscimo da qualidade final do produto, maior flexibilidade para o lançamento de novos modelos e também para a manutenção de prazos de entregas. Devemos considerar também alguns aspectos que constituíram-se preponderantes para a compra de equipamentos de automação, tais como o aumento da competição no mercado interno, as novas tendências da moda e as mudanças nos hábitos dos consumidores durante a crise econômica recente, a adoção da receita exploradora para setores tradicionais, bem como o têxtil e o vestiário.

Ainda devemos considerar que as novas tecnologias são tidas como trunfos quando analisamos a competitividade no mercado da moda. Isso porque são elas que redefinem hoje as condições do jogo e das jogadas neste universo. Infelizmente, um dos fatores de maior preocupação é o baixo custo da mão-de-obra, que acaba favorecendo o mercado internacional. Por outro lado, a automação flexível somada à inovação

organizacional se tornaram preponderantes para a expansão da moda brasileira, superando desempenho de países como a Coreia, por exemplo.

Importa destacar que a Indústria têxtil é tida como responsável preponderante para a inserção da mulher no Mercado de Trabalho, especialmente nos anos de 1970. Este período representou também suas imersões nas indústrias elétrica e eletrônica e, em décadas posteriores, entre os anos de 1980 e 1990, transferiram-se para os setores do comércio, administração pública e setor social. Tais imersões corresponderam a mudanças importantes no quadro das profissões, no processo de produção e do trabalho (Gazzona, 1997). O setor da moda sempre agregou maior percentual de mulheres, foi tido como uma das poucas oportunidades de integração feminina, especialmente quando pensamos as décadas de 1950.

Apesar de termos no mundo da moda um conjunto considerável de mulheres ocupando os mais diversificados cargos, tais como estilistas, fotógrafas, designers, modelos, diretoras de arte de moda, foi a profissão de costureira que abriu as portas do Mercado de Trabalho. A mão-de-obra feminina na indústria da moda respinga nas noções de que, primeiro, não se integram por causa de uma variável genética, mas sim porque geralmente a tarefa de dona-de-casa facilite o caminho, rechaçando vez por toda a consideração inata, e menos ainda formal. Depois, pensemos e forcemos, com isso, que a gramática feminina e sua atuação partem do princípio de uma socialização profissional.

Uma das principais habilidades que as mulheres tiveram que aprender para a atuação na indústria da moda foi a de operacionalização da máquina de costura, datada do século XIX. Máquinas à manivela, de pedal, a motor, programáveis, vieram com algumas poucas modificações que exigissem maior habilidade das costureiras. O tempo é gasto no próprio manuseio do material a ser confeccionado. O processo de produção abarca mais a mão-de-obra que propriamente contenha uma automatização. Os níveis salariais ainda se constituem como um tabu, mormente quando se trata de costureiras. Ou seja, esse paradigma histórico ainda não se dissipou, consolidando diversas perspectivas que acusam as disparidades salariais entre sexos; algo que deve ser interrogado (TAVARES, 1985; GAZZONA, 1997).

Interessante observar que é no interior desse laboratório que são compartilhados os conhecimentos da costura, mormente concedidos das mais experientes para as novatas. Promoções e alterações de cargos ocorrem através de algumas oportunidades, tais como absenteísmo, ausência de produtividade. Os ganhos são relativos aos

desempenhos, à dedicação ao trabalho. Naqueles que exigem pouco mais de atenção, apenas algumas costureiras são selecionadas, especialmente as que já estão ocupando o cargo de supervisora. As novas qualificações são mais de espécie motivacional que propriamente de especialização tecnológica: dedicação ao trabalho, empenho, amor ao exercício (HOFFMAN e HUSH, 1984; GAZZONA,1997).

O recrutamento não se correlaciona ao grau de escolaridade. Muito pelo contrário, é a perfeição da costura, as experiências, que servem de critério para as inserções. E, apesar da utilização tecnológica para a criação, visualização do processo final, é o esforço em conjunto com o manuseio que define a produção. Importa refletir sobre o seguinte aspecto: somente a partir dessa fabricação laboratorial, da troca de sinergias, de aprendizagem, conhecimento, desenvolvimento de habilidades, de competências, da fabricação ou confecção em si, que possibilita que as outras profissões entrem em cena. É uma interdependente na qual o produto final, criado por diversas mãos, vai ganhar, por último, o corpo da modelo e que depois vão vestir as manequins para exposição em lojas. Outrossim, é nesta mesma teia que se apresentam as múltiplas faces da exploração, compreendidas principalmente ao analisarmos as relações ocorridas entre a Inglaterra e o Brasil durante período de industrialização.

2.2.2. Exploração da Mão-de-Obra Feminina na Moda

A ambiguidade capitalista e o ofuscamento da razão de ser lançada sobre as mulheres residiram na capacidade de fazer crer que concederam abertamente as oportunidades de inserção e de participação nos diversos setores sociais, pensemos o mercado de trabalho, ao passo que, em verdade, restringiram a liberdade, impuseram um conjunto de limites, edificaram as fronteiras, exerceram um tipo silencioso de enclausuramento do espírito que vê-se obrigado a sobreviver de alguma forma, e entrega suas habilidades e capacidades adquiridas em troca de salário. A história da mulher no mercado de trabalho, desde a industrialização até a forma mais recente de capitalismo, assenta-se numa razão explícita: mão-de-obra barata.

A Revolução Industrial inglesa montou um tipo de modelo de produção que adaptou a ferramenta e a máquina dispensando um punhado de humanos na operacionalização. Lançou esquemas de lucratividade assentados na exploração e no barateamento dos pagamentos dos trabalhadores que passaram a tornarem-se

assalariados. Através da relação entre as máquinas, os trabalhos manuais passaram a ser artigos dispensados.

Assim que as habilidades humanas representadas pelo manuseio deixam de ser especiais, qualquer indivíduo pode ser incorporado no Mercado de Trabalho, até mesmo mulheres e crianças. Amplia-se, dessa forma, o exército de reserva, barateando a mão-de-obra. As distinções ocorridas pelas habilidades individuais passam para o formato de distinção pelas características naturais de idade e de sexo. Tal modelo pautou outras realidades socioeconômicas, inclusive o Brasil. A relação entre Brasil e Inglaterra colocou este primeiro em alinhamento com o comércio externo. Por efeito, o tornou também refém direto das ordens e modelo econômico lançado pelos industriários ingleses.

No século XIX, a tecelagem esteve presente entre as produções realizadas em território nacional em conjunto com mercadorias como sabão, serrarias, vidros, óleo, produzidos por mãos de trabalhadores livres e escravos. A tecelagem, um dos integrantes da indústria da moda, em conjunto com a produção do café, foram os setores responsáveis pela acumulação do capital a partir do sintoma da proliferação das indústrias. Somente na região Sudeste, contabilizaram-se nesta fase, 29 fábricas têxteis na soma total de 46 presentes em todo o país (GRAÇA FILHO, 2004).

A eclosão do capitalismo industrial brasileiro coincidiu com a manifestação da longa Depressão (1873-1896), que atingiu diretamente a Inglaterra, e com a expansão da segunda Revolução Industrial. Enquanto na Inglaterra o capitalismo disseminava-se em formato efervescente e com rupturas bruscas e demais transformações, tal como a alteração do padrão da moeda ouro-libra, que atingia um poder inimaginável entre países exportadores, no Brasil, por sua vez, congelava-se o modelo do tipo primário-exportador. Na Divisão Internacional do Trabalho, enquanto o Brasil posicionava-se como importador de bens industriais e exportador de bens primários, todo o conjunto de injeções de financiamento era realizado pela Inglaterra (POCHMANN, 2016).

Os ingleses possuíam uma política imperialista no século XIX. A expansão comercial inglesa no período de florescimento chegou a dominar 1/4 da população mundial ao aplicar ferramentas militares usadas na África e na Ásia. Na América Latina, por seu turno, utilizou-se das ferramentas de dependência financeira. A Grande Depressão (1873-1896) obrigou a Inglaterra a demandar novos mercados, fontes de matéria-prima e aplicação do excesso de capital existente no continente europeu. A emissão de capitais para países da América Latina, incluindo o Brasil, fortaleceu o

esquema de dependência desenhado pela Inglaterra, principalmente no que diz respeito à exportação dos produtos primários para exportação. Para isso, a Inglaterra Investiu em bens industrializados, construção de ferrovias, serviços de telefonia e demais construções direcionadas à modernização dos países (POCHMANN, 2016).

No Brasil, o Estado de São Paulo gradativamente foi se destacando não apenas pela indústria cafeeira, mas também por tornar-se o maior fabricante de tecidos. O Estado Republicano nos primórdios do século XX demonstrou total apoio para a importação da mão-de-obra livre não-africana para o trabalho de desenvolvimento do Brasil industrial e acompanhamento alinhado com a economia internacional.

A economia brasileira voltada à exportação serviu de sustentáculo para o cenário de avanços no desenvolvimento e no redesenho econômico. No Brasil, a expansão média anual da indústria relativa à transformação era de 6,4% entre 1928 e 1939 e em 7,8% entre 1939 e 1949 foi seguida da redução do grau de abertura comercial de 28% para 6% do PIB entre 1930 e 1960. Em momento semelhante, São Paulo apontou crescimento médio anual da indústria de transformação de 7,3% e de 9,8%, fatores que colaboraram para que alcançassem o percentual de produção em 32% da produção nacional, no ano de 1919, para 57%, no ano de 1970 (POCHMANN, 2016).

Países como o Brasil, dentre àqueles que fazem parte da América Latina, ou mesmo os desfavorecidos por qualquer razão, adotaram as instruções de cartilha e florescem-se *pari passu* à dependência, desenharam, depois dessa relação, as hierarquias, a arquitetura das classes. No cerne dessa estruturação industrial, destacaram-se como ausentes de privilégios os negros recém-libertos, os imigrantes provenientes de classes subalternas, as mulheres que se inseriram no mercado através da produção das roupas. Em conjunto, estes irão formar a classe dos explorados, limitados e forçados a servirem aos grandes industriários pela necessidade de sobrevivência.

A indústria da moda carrega um tipo de exploração que perpassa toda a cadeia econômica tanto no trabalho de produção de artigos (roupas e demais acessórios) quanto de conteúdos subjetivos, de dispositivos ideológicos. A multiplicidade dos aspectos da exploração permeia praticamente todas as relações de trabalho em alguma medida.

Em Segundo o Sexo, obra de Simone de Beauvoir, lançada no ano de 1949, a autora lança luz sobre o aspecto da exploração quase inerente à indústria da moda e a cultura da exploração sobre o corpo feminino. Na concepção da autora, existe uma filosofia na moda, presente no âmago, que obriga as mulheres fazerem este uso intencionando para alcançar a transcendência frente às demais.

Este fator explica o uso dos saltos altos, das anquinhas, dos coletes, dos pés enfaixados das chinesas, das unhas vermelhas gigantes das mulheres de Hollywood. As restrições corporais, o sofrimento, os desvios forçados pelas modificações forçadas, para muitas, são tipos de práticas válidas para alcançar tais posições. Por todos os lados, o espectro da exploração da mulher é visto no mundo da moda, tanto para às dedicadas à produção quanto para as consumidoras. Hoje, cerca de 97% das roupas que vestimos resultam da mão-de-obra escrava, oriunda de países marcados pela extrema pobreza, pelas frouxas leis trabalhistas (BEAUVOIR, 1960).

No dia 24 de abril de 2013, o desabamento do edifício Rana Plaza, em Bangladesh, matou 1 127 mulheres e meninas que trabalhavam no local. O ocorrido expôs o trabalho degradante impulsionado por grandes marcas, como *The Children's Place*, *Primark*, *Zara*, *H&M*, *Walmart*, *Benetton*, *Carrefour*, entre outras. Desde o século XIX, fatos como este apresentam o formato da escravização das mulheres que se submetem ao mínimo insuficiente para arcar com a própria sobrevivência (BRITO, 2016).

A realidade francesa do século XIX aponta também para relatos de escravidão nas fábricas têxteis. Simone de Beauvoir indica na obra supracitada, escrita em forma de denúncia, que parte significativa das mulheres não compreendiam seus direitos, não possuíam consciência dos sindicatos e sua função de proteção profissional.

No ano de 1905, num total de 781.392 sindicalizados, somente 69.405 mulheres estavam associadas. Três anos mais tarde, foram 88.906 num total de 957.120; em 1912 contabilizaram-se 92 336 mulheres frente a um universo de 1.064.413 sindicalizados; em 1920 contam-se 239.016 operárias e empregadas sindicalizadas para 1.580.967 no total de trabalhadores. Entre as trabalhadoras agrícolas, apenas 36.193 sindicalizadas entre 1.083.957. O total da soma gerou um quantitativo de 1.083.957 no conjunto de 3.076.585 sindicalizados (BEAUVOIR, 1960).

Os sindicatos emergiram no contexto de Revolução Industrial e consagração do capitalismo da Europa no século XVIII. Momento histórico de surgimento de organizações financeiras, fábricas e indústrias funcionando de modo que precarizava o trabalho de homens e mulheres que migraram do campo para vender a força de trabalho nas cidades. A nova forma de organização social imposta demandava um leque distinto de habilidades a competências a serem incorporadas.

Duas classes principais repartiam a sociedade europeia neste período: a burguesia e o proletariado. Ambos possuíam interesses distintos, um antagonismo

impactante quanto às formas desiguais de divisões de direitos e deveres, de usufruto da liberdade e do poder. A acumulação das insatisfações transformou-se em bandeira de luta, em processos mais organizados de reivindicação, passando a confrontar diretamente o sistema hierarquicamente imposto. A primeira manifestação de combate ocorreu no movimento de resistência conhecido como ludismo. Na ocasião houve a prática de quebra das máquinas no ambiente fabril. A causa de luta referia-se à substituição da mão-de obra humana pela máquina.

No ano de 1824, o Parlamento Inglês aprovou uma Lei que estendia a livre associação aos operários. A iniciativa recebeu o nome de *trade unions*, organizações sindicais equivalentes aos sindicatos mais recentes. A organização funcionou orquestrando, gerenciando, unificando a luta, buscando maiores direitos e salários. Gerenciou a própria fixação do salário, regulamentação do lucro derivado do excedente de trabalho, criação de fundo para aumento de salário ou mesmo para servir de suporte no momento de maior dificuldade dos trabalhadores (BRITO, 2016).

O ano de 1909 é marcado pela expressão e engajamento mais agressivo da greve. Foi liderada por mulheres trabalhadoras da fábrica *Triangle Shirtwaist*, em Nova York. A ação foi encabeçada pelo Sindicato Internacional de Mulheres, intitulada *International Ladies' Garment Workers' Union*. As estratégias de combate e a elaboração planejada da greve chamou atenção da mídia, na qual puderam expor suas insatisfações e, assim, reivindicar melhores condições de trabalho. Este sindicato configurou-se como o primeiro a somar maior quantitativo de mulheres entre filiados (BRITO, 2016)..

A *Triangle Shirtwaist* recebeu este título por confeccionar camisas acinturadas, peças da indumentária feminina que atravessou o período vitoriano até a era eduardiana. A peça era destinada às mulheres de luxo que consumiam aos custos dos esforços das jovens imigrantes italianas, as quais usavam 14 horas diárias na produção para receberem salários que variavam em torno de 6 a 10 dólares por semana. As precárias condições de trabalho adoeciam psico-fisicamente as meninas e mulheres que exerciam suas atividades na empresa (BRITO, 2016).

O lugar possuía iluminação à base de gás, materiais inflamáveis conjugados a tecidos e excesso de trabalhadoras em subcondições. O resultado da soma dessas variáveis resultou no incêndio do dia 25 de março de 1911, causando a morte de pelo menos 147 operários, sendo, dentre estes, 124 mulheres e 23 homens (BRITO, 2016).



Figura 16. Operárias da Fábrica Têxtil Triangle Shirtwaist, em Nova York, 2010. Fonte: Blog Império Retrô.

A repercussão do episódio recebeu o nome de Dia Internacional da Mulher. A data demarca não apenas o acidente em *Triangle Shirtwaist*, mas também os abusos e a série de acontecimentos que se acumularam desde o segundo período do século anterior, a partir da reivindicação do direito ao voto. As denúncias sobre as péssimas condições de trabalho que emergiram do capitalismo industrial estão representadas na produção do escritor britânico Charles Dickens, ano de 1854. O autor narra centralmente a história do personagem Blackpool inserido no contexto das mudanças econômicas e sociais vividas na Inglaterra do século XIX, a partir da criação da máquina a vapor e do aceleração produtivo. Enquanto os operários concediam seu tempo e mão-de-obra, os donos das fábricas, em troca, ofereciam salários tipicamente arbitrários (BRITO, 2016).

Vale dizer que o cenário do trabalho era composto por 14h diárias, um ambiente infestado de fumaça de carvão. As passagens históricas nos revelam a mesma face no presente. Perfazendo um paralelo que coteja esse momento com um mais recente, temos o caso real de Shima Akhter, que saiu de casa aos 12 anos de idade para morar com a sua tia em Daca, Capital de Bangladesh, localizado no Sudeste Asiático, uma população que contabiliza pelo menos 150 milhões de habitantes. Shima contabilizava mais numa população de 4 milhões de habitantes que exerciam funções relacionadas a confecção de

roupas direcionadas ao mercado externo, segundo dados da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Baseado nesse relato, cabe ressaltar que Bangladesh coleciona dados econômicos e sociais associados à exploração no setor da indústria da moda. É o segundo maior exportador de vestuário no mundo, envolvendo transações que orbitam em torno de US\$ 28 bilhões, pelo menos 85% da mão-de-obra é composta. O destaque de Shima emerge da consciência política e das subcondições a que sujeitou-se em conjunto com outras meninas e mulheres. Recebendo salário inferior a US\$ 3 por dia, a menina convocou outras trabalhadoras para exigir direitos, solicitar melhores condições de trabalho. Escrita a diversas mãos, uma lista de benefícios foi elaborada para ser entregue à supervisão da fábrica. Após reivindicação, gerentes da fábrica fecharam as portas da confecção, convocaram em torno de 40 pessoas para atacar Shima e seu grupo utilizando como instrumentos de violência cadeiras, tesouras e pedaços de madeira.

O caso foi documentado na *True Cost*¹⁰, lançado nos Estados Unidos em 29 de maio de 2015 pelo americano Andrew Morgan, no qual desvela, em forma de denúncia, todo o processo de exploração sofrido pelas mulheres em toda a cadeia da indústria da moda. O produto audiovisual elucida o poder cultural das roupas e como o vislumbre é edificado para estimular o consumo, aumentar desmedidamente a lucratividade erigida pela exploração da mão-de-obra feminina, a reprodução do barateamento em descompasso com o fetiche da mercadoria que amplia a riqueza de seus proprietários.

Em julho de 2012, o site de jornalismo Repórter Brasil¹¹ trouxe à tona uma matéria de cunho investigativo e de denúncia, apontando as marcas de moda flagradas com trabalho escravo. “Descubra de onde vem a roupa que você compra. A Repórter Brasil reuniu as principais denúncias de escravidão dentro da indústria da moda no país”, constitui-se como subtítulo e nos ilumina sobre a lógica por trás de toda a cadeia produtiva permanente no contexto hodierno, mesmo que tenham sido expostos diversas vezes pelos meios de comunicação.

Entre os casos apresentados estava a loja Renner, rede varejista com sedes distribuídas em todo o país, na qual foi responsabilizada por autoridades no âmbito trabalhista por explorar 37 costureiros bolivianos em regime de escravidão contemporânea em um recinto de costura localizado na periferia do Estado de São

¹⁰ Fonte: *The True Cost*. Disponível em: <https://truecostmovie.com/learn-more/human-rights/>

¹¹ Fonte: Repórter Brasil. Disponível: <https://reporterbrasil.org.br/2012/07/especial-flagrantes-de-trabalho-escravo-na-industria-textil-no-brasil/>

Paulo. Jornadas exaustivas, condições degradantes de alojamento e escravidão por dívida, compuseram as bases das denúncias. A atuação da Renner enquadrava-se no artigo 149 do Código Brasileiro, o qual refere-se à utilização da mão-de-obra escrava. Além disso, a rede varejista também foi acusada de tráfico ilegal de pessoas.

No ano seguinte, outra ação investigativa resgatou duas pessoas confeccionando peças da marca M.Officer em condições semelhantes à escravidão também na região paulista. Tratava-se de um casal de bolivianos que veio para o Brasil se submeter a condições degradantes sob o argumento de que necessitavam sustentar os filhos. O local não possuía as mínimas condições de higiene, a família alimentava-se na cama por não haver local específico de alimentação. Em 2014, outra ação com o mesmo objetivo libertou seis bolivianos. Todos eles mantinham suas atividades em locais apertados e sem ventilação, com fios expostos perto de tecidos empilhados e em contexto inabitável.

Durante investigação envolvendo a Marisa, um total de 16 bolivianos com menos de 18 anos foram encontrados também em situação de escravidão em oficina no Estado de São Paulo. Nenhum dos operadores de máquinas possuía carteira de trabalho assinada. Materiais de anotações relatavam as cobranças ilegais relativas às passagens da Bolívia para o Brasil, um demonstrativo acerca da denúncia de tráfico de pessoas. Os salários registrados giravam em torno de R\$202 a R\$247, muito abaixo do salário mínimo da época, cerca de R\$510. A Superintendência Regional do Trabalho e Emprego de São Paulo aplicou 43 autos de infração com passivo total de R\$ 633 mil.

Na Brooksfield Donna, marca de luxo do grupo Via Veneto, cinco bolivianos foram resgatados em situações análogas à escravidão numa oficina de tipo terceirizada, também no Estado de São Paulo. Era um esforço que perdurava dentro de uma jornada de pelo menos 12 horas diárias em condições degradantes. A empresa recusava-se nos suportes e auxílio de manutenção da sobrevivência destes trabalhadores, encontrados em situação famélica.

Este mercado funciona com fins ideológicos associados à estetização e à domesticação da mulher em toda a cadeia produtiva. Cada peça confeccionada, elaborada com fins lucrativos, apropria-se de mãos femininas de classes subalternas, que são exploradas diretamente, para serem direcionadas para outras mãos femininas que possuem poder de aquisição. Apesar da confecção também se estender ao público masculino, a moda traz no rastro a associação direta de moda como “coisas de mulher”.

Algumas mudanças ocorreram no mundo *fashion* a partir da abrangência no universo masculino, também depois da inserção de comunidades de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBTT). No entanto, a história da moda nos mostra a ênfase em determinados padrões, e inclusive o gênero feminino como a figura que sustenta toda a cadeia de poder, justamente por estar alicerçada sobre sustentáculos do patriarcado, sobre os ditadores do corpo e da moda para a mulher.

A memória associativa da mulher e sua relação com a moda fixa-se com tal magnitude em nossos imaginários, que facilmente correlacionamos a semana de moda, programas, sites e demais conteúdos comandados mormente por mulheres, localizamos imediatamente um tipo de gramática especializada, um universo direcionado. Todavia, caso coloquemos em xeque e indaguemos como constitui-se suas bases e composição dos grupos de poder, veremos este mesmo universo orquestrado por homens que criam as indústrias, estilistas que delimitam seus espaços na posição dos grandes artistas, os *Best Sellers* da moda comandados por homens. Caso proeminente é o do estilista inglês Charles Worth, que desenhava suas peças para as mulheres de elite do século XIX, e também do estilista da grife Chanel, Karl Lagerfeld, que possuía uma das assinaturas mais caras do mundo.

CAPÍTULO III

ECOSSISTEMA DA MODA E INTERSECCIONALIDADES

Este capítulo apresenta a moda pelo aspecto inerente da interseccionalidade com outros universos. Ilumina a característica da simbiose ao tratar também de questões pertinentes a mundos paralelos, como a arte, o consumo, a identidade, a formação dos padrões de beleza. Tal esclarecimento fornece base para a compreensão das subjetivações que norteiam as práticas dos agentes que organizam o sistema de moda, fornece embasamento para iluminar as atuações profissionais que estruturam o fenômeno em xeque. De outro modo, compreender as lógicas de funcionamento do mundo da moda e suas interrelações abre caminho para o melhor entendimento tanto sobre a estruturação da carreira de modelo, pois corresponde diretamente às práticas e suas dinâmicas, como também ajuda no exame das ações de inserção, aprendizagem, aquisição de recursos sociais das modelos de passarela.

3.1. Arte e Moda

Evitar categorizar alguns fenômenos circulares no mundo social, por vezes, revela-nos como um tipo de mecanismo que ajuda mais na compreensão do que o recurso de enquadramento conceitual: deixar que objetos transitórios inteligibilizem-se por si aparenta ser a ferramenta de raciocínio e compreensão mais sofisticada. Assim é pensada a arte, uma polissemia que dispensa conceitos dados, paradigmáticos, para falar de si através das expressões humanas, da elaboração de artistas. Embora tente-se delimitar um conceito segundo suas propriedades, a arte, assim como o jogo, sabe o que é, porém, não tem fronteiras claras (WITTGENSTEIN, 1999).

Segundo Bastide (1972, p. 20), "a arte não deve constituir uma exceção à regra e, assim como a vida política, a vida moral deve depender do modo de produção da época". A forma como o autor se coloca para a compreensão da arte direciona nosso olhar para a relação econômica existente entre a expressão de espírito, a visão de mundo do artista, suas intenções, à realidade de sobrevivência dos indivíduos em seus contextos sociais. A arte não restringe-se ao ficcional, onírico. Pelo contrário, reflete batalhas intra-mundo, pensemos o caso da hierarquia entre artistas, e extra-mundo, o

caso da expressão da realidade e suas relações econômicas, de atribuição de valor, posse, aquisição e distinção social.

Desde que a moda ensaiou seus primeiros passos no contexto da divisão entre artes e ofícios, por volta do século XVIII, terminou por localizar-se no âmbito do extra-artístico. É elemento de tipologia híbrida caracterizada pela mestiçagem de ambos os universos. Todavia, no século que seguiu, com o auge da Alta Costura, a moda foi ressignificada e tomada como a arte de pleno direito. É clara a transformação dessa lógica com os trabalhos dos estilistas Charles Frederick Worth e Paul Poiret. A trajetória profissional de Charles, por exemplo, apresenta esta mudança quando ele abandona o trabalho como artesão e passa a exercer funções como estilista. Ele deixa de ser um simples artesão orientado pelo desejo e satisfação de seus clientes, para tornar-se uma espécie de criador-livre, permitindo que o auto-desejo floresça (SVENDSEN, 2010).

Após abrir a *maison* em Paris, Worth foi considerado pelas madames francesas o verdadeiro rei da moda. A partir dele as criações passaram a ganhar assinaturas, uma liberdade espiritual experimentada pelo perfeccionismo, pelas tendências artísticas em que debruçou-se para inspirar-se. A troca de habilidades, agora devidamente incorporadas, o fez adentrar ao prélio pelo reconhecimento como artista. Assim fez Paul Poiret, que se auto-definiu como artista a costureiro e lançou mão de diversas estratégias, tais como assinar como Magiar e Bizantino, em vez de números aplicados até o momento, visando distinguir-se (SVENDSEN, 2010).

O posicionamento assumido a partir do adicional nas roupas atingiu a dimensão simbólica agregando valor. As necessidades de reconhecimento e quebra de tabu, entre o *status* de costureiro para estilista, vem acompanhando a trajetória da moda. Observamos essas tentativas quando o estilista Gaultier traçou os espartilhos para serem vestidos por cima das vestes, um estilo mais subversivo lançado para romper com a moralidade da vestimenta antiga, agora reexperimentada pela face avessa. Cada estilista lança suas novas coleções na tentativa de elevar-se com a inovação pensada na modernidade e vislumbrando o futuro.

A relação intrínseca com a moda foi de tal magnitude que diversas *maisons* construíram seus próprios museus de roupas como grande mostruário da arte. Um dos casos mais específicos é o da marca Prada. O próprio ateliê patrocina os museus de arte contemporânea que servem de fundamento e inspiração para as coleções artísticas. As coleções de MacQueen, as quais tiveram títulos como *Highland Rape* e *The Golden*

Shower, abraçaram uma estética de vanguarda. Elas basicamente apelam que são arte e não algo banal como roupas “comuns” (SVENDSEN, 2010).

A coleção de primavera-verão de Alexander Macqueen em 2001 encenou uma reflexão interessante sobre a objetificação na moda. Uma grande caixa retangular feita de espelhos foi posta na passarela. O desfile começou com um atraso deliberadamente grande, de modo que as pessoas da plateia tiveram de passar muito tempo contemplando suas próprias imagens espelhadas, em vez de apreciar as modelos. Esse artifício foi particularmente significativo porque a plateia era composta em grande medida por jornalistas de moda, que ganham seu pão de cada dia dizendo aos outros que aparência eles devem ter. Os observadores tiveram de se auto-objetivar (SVENDSEN, 2010, p. 123).

Apesar de arte-livre, a razão de ser e existir da moda objetiva o consumo final e venda das peças. Não é confeccionada visando apenas o vislumbre em si, além de funcionar, como se imagina, segundo princípios do caimento no corpo perfeito, no encaixe poético e transcendental. A conjugação destes fatores corresponde à lucratividade e, associada às boas campanhas de publicidade fortemente adjetivadas pela mídia, a potencialização do valor expande-se consideravelmente. Há, entre todas estas, outra forma de disputa, trato especificamente da desenfreada pelos estilistas e suas grifes, pelos nomes e coleções que vão ditar as novas regras e ocupar posições de poder neste mundo (BOURDIEU, 2015; 1996).

A diversidade de vestimentas é infinita, as possibilidades de criação baseiam-se nos mais diferentes retratos sociais, artísticos. Acontecimentos históricos relatam os períodos de uso das roupas, a desenfreada corrida pelas técnicas cada vez mais afiadas de confecção. Religião, guerra, pobreza, riqueza, cada faceta demonstra um tipo específico de ornamento que reflete a face do período. Os ornamentos dizem muito antes de qualquer expressão verbal, relatam historicamente antes mesmo que qualquer comunicação dialógica.

Tanto a moda quanto a arte carregam no âmago a essência da expressão humana, a efervescência da pulsação criativa, imaginativa. A moda é a arte viva da expressão do estilista-artista. Nas passarelas, muitas vezes as peças são desfiladas pelas modelos, mas não utilizadas pelos indivíduos no contexto comum. Uma das razões mais claras é a discrepância encontrada entre a criação, quase ficcional da arte do estilista, com a realidade dos padrões circulados na sociedade.

Um marco importante nestas definições ocorreu em 1914, quando o artista Giacomo Balla escreveu o manifesto Vestido Antineutral, no qual colocou a roupa em primeiro plano, como necessidade de mudança individual de mudança de pele, subvertendo todas as formas apresentadas sobre cortes e composições de peças. O estilista como artista vislumbrava a autenticidade redesenhando e concedendo seu próprio toque, assim como se vê na obra de arte.

A liberdade é alcançada de modo a conceder vida à roupa através dos movimentos dos corpos humanos. Um caso de arte viva intrínseca à filosofia da moda refere-se ao próprio surrealismo, lançado por André Breton, no ano de 1924. O movimento influenciou mentalidades que rechaçavam qualquer tipo ação racionalista que bloqueasse a dignidade do pensamento flutuante. Para o artista, a necessidade de deixar o pensamento fluir e percorrer caminhos inimagináveis é fundamental para se atingir a criatividade. O caminho mencionado por Breton atravessa os mesmo meandros de um sonho. As criações de moda ancoradas no espírito surrealista enfocam no eixo no inconsciente onírico (SVENDSEN, 2010).

Um caso exemplar pode ser observado nas criações de Salvador Dalí (1904-1989) ao lançar o Paletó de Smoking Afrodisíaco, o qual demarcou uma nova forma de pensar as influências da arte na moda e vice-versa. Diversas foram as produções que atingiram diretamente as passarelas (GONÇALVES, 2017).



Figura 17. Dalí até hoje influencia diretamente o mundo da moda, como é visto no mundo das passarelas. Fonte: Blog Xico Gonçalves.

Outro exemplo saliente é o movimento das artes plásticas identificado como Cubismo, o qual representa o rompimento da arte ocidental a partir do Renascimento. É tido como um dos movimentos mais influentes do século XX. Os artistas que compõem o cubismo pintam objetos achatados objetivando eliminar os resquícios de informações tridimensionais. A proposta artística refere-se ao retrato de formas geométricas tais como cubos e cilindros. Tais formas estão presentes nas composições artísticas inspiradas para retratarem pessoas e objetos. Entre a paleta de cores tem-se geralmente a preta, a marrom, a ocre e a cinza. No Brasil, a repercussão cubista ocorre com o marco do movimento artístico da Semana de Arte Moderna, no ano de 1922. Dessa forma, compreende-se que no Brasil não houve artistas presentes nessa linhagem, apesar de nítida influência observada nas artes de Tarsila do Amaral, Di Cavalcante e Anita Malfatti.

O impacto da Semana de Arte Moderna no Brasil percorreu geografias além-fronteiras e serviu de base para inspirações artísticas em todo o globo. Uma exposição na América do Norte, intitulada *Tarsila do Amaral: Inventing Modern Art in Brazil*, foi espalhada pelo MoMA, de Nova York, e pelo Instituto de Artes de Chicago. O título refere-se à mulher que forneceu bases e tornou-se referência para o modernismo brasileiro. Forma mais de 130 obras selecionadas para integrar o acervo localizado nos Estados Unidos, subdividida em pinturas, desenhos, fotografias e demais produções. O acervo relata a vida da artista desde sua infância no interior de São Paulo, passando pela temporada em Paris, até a composição do grupo na Semana de Arte Moderna (CHAMIS, 2017).

A pintura *Abaporu* de 1928, que originou o Manifesto Antropofágico escrito por Oswald de Andrade, o qual tecia críticas ácidas à dependência cultural brasileira, foi tida como a referência mais sólida pelo reconhecimento de pintura por públicos diferenciados. O nome *Abaporu* é de origem Tupi-Guarani que significa “homem que come gente”, ou o antropófago, conjugação de termos “aba” (homem), pora (gente) e ú(comer). O movimento apresentava a proposta de deglutição da cultura estrangeira, que passaria a integrar a realidade brasileira, para originar uma nova forma de cultura tipicamente moderna e transformada (CHAMIS, 2017).

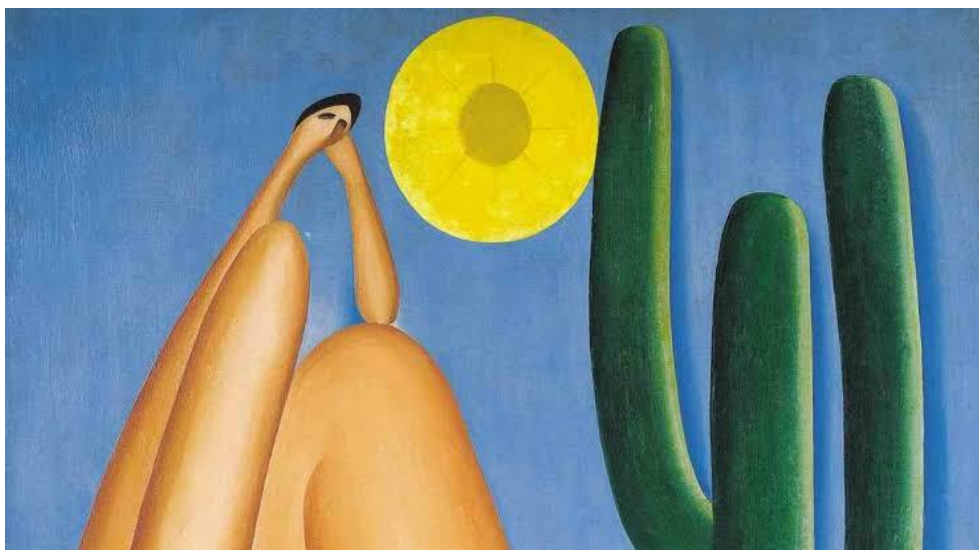


Figura 18. A tela *Abaporu* tornou-se referência para o movimento modernista brasileiro. Fonte: Blog História das Artes.

No ano de 2017, as obras de Tarsila inspiraram as passarelas do evento da *São Paulo Fashion Week* desfiladas pela coleção-cápsula da Osklen. Não apenas a *Abaporu*, como também *Palmeiras*, produzida no ano de 1925, ganharam estampas desfiladas no maior evento de moda do Brasil. Além de apresentar olhar distinto sobre a sociedade expresso em forma de arte, Tarsila é lembrada também pelo excêntrico estilo de vida e redes de amizade, principalmente relativo aos poetas parisienses (CHAMIS, 2017).



Figura 19. Apresentação da coleção da cápsula da Osklen <https://universomovieforward.com/2017/08/29/spfw-n44-osklen-homenageia-tarsila-do-amaral-em-colecao-charmosa-e-elegante/>

De modo preciso, vale dizer que as regras da estética de moda são semelhantes às que regem o universo da arte. Dessa maneira, tanto um escultor, um pintor ou mesmo um estilista, trabalham com ferramentas análogas em termos físico-simbólicos: linhas, cores, ritmos, tônicas, volume, equilíbrio, harmonia. A distinção situa-se basicamente na produção final e no valor de uso. O estilista situa-se na moda como o criador que irá despertar e saciar os anseios dos consumidores. No ano de 1965, Yves Saint-Laurent elaborou o vestido de tubinho inspirado nas fabricações de Piet Mondrian (1872-1944), que se baseava em características de geometrias verticais, horizontais e cores puras em sua tipologia. A peça atravessou processo de ressignificação para se popularizar e, assim, atingir maior fatia de mercado, composta pelo público feminino. McQueen faz parte dos estilistas inovadores que extraem da sociedade inspirações abstratas para construir as peças. A ilustração desse sintoma é observada quando abordou a incessante busca pela beleza encontrada nos formatos mais bizarros (GARCIA, 2010; CORDEIRO, 2010).



Figura 20. Peças desfiladas por Alexander MacQueen. FONTE:
<http://dezoitonow.blogspot.com/2015/07/pranchas-inspiradas-do-alexander-mcqueen.html>.

Infinitas são as possibilidades encontradas na arte. Desenhos, pinturas, gravuras, música, todos formados de expressão trazem no cerne díspares pretensões no despertar emocional, da ativação sensitiva. De criações simples às mais complexas, pensadas as intersecções múltiplas experimentadas pelo sensorial humano, são criadas as peças mais ousadas. O pintor e escultor italiano Giacomo Balla é exemplo de composição que se pretende futurista. A técnica aplicada era a do pontilhado, utilizada para erigir os principais temas do que chamou de futurismo. O designer de moda, Gustav Klimt, inspirou modelos de vestidos segundo proposta da arte identificada como Simbolismo (BULHÕES, 2012).

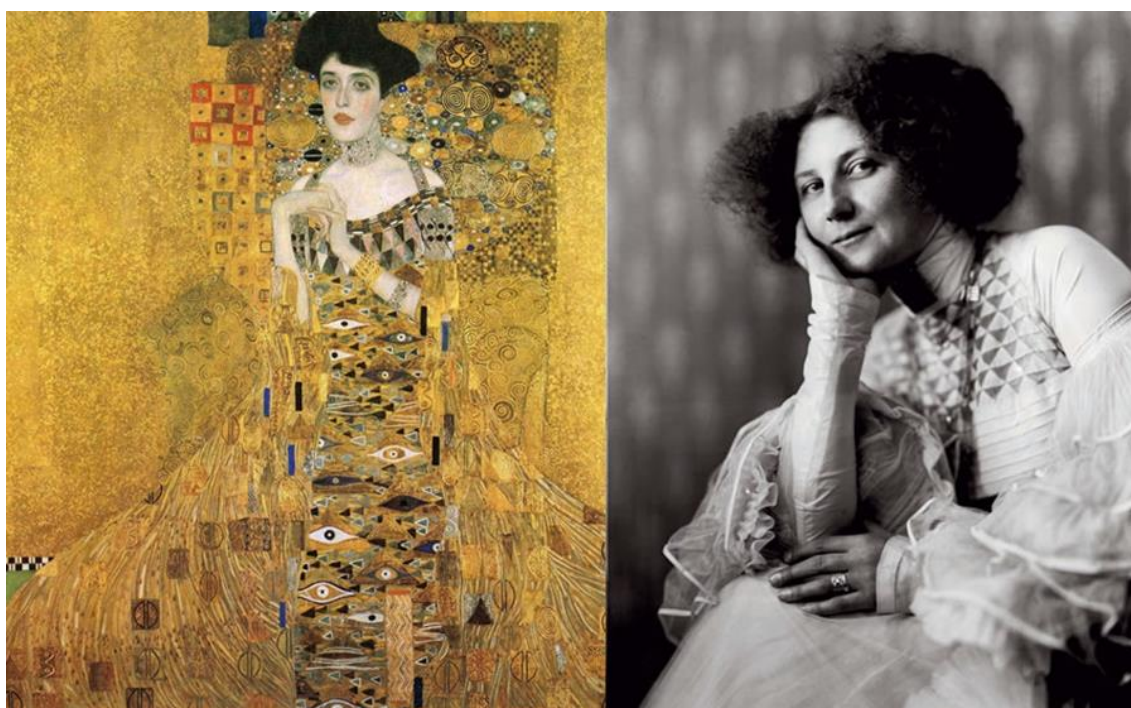


Figura 21. Inspiração do simbolismo de Gustav Klimt, Fonte: Império Retrô.

No Brasil, Iberê Camargo apresentou sua coleção de saias pintadas por eles no Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS). Aqui, o trabalho inspiracional foi o inverso: as saias inspiraram suas pinturas. O artista nasceu em Restinga Seca, no Rio Grande do Sul. Ele foi pintor, escritor, desenhista, professor. Tido até hoje como um dos principais representantes do abstracionismo expressionista no Brasil (BULHÕES, 2012).

Disto, evidencia-se as tentativas de alteração das cargas conotativas relativas às mudanças de cargo quando o artesão, costureiro, passava a realizar rabiscos que

tornariam-se peças de roupas. A estratégia da passagem faz referência direta ao prestígio alcançado ao apresertar-se enquanto tal. Isso demonstra, entre outras coisas, o posicionamento do homem no setor da moda, o qual buscava um meandro para reposicionar-se nas escalas de poder.

Sem embargo, para abordar o assunto que segue, antes nos vale retomar que na arte, traços, cores, sinuosidades, composição, carregam uma miríade de significados. Na moda, estes artifícios são apropriados para a criação das peças transformadas em produto final que irão ocupar as vitrines. Cada elemento da composição das peças, os símbolos intencionalmente utilizados, nos revela a identidade grupal, a mensagem que se quer expressar, o poder e a permissão da utilização ornamental.

3.2. Moda e Leitura da Simbologia Ornamental

A moda também é epicentro de interligação entre ramos distintos de disciplinas. Os aspectos de interconexão se esbarram, demandando, entre os estudiosos, a necessidade de edificação de fronteiras, de um programa de pesquisa delimitado, composto por objetivos, literatura, metodologia de análise. Entre os rumos endereçados, focalizados na análise da moda, destaco os *fashion studies* e o *Dress Studies*, onde é possível também identificar intelectuais que sedimentaram suas pesquisas em outros âmbitos. No entanto, estenderam a construção de teorias para os estudos da moda, tornando o fenômeno mais inteligível: Alfred Louis Kroeber, Lisa Rofel, Susanne Kuchler, Edward Sapir, Leroi-Gourhan, Annette B. Weiner Marshall Sahlins, Daniel Miller, Grant McCracken, Joanne B.

Publicada no ano de 1759, a obra *Theory of moral sentiments*, redigida por Adam Smith, constitui-se como uma das publicações pioneiras no que se referiu ao tratamento da temática da moda. Segundo Smith (1759), os indivíduos tomam as maneiras de portar-se e vestir-se das camadas mais privilegiadas, dos estilos de vida apresentados pela elite. Todos esses formatos expressos pelas culturas simbólica e corporal atribuímos como sinônimo da moda. Alguns raciocínios relativos ao formato de imitação das camadas mais populares refletindo o gosto da elite, a vontade de distinção através da *mimeses*, apresentam um modelo de sociedade que organiza toda a

estrutura de poder e faz concentrá-lo nas camadas que constroem o mundo (SILVANO e MEZABARBA, 2019).

Nos anos de 1890, o pensamento de Gabriel Tarde (2004) sobre a moda apresenta a perspectiva de imitação como algo relativo ao pertencimento de grupo. São extensões desse pensamento questões políticas e ideologias, imitações das culturas grupais, a magia criada diretamente ao poder. Ancorado no estudo dos Kayapo, grupo indígena que habita na Amazônia brasileira, Terence S. Turner publicou, no ano de 1980, um estudo concentrado na questão da universalidade das roupas, intitulado *The Social Skin*. O autor debruçou-se sobre a interpretação dos adornos no sentido da associação e pertencimento social do indivíduo. Segundo o autor, os adornos funcionam como instrumentos de comunicação, tal como ratificam os defensores da moda.

O fenômeno torna-se pouco mais complexo quando invocamos questões relativas ao corpo e como a moda auxilia na significação total. Neste sentido, Le Breton, ao publicar *Anthropologie du corps et modernité*, ano de 1990, ajudou a iluminar a questão ao gerar estranhamento sobre um objeto tão naturalizado (o corpo). Através da análise da anatomia humana, forneceu múltiplas interpretações, trouxe ângulos multiversos de análise, esquemas de compreensão sobre o que constituiria a pessoa, o corpo social no interior dos contextos sócio-históricos individuais. Como relaciona-se o corpo individual com o corpo social, como este mesmo corpo deixa de pertencer apenas a si para se refratar aos sentidos de alhures, são algumas das indagações tratadas pelo autor.

Entre os estudiosos da área da antropologia circula o entendimento do corpo cultural, resultante dos processos de socialização, de práticas cotidianas, de padronizações sociais. Dessa forma manifestaram-se Marcel Mauss, Pierre Bourdieu. Todavia, a compreensão do corpo moderno rompe em partes com a estruturação social, a incorporação inconsciente, e passa a ser gerenciada reflexivamente. Corpos, roupas, demais aparelhagens são montados segundo ordens de teor reflexivo identitário, necessidades, vontades, desejos. Como desejo ser apresentado no mundo social? Na realidade apresentada, a reflexão da projeção de si para o mundo coloca o corpo pensado como um objeto plástico, tanto anatômica quanto subjetivamente moldado. O ornamento da roupagem tido, independente de seu tempo, como algo místico, hibridiza-se com a composição da personalidade montada segundo princípios da autoconsciência (SILVANO e MEZABARBA, 2019).

Numerosos estudos relativos à conexão entre a antropologia e a moda abordam as relações de poder atribuídas aos usos sociais dos adornos, as emoções e demais propriedades simbólicas e cognitivas observadas nas construções do indivíduo. Malinowski (1976) torna a assertiva inteligível ao apresentar o estudo do ritual Kula, com trabalho sobre os objetos envolvidos, os quais foram ampliados depois com os estudos de Annette B. Weiner (1988), abordando particularmente o sentido das roupas em *The Trobrianders of Papua New Guinea*.

O material desenvolvido pela antropóloga Joanne B. Eicher (2000), intitulado *The Anthropology of Dress*, é tido como demarcador de fronteiras de estudos centrados especificamente nos modos de vestir das sociedades, rituais e práticas inerentes à composição. Aparência, poder, estético, simbologia do poder, experiência emocional, identidade cultural, auto-reflexividade, magia ornamental, distinção, exteriorização do eu, constituem-se apenas como alguns aspectos que direcionam as análises.

A moda é reflexo da transformação sócio-histórica demandada pelas necessidades materiais e espirituais da humanidade. Em *Les Lois de L'imitation*, Gabriel Tarde (2004) nos apresenta uma distinção preponderante entre a moda e outros movimentos que emergem da sociedade: a contínua transformação, o propósito da novidade, a descoberta. Aguçados pelo espírito descobridor, percorrendo caminhos para a subversão das tendências, dos jogos de poder, os agentes que compõem o mundo da moda no sentido mais competitivo, lançam mão de ações visando o estrelato do momento presente. Esta filosofia revela o segredo do próprio mercado, o prélio dos paradigmas das tendências do hodierno. A moda é a representação máxima do capitalismo competitivo, fruto de um pensamento burguês originário do rompimento com a mentalidade mística e com o obscurantismo medieval.

A ideologia, portanto, altera-se conforme as mentalidades, a estrutura moldável resulta e também propõe novas atmosferas sociais físico-simbólicas. A resignificação parte destes processos de transformação de sentidos. A Europa ilustra esse fervor pela mudança depois do Renascimento, com a ênfase nas socializações citadinas e o desejo da competição pela indumentária, o anseio do pertencimento.

A Itália é exemplo saliente quando se pensa a necessidade das transformações corporais, do uso da maquiagem, do crescimento dos cabelos. De forma semelhante ocorreu com a realidade francesa no período posterior à Idade Média, quando Carlos VIII e Luís XII passam a convocar também para perto de si mulheres e filhas dos seus súditos. A aproximação entre o reinado e grupos os femininos conjugou visões que

reforçaram a preponderância para sinônimas da moda e distinção social (SOUZA, 1987).

Se, para muitos, a moda define-se como uma construção cultural da identidade introjetada; na visão antropológica, ela resguarda a magia, a fascinação, o encarar do desconhecido, as conotações simbólicas, estéticas e sociais. A consciência da existência da moda é despertada depois do empenho acentuado da humanidade Renascentista, ressignificada com as transformações advindas da Revolução Industrial.

Ornamentos corporais, no entanto, sempre estiveram presentes na sociedade, e isto inclui maquiagens, joalheria, arranjos de cabelo. Cada elemento da composição total da roupa carrega sentido simbólico distinto que apenas são compreendidos conforme cultura grupal. A aplicação do urucum e do jenipapo utilizados para as criações artísticas entre os indígenas brasileiros esclarece o exemplo. Do mesmo modo, o uso de determinadas marcas, tais como Chanel, Yves Saint Laurent, também carregam densamente sentido nas sociedades que a compreendem.

Disto, permite-se depreender que cada sociedade, ou cultura, possui imperativo ornamental simbólico utilizado para as mais diversas funções. Cada elemento de composição demonstra gosto, gênero, pertencimento, permissão, usos para determinados rituais. Todas as motivações dos usos destes agregadores ornamentais baseiam-se nos atributos abstratos, na riqueza estética, na demonstração social de pertencimento.

Os ornamentos trazidos nas peles humanas jamais trazem apenas uma orientação, conotando significado unívoco. Ilustram bem o povo brasileiro, cuja composição social forja-se na adaptação ecológica, com ventre tupi. Suas modificações ornamentais ocorrem segundo contato com os colonizadores portugueses (RIBEIRO, 1977).

A interação da matéria-prima bruta proveniente da natureza- como pedras, ossos, madeira, embiras, cipós, cucurbitáceas-, com os indivíduos, corresponde à dependência dos humanos sobre objetos que fornecem a possibilidade de criação. Semelhante é vista entre as maquinarias e o próprio algodão utilizado para a criação das roupas que circulam nos corpos em vias urbanas. A identidade étnica advém da relação simbólica com o objeto. Assim vemos na configuração do formato de auto-imagem das tribos, quer sejam urbanas ou nativas.

Tomemos o caso da ornamentação difundida entre os *Kĩsêdjê*, que apresentam o processo de transformação no percurso dos períodos. A distinta tradição carregada por

este grupo acentua os grandes discos de madeira, ou folhas confeccionadas com a própria folha da palmeira, que inseridos nos lóbulos das orelhas. Nos anos iniciais do século XX, os rituais de matrimônio entre os Kĩsêdjê e a tribo Alto Xingu extraíram das mulheres os grandes discos auriculares (SEEGER, 2014).

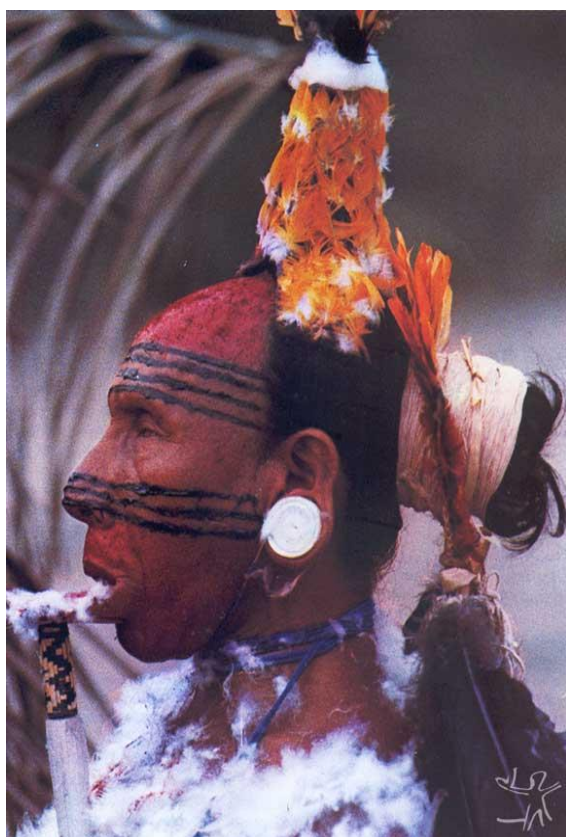


Figura 22. Rondó Suyá. Foto: Anthony Seeger, 1982, 2014.

O disco de madeira inserido no lábio interior, com circunferência podendo alcançar 8cm, integrava a composição da ornamentação masculina em quase todo o período do dia. O disco recebia pintura extraída do urucum, em tonalidade vermelha, onde resguardava-se a simbologia do círculo que representava a Constelação de Plêiades, mantida na tonalidade originalmente amadeirada (SEEGER, 2014).



Figura 23. Detalhe do disco labial suyá. Foto: Camila Gauditano, 2001. Disponível em <https://img.socioambiental.org/v/publico/kisedje/>

A perfuração das orelhas dos homens e mulheres que construíam a tribo representava o primeiro sinal de inserção nas atividades sexuais. Já a perfuração dos lábios correspondia à introdução dos homens na vida adulta. Antes de tornarem-se pais, casarem-se e terem construído seus espaços familiares, a comunidade esperava que os homens fossem gradativamente produzindo discos ainda maiores. O uso dos discos nos lóbulos das orelhas e na região do lábio inferior simbolizava a preponderância cultural atribuída aos valores da audição e da fala. Enquanto o ato de saber ouvir carregava sinônimo de sabedoria, a fala era vista não apenas como instrumento de emissão dos belos cantos, mas também como ferramenta de combate. Qualquer que seja a finalidade da utilização, o grupo étnico de pertencimento, a motivação de uso dessas peças expõe objetivamente razões de aspectos simbólicos, exercem forças de sentido, assim como a roupa elaborada para alimentar o ego do rei, possível apenas quando existe em relação a algo, ou mesmo entre a personalidade e a estrutura estruturante da moda.

A moda corresponde à relação social estruturante adaptada aos rituais sociais (casamento, batizado, teatro), conjunto de moralidades, ideologias sustentadas, localizadas nas sociedades de forma específica, variando de acordo com determinadas épocas. Um exemplo bastante saliente refere-se ao uso das calças pelas mulheres e a

gradativa diminuição dos biquínis no Brasil, mormente quando nossa história é marcada pela força do patriarcado e pelo exercício da dominação do corpo feminino.

Dentre os ornamentos e signos de identificação temos o exemplo marcante das tatuagens. Antes de tornar-se parte da simbologia das tribos urbanas, integrar à rede comercial, ser observada sob a perspectiva lucrativa, a tatuagem esteve presente entre grupos como egípcios, pictos, indígenas brasileiros, dentre outros.



Índia Caduveo (Mbaya), Rio Nabiléque, Chaco.
Figura 24. Ilustração da prática da tatuagem em Índia kadiwéu. Fonte: BOGGIANI, 1945. Pinterest.

Os *kadiwéus* ou *cadiuéis* são um grupo indígena que habita a Reserva Indígena Kadiwéu, região oeste do Rio Miranda, fronteira do Estado do Mato Grosso com o Paraguai. Eles ilustram bem os tipos de tribos brasileiras que praticam a tatuagem

corporal por diversas motivações, sejam elas para as práticas ritualísticas ou para reverenciar elementos da natureza (BOGGIANI, 1945).

Foram os marinheiros os responsáveis diretos pela inculcação da prática da tatuagem no mundo, principalmente ao entrarem em contato com os polinésios. Os desenhos tatuados representavam as trajetórias de aventuras que passavam em alto mar: feras marítimas, embarcações e caveiras. Eles participavam dos grupos considerados escória da sociedade, tais como as prostitutas, homens de guetos, tavernas, lutadores de rua, criminosos.



Figura 25. Ilustração de 1942, em loja de tatuador dinamarquês.

Outro exemplo que se prepondera é o da vestimenta das Cholitas bolivianas. Presentes no Altiplano, elas possuem aspectos particulares ao utilizarem diversas camadas de tecidos coloridos, saias rodadas e largas, tranças, chapéu de feltro e sapatilhas.



Figura 26. Imagem da Indumentária da uma Cholita Boliviana. Fonte: Site da BBC.

As vestes das *cholitas* atravessam as estações, funcionam como um tipo específico de uniforme com típica combinação. Em caso de eventos específicos, como desfiles, elas compõem o *look* com brincos e broches caros. A manta presa a um broche constitui-se como elemento basilar da formação da roupagem, em conjunto com as anáguas, que são as várias camadas inferiores, as quais geralmente localizam-se nas regiões mais expostas e em cadências coloridas (DEAR, 2014).

Esse grupo de mulheres encontrou na moda uma maneira de combater e escapar da carga de preconceitos desferida sobre indígenas e mestiças que vivem destribalizadas em ambientes urbanos *hostis*. A uniformização de grupos sociais possuem capacidades distintas, quer seja para conjugar forças, apresentar pertencimento, como no caso das *cholitas*, ou mesmo para individualizar, extrair os eus nos cotidianos interacionais (DEAR, 2014).

Tomemos o caso dos triângulos roxos costurados às fardas do grupo religioso formado pelas Testemunhas de Jeová, perseguido no percurso da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) por manterem-se neutros quanto à participação nos ataques nazistas. Judeus, Ciganos, Testemunhas de Jeová, dentre outros grupos que possuíam

culturas distintas, tornaram-se alvos do nazismo encabeçado por Hitler e parceiros que comungavam com seus projetos de dominação. A prescrição orientada por Hitler foi o envio desses grupos aos campos de concentração nazistas, todos eles vestindo a farda com a costura do triângulo roxo invertido (MORATORI, 2010).



Figura 27. O triângulo roxo demarcava o vexame da neutralidade acusada por Hitler. Fonte: Blog Avidanofront.

O elemento de pertencimento de grupo é observado numa diversidade significativa das vestimentas em suas inúmeras probabilidades: pálio romano, *tailleurs* dos executivos, roupas mínimas de prostitutas, camisetas de partido político, camisa de clube de futebol. Há ainda combinações de roupas que remetem imediatamente a seus adeptos, como no caso dos roqueiros, *streets*, *hippies*, surfistas. Algumas peças permanecem intactas para a manutenção e respeito às tradições. O solidéu ou iarmulca, chapeuzinho que cobre a nuca e que é usado como *kippah*, símbolo de um judeu piedoso que está sob a figura de Deus, é visto circulando até hoje.



Figura 28. O uso do solidéu também usado por alemães para demonstrar solidariedade com a comunidade judaica. Fonte: Jornal The Guardian.

Notemos o processo de adesão de determinadas indumentárias motivada por razões individuais, questões de tratamento subjetivo, de cunho político. Através delas podemos identificar *a priori* os desejos de pertencimento, os graus de cultura e gostos carregados pelo corpo. Cada indumentária carrega no cerne conotações pluralizadas, significados históricos e socialmente atribuídos, concebidos através do reconhecimento identitário, do grupo pertencente, do conhecimento compartilhado, como indicado. O véu utilizado pelas mulheres muçulmanas ilustra claramente este raciocínio quando compreendemos que ele resulta do processo de urbanização na passagem para o século XIX.

O antropólogo Ernest Gellner (1992) mostra que a adoção do véu pelas mulheres está intrinsecamente relacionada à identidade de combate defendida pela minoria migrante nas sociedades ocidentais. O entendimento sobre este acessório toma outra forma conotativa quando atribuímos o uso à forma de exercício de poder dos *wahabbi* ou *talibãs* sobre as mulheres. Avessamente, no contexto sócio-cultural francês, ou mesmo na Turquia secularizada, o uso do véu representa a luta pela autonomia e emancipação feminina.

Outrossim, a obtenção do *pinkcollar*, um símbolo de poder e distinção entre as trabalhadoras de Barbados, nos revela inteligivelmente as subjetividades desenvolvidas em função da necessidade de segregar indivíduos e unir concomitantemente, segundo

esta filosofia. As roupas de Alta Costura constituem-se como caso de conotação paradoxal semelhante a este. Também as roupas dos jesuítas, franciscanos, andarilhos, hierarquias nos fardamentos dos exércitos, marinha aeronáutica, aeromoças, pilotos, jaleco branco, gravata de advogados, entre outros, constituem-se como símbolos diferenciadores, mas também compõem a identidade grupal, apresentam as posições assumidas nas hierarquias sociais.

Acerca do exame sobre as exemplificações dos adornos simbólicos, cabe dizer que apenas tornam-se ornamentos de moda quando atravessam pelo processo de comercialização, de popularização, de abastecimento do mercado, ou minimamente quando funcionam como um recurso de distinção social. Como vimos na seção anterior, que tratou da influência da arte na moda, também símbolos de determinadas culturas são incorporados na criação da vestimenta levada às vitrines. A moda, como instituto comercial relativamente independente, desapropria elementos inerentes a certos grupos, alterando seu significado. Dessa forma, àqueles que possuem capital para aquisição, compram indiretamente o pertencimento, a ideologia de outros grupos, sob a justificativa da estética, do desejo de posse, da identificação.

Elaborar a composição da vestimenta expressa, sob as múltiplas formas, as identidades que circulam entre os espaços de socialização, as quais criam suas próprias regras e moralidade de vestimenta que autorizam ou restringem a participação. Durkheim (1979) esclarece esta relação na obra *Da Divisão do Trabalho Social* ao tratar das categorias Consciência Coletiva e Consciência Individual. Enquanto a primeira diz respeito ao conjunto de regras e crenças que devem ser seguido por toda a sociedade, o que é comum a todos sem qualquer distinção, como é o caso das roupas; a segunda, por outro lado, é dirigida aos gostos e particularidades, às expressões ímpares que nos identificam como seres únicos. Se a consciência coletiva nos impõe fazer uso da roupa, a individual nos concede a forma da combinação dos adereços, de como comporemos nossa identidade visual, como veremos no que segue.

3.3. Moda, Identidade e Formação da Auto-Imagem

A formação da identidade do indivíduo resulta do processo dialógico com a sociedade, com a exposição às mensagens, códigos, moralidades, disciplinas, sentidos emitidos pelas esferas de socialização. A moda, presente em todas as atmosferas de

forma naturalizada, também é dispositivo de emolduramento dos indivíduos. Exerce influência através da publicidade persuasiva, finca raízes nas vitrines dos shoppings, dita a marca de distinção, impõe como se deve compor o visual para cada ritual nos espaços de interação. Por todos os lados e de todas as formas, latentemente inculcam ideologias orquestradas pelos maestros da moda.

Na visão sociológica, a interpretação da identidade emerge como um fenômeno que significa estar em perpétua construção, em uma incerteza maior ou menor e mais ou menos durável, como afirma Dubar (1997). Complementa Ciampa (1987), que a identidade se constrói na e pela atividade. Ou mesmo que a identidade é formada pela negociação social com entidades que a definem (BAUMAN, 2005).

É central, nesse contexto, o jogo da interação através da representação do eu, ou, para Goffman (2002), do *self*. O autor denomina de fachada o equipamento expressivo do tipo fixo ou mesmo padronizado pelo ator antes e também ao longo da interação. A “fachada” é relativa ao cenário que serve de palco para o desenvolvimento das ações; a “fachada pessoal” diz respeito à aparência, é reveladora do *status*, do tipo de atividade dedicada pelo ator ou atriz no momento; e a “maneira”, que são os estímulos, refere-se ao comportamento, se o indivíduo é agressivo, arrogante ou submisso. O autor sustenta que é necessário haver uma coerência entre a fachada pessoal e a maneira para que haja sucesso na comunicação, para que se transmita consciente ou não a impressão desejada.

Na moda, as fachadas estão relacionadas à composição visual que participará do cenário acrescido da maneira como se comportam os atores para passar as impressões desejadas. Ela cria identidade e estilos de vida diariamente regida pela sinfonia do consumo, pelas economias nacional e globalizada. Ampara-se nos meios de comunicação para gerar a escalabilidade. Intensificou-se claramente depois das novas propostas de consumo intermediadas pelas blogueiras Nas Redes Sociais. Elas atuam utilizando-se de todos os recursos audiovisuais oferecidos por aplicativos de redes interativas, como no exemplo do *Instagram*¹².

Em 2017, o *Instagram* revelou que participavam da rede um total de 700 milhões de usuários. Dessa forma, a escalabilidade de influenciadores de moda dilatou seu poder de influência sobre os indivíduos, tanto na formação de públicos consumidores quanto na relação destes com a própria identidade. A ilusão da

¹² A Rede Social foi lançada em 2010 pelos empresários Kevin Systrom e Yosyp Shvab, nos Estados Unidos. Ele é disponível para aplicativos iOS, depois passou a ser divulgada para usuários em aplicativos de celulares com Android.

comunidade e o efeito de pertencimento confortam consumidores. Assuntos sobre viagens, carreira, beleza, moda, a representação de si no mundo, a exteriorização dos eus, são as variáveis pertencentes ao jogo das imagens, do pertencimento. São elas as responsáveis pelo lançamento das regras de moda a partir do consumo.

Hall (2006) aponta que a identidade é característica do sujeito contemporâneo, o qual resulta de um conjunto de mudanças no interior da estrutura social sob o efeito da globalização. O autor sustenta que, entre as principais características da globalização, estão as rápidas e constantes mudanças nas quais culturas e etnias distantes pelo globo entram em conexão e co-influência direta. O sujeito da cultura atual agora é contraditório, antagônico.

Para a psicanálise, a identificação diz respeito aos laços emocionais e afetivos estabelecidos com indivíduos da esfera social. A identificação de si é o laço mais remoto no contexto da socialização. No processo de construção dos eus no mundo, as afinidades e os gostos são modelados. Ou seja, os indivíduos irão criar laços com a sociedade através das semelhanças, das afinidades. Esta característica se perpetua durante toda a trajetória de vida.

No que tange à identidade visual na contemporaneidade, a autora Vencato analisa na obra *Sapos e princesas: prazer e segredo entre praticantes de crossdressing no Brasil*, lançada em 2013, a identidade visual da comunidade de *crossdressings*, homens que se vestem de mulher que negociam estar montada como princesa ou desmontado como sapo. De acordo com o estudo, o verdadeiro *crossdresser* identifica-se como heterossexual, embora as reuniões da comunidade possam ocorrer em locais em que o público LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) é frequente.

Vale dizer que todos os processos atravessados pela história da humanidade são emoldurados por costumes e culturas cruzadas, projetos de futurismo e modernização imaginados para edificar as novas realidades. Historicamente, a burguesia foi o projeto social que mais trouxe a relação de estreitamento com a moda devido à apresentação de si no processo de ascensão social através das aparências. Com o apoio da moda, o modelo do burguês, o estilo de vida da classe abastada, foi difundido pelos meios de comunicação como símbolo do tipo ideal de pessoa de sucesso.

A moda, ancorada nesta alteração, lança mão de estratégias e combinações visando o lucro intermediado pelo consumo, apresenta o jogo do poder pela aquisição para determinado pertencimento. Assim, consome-se determinada peça para estar

circulando e pertencendo, mesmo que de forma ilusória, a determinada classe. O poder então se manifesta nessa relação da aquisição (BOURDIEU, 2008).

Tida como uma segunda pele, a roupa expressa a manifestação dos desejos internos. As imagens, o mundo das coisas vistas, cumprem, nesse sentido, papel preponderante. A moda só possui algum significado se atrelado às imagens, ao tangível, para, desta forma, exercer algum tipo de poder. As possibilidades de veiculação dos eus a que se pretende construir foram amplamente pautadas nas revistas de moda e em conteúdos de comunicação de massa. Segundo Mendonça (2010), estas revistas não restringem-se à apresentação das roupas, divulgam também modos ideais de como usá-las. No que tange à identidade de gênero através das vestimentas, vê-se que

the development of gender identity is a social construct with garment and fashion being two factors of this configuration. Even fashion should be considered as part of the social processes of discrimination, namely the reproduction of hierarchy's position and prestige in a deeply unequal society (ARVANITIDOU and GASOUKA, 2011, p. 2).

Retomando o caso das blogueiras de moda, cabe afirmar que estas constituem-se como categoria que promove mais influência de consumo de estilos de vida para os indivíduo que acompanham as tendências. Buscadas pelas marcas, estas transformam-se em faces de celebridade para brindar o consumo. São investimentos milionários injetados para o retorno ainda mais rentável para as indústrias deste setor.

Um dos casos que mais chama atenção entre estudiosos de mídia, de economia, e agora tornou-se estudo de caso em Harvard, por protagonizar o projeto de mulher de luxo digital pelo Financial, é o da blogueira italiana Chiara Ferragni¹³. Formada em Direito pela Universidade de Bocconi, em Milão, a blogueira de 32 anos abandonou a profissão como advogada para investir na carreira de digital influencer e de blogueira de moda. Trabalhou desde o início na divulgação de marcas de luxo como *Chanel*, *Gucci*, *Louis Vuitton*, entre outras. Recentemente recebeu uma barbie com sua aparência da empresa de brinquedos Mattel. Chiara Ferragni pertence ao ranking 30 under 30 da Forbes. O início da carreira ocorre em 2009 quando Chiara lança um blog intitulado *The Blond Salad*. Fotos, vídeos, conteúdos com *link* das marcas de luxo, tudo remete ao estilo de vida de elites.

¹³ Ver *The Blond Salad*. Fonte: <https://www.theblondesalad.com/en-US>.

O instagram de Chiara possui atualmente 17,9 M de seguidores, posicionando-se como a blogueira que mais influencia no mundo da moda atualmente. Ancorado na análise dos perfis que circulam no mundo moda, importa observar que o estereótipo de Chiara facilitou sua inserção. A estratégia de ascensão da blogueira valendo-se dos recursos das redes sociais apresentava a visão da transformação da economia da moda através da internet. Com auxílio das revistas de moda impressas e *online*, dos discursos adjetivados tratando da vida da blogueira como um conto de fadas, muitas meninas acabam perfazendo o mesmo caminho, desejando possuir *status* e poder análogos ao de Chiara.

No Brasil, a mineira Camila Coelho¹⁴ ocupa a primeiro lugar no *ranking* das blogueiras mais influentes. Ainda na adolescência, mudou-se para a Pensilvânia, nos Estados Unidos da América e, assim que concluiu os estudos, mudou-se para Boston para morar com sua tia. Assim que aprendeu as técnicas de maquiagem profissional, seus parentes a incentivaram na abertura de um canal na plataforma visual do *Youtube* para que pudesse ensinar ao público passo-a-passo da automaquiagem. Marcas como a Lâncome, Le Postiche, Natura, investem na mineira para a apresentação dos seus produtos.

Através destas plataformas, espectadores acríticos receberão não apenas o aprendizado do conteúdo, mas também o incentivo motivacional para o consumo, as realidades que muitas vezes não condizem com seu poder aquisitivo. Avessamente, a impossibilidade de consumo para a formação da composição visual, da identidade imagética, para a expressão de si, do eu circulante, pode gerar algum tipo de frustração. Importa notar que o despertar do desejo para o consumo no bojo de todas as propriedades simbólicas depende diretamente do poder da crença no produto que está sendo veiculado pelas blogueiras. Assim como os políticos e padres, as blogueiras não apenas contam com o recurso das aparências como também fazem uso do recurso do carisma (Bourdieu, 2002). Esta competência constitui-se como fundamental para conversão do público-receptor em potenciais consumidores e principais alavancadores de ascensão dos gráficos das margens de lucratividade.

Em acordo harmonioso com a indústria da moda, as blogueiras são tidas como instrumentos que auxiliam as organizações no processo de consumo final. Além de

¹⁴ Ver: Camila Coelho, Stay Beautiful. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/makeupbycamila>.

veículos de lucratividade, de potencializadoras numéricas, promovem também o que a seção conseguinte aborda acerca do fetichismo da moda centrada no consumo.

3.4. A Produção do Desejo na Moda

Na lógica de organização do mundo da moda, um dos ângulos salientes diz respeito à produção do fetichismo¹⁵, da ilusão imagética destinada à captação de pessoas para consumo, caso trate-se da produção dos seus objetos, ou mesmo à atração de meninas para inserção profissional em alguma posição na cadeia produtiva. Qualquer que seja a arbitrariedade das práticas, existe um tipo específico de magia maquinada, um invólucro que oculta a realidade do objetivo central de promover a lucratividade.

A conceituação do fetichismo da mercadoria foi lançado por Marx, na obra *O Capital* (1867), correspondendo diretamente a outro conceito forjado pelo autor, o de alienação. Esta última categoria refere-se ao estranhamento gerado no trabalhador ao não reconhecer-se no produto final, visto que, em dado momento, ele não mais participa da cadeia produtiva. O Fetichismo da Mercadoria emerge da concepção do aparecimento mágico do produto irreconhecível pelos seus produtores.

Chama atenção o fato de compartilhar-se abertamente pelo senso comum que o universo da moda é alicerçado sobre a criação de aspectos ilusórios, de discursos adjetivados, centrados na produção da crença, no *status*, no poder de uso, na distinção, e, assim mesmo, pouco altera a rota de consumo. Tanto as denúncias sobre as práticas de produção que flagelam *corpus* de produção quanto a engrenagem obstinada à produção de desejo para o consumo são incapazes de estorvar o funcionamento da indústria da moda (BOURDIEU, 2015).

Embora os meios de comunicação e as produções finais ocultem todas as intenções e a arquitetura real da essência produtiva, que corte-se o processo para se chegar ao fim, ainda assim são circuladas as consciências da edificação ilusória. Isso

¹⁵ A conceituação do fetichismo da mercadoria foi lançado por Marx, na obra *O Capital* (1867), correspondendo diretamente a outro conceito forjado pelo autor, o de alienação. Esta última categoria refere-se ao estranhamento gerado no trabalhador ao não reconhecer-se no produto final, visto que, em dado momento, ele não mais participa da cadeia produtiva. O Fetichismo da Mercadoria emerge da concepção do aparecimento do produto que parece ter surgido de uma mágica.

deixa de ser um pseudo-saber dos consumidores, uma falsa consciência, para tornar-se a consciência do fetichismo que não constitui-se como empecilho de consumo. A verdade da construção ilusória no consumo da moda não preocupa tanto seus fabricantes. Se, para Marx, o fetichismo da mercadoria estava correlata a um falso saber, uma pseudo-consciência coletiva que fazia com que seus produtores ocultassem a verdade última intencional; para Freud, embasado na psicanálise, o fetichismo emerge como um formato de ilusão mais complexo no qual sabe-se da verdade, todavia, desconsidera a razão de seu ocultamento (ZIZEK, 1996).

As propagandas disseminadas nos meios de comunicação formalizam o pacto com os estímulos humanos, com os despertares sensoriais. Propõem a necessidade da aquisição através de um quadro com montagem sobre o efeito da espetacularização. Em todos universos sociais, observamos o desejo circular quer seja por qualquer tipo de substância física ou subjetiva: o desejo de obtenção de um automóvel, do corpo musculoso, ou mesmo de se ocupar espaços de privilégio. Tratando-se do objeto de desejo, Lacan (1959) indica que, com a aparição deste, o sujeito não consegue manter-se, ele evapora, desaparece. Pelo menos ao nível do processo inconsciente. O mundo do consumo através da publicidade é o chamariz apelativo dos estímulos que tentam subtrair a força consciente do sujeito.

O desejo insere-se entre as categorias polissêmicas compreendidas na correlação com o universo que pretendemos investigar. O desejo pela roupa da moda, acessório, ou de estar sob as medidas corporais de uma modelo, até mesmo de se inserir profissionalmente em algum cargo na holocenose da moda, constitui-se apenas com um dos aspectos mais elementares. O projeto de produção em larga escala, identificado como standardização do consumo, comungado ao esquema macro ocorrido entre empresas e indústrias da mídia, resultou num tipo de homogeneização de gostos, uma tipologia de dominação que se abastece das necessidades previamente instigadas na fabricação do desejo. “A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p.114).

A descoberta dessa lógica despertou também seu avesso: a necessidade da recriação concentrada na distinção. Facilmente observa-se tal aspecto quando comparamos marcas de luxo internacionais (Chanel, Louis Vuitton, Hermès, Gucci, Rolex) com marcas populares. Para parte majoritária dos consumistas das cognições imagéticas estampadas pelos meios publicitários, o consumo cumpre a função de

completar um tipo de vazio existencial, ou, como afirma Fontenelle (2005), um vazio identificatório que a imagem vem como um tipo de ilusão de forma. Safatle (2003) trata o consumo como um tipo de “super eu perfeito” permeado na sociedade da descartabilidade reinante.

Por outro ângulo analítico, pode-se dizer que os indivíduos são amplamente compostos de conteúdo de tipo impessoal e ofertas que intencionam suplantar as entonações e características pessoais- “de modo que se a vida desejar agora preservar o que tem de mais pessoal, precisa fazer um esforço supremo no sentido de se tornar distinta e especial” (SIMMEL, 1902, p.100).

Numa experiência relatada pela *personal stylist*, Roberta Carlucci (2009)¹⁶, adquirida num curso ofertado pelo Instituto Marangoni, que possui sedes espalhadas pelo mundo, ela mostra como a Revista *Vogue* arquiteta suas pautas ancoradas no público-alvo de cada nação. Paris, Londres, Milão e Nova York, possuem culturas distintas, concepções, sociabilidade e referências de valores muito próprios. A partir desta concepção, a *Vogue* cria o sentido do *fashion* conforme dada cultura nacional.



Figura 29. Capa da Vogue de Londres ,
extraída do material da Carlucci.

¹⁶ Atuando há 8 anos como Consultora de Imagem Pessoal e Corporativa, diplomou-se na área pelas mais renomadas instituições de ensino, dentro e fora do Brasil, como o Instituto Marangoni, em Londres, Ilana Berenholc, em São Paulo, Fashion Institute of Technology e Carol Davidson, em Nova Iorque, e colaborou com importantes meios de comunicação, como RBS TV (afiliada da Rede Globo no sul do país), TVCom, TVBV, jornal Diário Catarinense, revistas como Exame e Viva Mais da editora Abril e portais respeitados como IG Moda, UOL, GNT Moda e Catho Online. Head of Personal Branding da InSynch Global, empresa multinacional que atende executivos em transição de carreira em todo o mundo.

A capa da *Vogue* londrina reflete o formato híbrido de sua cultura: tribos do *rock*, do *punk* somada aos tons da clássica aristocracia e a cultura de estrutura mais conservadora. A proposta das mesclas conceituais possui agradável aceitação, pois interpreta significativamente a lógica de convivência entre as culturas. Observa-se tanto no relato como vê-se na capa um tipo de polissemia de elementos, conceitos diversificados, conjugação polarizada de representantes musicais, o policulturalismo tribal contemporâneo. Em partes, esse fenômeno policultural apropriado pela moda para a edificação dos desejos de consumo pode ser compreendido na seguinte formulação:

As tribos e suas lutas, a forte interdependência que constitui essas tribos, e ao mesmo tempo a necessidade de um Deus que uma os contrários, eis aí o quadro epistemológico-mítico no qual se insere a dialética do “amor e do afastamento” que parece ser a base de toda a estrutura social (MAFFESOLI, 2014, p. 203).

Distintamente da capa da *Vogue* inglesa, a francesa concentra-se nos tons mais clássicos. Paris é berço da *haute couture*, da referência atemporal da moda inaugurada por Coco Chanel, por isso o resultado do *layout* mais limpo, das cores mais sóbrias, de uma combinação mais poética e sem muitas explosões entre elementos verbais e não-verbais. A elegância é o elemento basilar da cultura parisiense, justificando, dessa forma, a arquitetura da moda através da *Vogue* francesa (CARLUCCI, 2009).



Figura 30. Gisele Bündchen para a *Vogue* francesa inspirada nos anos de 1980. Fonte: Site Acrítica.

Ainda segundo Carlucci (2009), uma das características que mais interpretam a criação da mulher italiana é a alta produção da beleza e a composição do *look* completo. Os fotógrafos contratados para captar imagens que irão se tornar capas são sempre renomados, ancoram-se nas conotações da feminilidade e paixão.

Destaca-se a tentativa de perfeição não apenas na fotografada Madonna - que é cantora *pop*, atriz e produtora de vídeo-, mas também na combinação das cores dos elementos de composição, e fonte da letra. Notemos um *layout* límpido, elementos equilibrados, o *glamour* somado à ousadia, com destaque para a frase em inglês *just one day out of life*, que significa *só um dia na vida*, presente na letra da música *Holiday* (Feriado), lançada no ano de 1983.



Figura 31. Madonna estampada na capa da *Vogue* italiana com fotos da vida em Lisboa. Fonte: Site da *Modaonline*.

A *Vogue* circulada em Nova York, assim como as supracitadas, reflete a cultura de consumo local. As motivações emergem do formato da aquisição pragmática, foca na comercialização instantânea. Segundo Carlucci, a revista ancora-se na simplicidade, realidade e praticidade de uso das roupas. São mais de 1 milhão de vendas realizadas mensalmente. A singularidade da *Vogue* nova-iorquina está no excesso de informação, nas cores chamativas, no despertar de desejo de consumo combinando às celebridades de capa com fontes díspares, nas correlações com as estrelas hollywoodianas.



Figura 32. Sarah Jessica Parker, protagonista da série de TV *Sex and the City*, para a *Vogue* dos EUA. Fonte: Blog da Maria.

A revista *Vogue* e demais veículos de comunicação funcionam como instrumentos de propagação e divulgação dos produtos de moda, constituem-se como fontes prévias de estímulos que levam ou não ao consumo final, todavia, vendem-se concomitantemente. Todos estes em partículas formam uma grande cadeia de consumo. Como foi enfatizado diversas vezes, um dos recursos que potencializa tal sistema é a Publicidade e Propaganda, cujo termo deriva do latim *propagare*, referindo-se à propagação de ideias, princípios, doutrinas, informações adjetivadas para gerar valor aos produtos. Todavia, toda essa lógica está assentada no indicador da cultura de consumo própria da realidade a que se destina a informação sobre os produtos de moda (Merken, 1982). A importância do conteúdo elaborado deve cumprir o objetivo de satisfazer os gostos, de despertar o sensitivo. Caso contrário, o efeito surte ao inverso, causando repulsa, podendo comprometer a imagem da marca.

A centralidade da satisfação dos desejos coloca-se no epicentro do debate de toda a elaboração produtiva, no conjunto das formulações e planejamentos objetivando a aquisição do público. A engrenagem raciocinada envolve tanto emotivamente quanto racionalmente a operacionalização da comunicação entre o transmissor e o receptor. E, neste caso, o sentido e a conjugação das forças produtivas são canalizadas para instigar a posse da peça da moda. Isso explica a edificação do deslumbre, do objetivo do *status*,

da satisfação, do atingir o coração, de promover a ilusão e o fascínio. Para isso, os inseridos no cosmos da moda resguardam seus segredos de ofício e da produção; a magia que transcorre em todas as etapas desta economia, serve de invólucro nos despertares da curiosidade (TOSCHI e MATTEU, 2016).

A lucratividade da indústria da moda corresponde à equação do sucesso da elaboração da mensagem condizente com a satisfação dos consumidores. O desvelar de toda essa engrenagem aponta para o processo da manipulação do público.

Estas são ideias também associadas à moda, sendo que questões interdisciplinares e multidisciplinares de cunho social e comportamental interagem com ela de forma contígua, cumprindo destacar mais uma vez a identidade; a necessidade humana de pertencimento; a díade: imitação e diferenciação; e, o fato dela ser um importante meio de comunicação não verbal, que transmite significados pessoais e sociais adicionados a aspectos funcionais, tornando-a uma ferramenta de socialização ou exclusão (TOSCHI e MATTEU, 2016).

O consumo da moda atravessa a simplicidade da aquisição para atingir camadas mais profundas do ser, de aspecto mais subjetivo, com impacto direto no bojo das relações indivíduo-objeto, indivíduo e sociedade, identificação, círculos sociais de representação, pertencimento, identidade. Acrescenta-se a transformação individual no processo de ressignificação assente em cada peça. Diagnóstico preciso caso retomemos as imagens e a representação mágica de certas marcas. Cada objeto de moda carrega no cerne valores simbólicos, signos, estilo de vida, a comunicação e *status* de pertencimento que cada corpo irá transmitir nas searas públicas. Os elementos sensitivos formam-se de linguagens e tipologias híbridas e sincréticas, não restritas apenas ao que é dito, expresso, manifesto, mas também ao indizível, ao apenas sentido, ao que preenche, de alguma forma, o ser, tal como notamos na arte.

A pretensão em relevo que circula através dos estímulos do desejo traz o jogo implícito da aceitação dos valores da campanha de moda, carregado de conteúdos materiais e simbólicos. Vê-se o grito latente refletido na vontade desse pertencimento, um querer instigado pela sedução dos produtos implícitos em sua elaboração. Ao transformar-se em símbolo de poder, o produto ou a marca passa a ganhar sentido distinto, abandona a categoria de simples produto consumível, para alcançar a imaterialidade indelével.

A identificação dos desejos dos consumidores pertence ao conjunto dos objetivos traçados pelo mercado de moda para o lançamento da nova coleção, o que levou este mercado a criar outro campo profissional conhecido como *Cool Hunter*. Este profissional tem como função pesquisar os movimentos sociais, as tendências mais relevantes nos universos de moda, música, gastronomia, entre outros. A ideia basilar reflete na compreensão dos comportamentos dos indivíduos no tempo presente para evocar a diferença na criação futura e, assim, desenvolver progressivamente o mercado de moda, assegurando a contemplação da satisfação dos desejos latentes e manifestos presentes na química e nos espíritos dos humanos.

Sem embargo, esta seção concentrou-se nos estímulos desenvolvidos pelas indústrias de moda para captar consumidores. Como foi possível observar, a publicidade veiculada nos meios de comunicação propagam mensagens objetivando ativar as camadas sensoriais do público, induzindo-o à aquisição das peças, estilos de vida, comportamento. As capas da *Vogue* exemplificam claramente a lógica do jogo do ao funcionarem como dispositivos de desejo através de chamadas, inserção de fotografias de mulheres que servem de padrão e inspiração, da fotografia inserida no contexto social condizente com a cultura e a nacionalidade de seu público. Como extensão desse conjunto de raciocínios, mas direcionando o exame, a própria seção centraliza-se na relação entre o capitalismo de moda e o consumo.

3.4.1. Capitalismo e Consumo da Moda

O consumo da moda funciona como um dispositivo de ciclo insaciável de troca de pele, um instrumento de combate ao tédio e monotonia. Enquanto fenômeno paradoxal, cujos efeitos polarizam-se entre distinguir e pertencer, até mesmo os *anti-fashions*, que carregam a bandeira de combate ao consumo de moda, são apropriados por este capitalismo. Pronunciar-se socialmente afirmando que não se veste como a maioria não gera o mesmo efeito que dizer que participa do movimento político-ideológico *hippie*, ou que diferencia-se dos demais que pactuam com o sistema de consumo e por isso é *punk* (Simmel, 2008; Svendsen, 2010). Ou seja, ainda que o indivíduo rechace ou abomine o capitalismo de moda, ainda faz-se necessário evocá-la para apresentar-se contrário ao seu sistema.

Mary Douglas e Baron Isherwood (2004, 2007) quando escreveram a obra *O mundo dos bens*, apresentaram estes últimos como demarcadores e classificadores sociais, elementos constitutivos de um sistema vivo preenchido de informações, contemplados com indivíduos e conjugados a outros bens. É através do processo da interação que o consumo estabelece seu significado. Ele edifica e também dissolve suas fronteiras, necessita ser exposto pelos consumidores, gerando estabilidade ou ascensão de classe. A vitrine humana circulada, ou o corpo social que expõe as vestes, comunica ao outro seu poder de posse, de real ou ilusório pertencimento de classe.

O consumidor é, por excelência, um animal social que partilha seus objetos com seus ciclos de relacionamentos. A medição econômica e a filosofia criadora mostram que o consumo é prática inerente dos humanos, uma tecnologia social fruto da razão capitalista. Por esta via de raciocínio, a prática de consumo deveria apenas limitar-se a garantir a sobrevivência, e o excedente cumpriria o objetivo de matar a fome dos seus semelhantes, o que não ocorre. Característica predominante na sociedade de consumo é o desejo pelo supérfluo, pelo excedente, pelo luxo. As satisfações alimentadas encharcam os egos pelo elemento de poder, e a engrenagem metamórfica é retroalimentada instantaneamente para suprir o *continuum* consumista. Campbell (2001), afirma que uma necessidade preliminarmente saciada leva a outra automaticamente.

O novo modelo de acumulação é ancorado na fluidez, na flexibilidade produtiva, tanto no que tange à produção quanto ao consumo (Harvey, 1992). A multiforme tipologia do capitalismo contemporâneo apresenta o quadro de desorganização, um fenômeno intrinsecamente associado ao declínio da ética no trabalho, à confusão e indefinição de determinadas atividades devido à diluição das fronteiras, um fenômeno que atinge diretamente a identidade profissional, como aponta Clauss Offe (1989).

Nesta relação de fronteiras flexíveis, os agentes passam a protagonizar o formato de estruturação do mercado de consumo. A ordem da produção é diagnosticada como do tipo fragmentária, efêmera, individual, não mais da espécie homogeneizante. O mundo do consumo se configurou com a soma da acumulação flexível alinhada às novas tecnologias produtivas, mormente com esta adequação negociada entre produtores e consumidores.

Baudrillard (2008) denuncia a categoria consumismo como a desnecessidade de acumulação de bens, o desperdício produtivo, o supérfluo que excede o necessário. O que se produz já cumpre o raciocínio da função da morte, cuja aceleração somente

assemelha-se à inflação dos preços. O inessencial é retroalimentado, aproveitado por técnicas formais e tecnologias racionais para serem convertidos em satisfação.

Assim, a moda enquanto consumo determina práticas, leis, promove a coerção indizível, não discutida, mas assimilada e atendida. A polissemia das roupas garante ao consumo a variação dos públicos. Além disso, o recorte anatômico do corpo, cada parte pensada isoladamente, recebe um tipo de vestimenta específica e plural na simbologia.

As grifes não vendem apenas as roupas, mas os sonhos, como indicou Richard Avedon em 1984, fotógrafo da Revista *Vogue*. Aqui identificamos o tipo de capitalismo romântico, inspirador, que alimenta as pulsações oníricas. Partes desses signos estão restritos a determinadas camadas, justificando a criação do universo da pirataria inspirada nas grifes de luxo. Começaram a circular as cópias das roupas originais para a satisfação dos consumidores, para não impedir que houvesse frustração e permanecesse o ciclo do consumo, abrindo um novo segmento de mercado focado na reprodução.

Antes das revistas de moda lançarem conteúdos relativos à emancipação feminina, ao incentivo à independência financeira para adquirir ornamentos que compunham o vestuário, a maioria dos veículos era comandada por homens que se concentrava na doutrinação feminina. Nas tradições familiares que precederam o século XX, as mulheres recebiam toda a carga doutrinária voltada para tornarem-se boas esposas, mulheres dedicadas e voltadas a Deus.

Conteúdos ortodoxos embasados na religião ou mesmo nas formulações conceptivas do patriarcado elaboravam o perfil ideal da mulher em estilo e comportamento. As concepções emergiam em vários tons, quer fossem claramente doutrinários ou em tons de piada, como ocorriam em veículos como o *Jornal do Comércio*, norteado pela ideologia federalista, ou o jornal *República*, com alinhamento editorial republicano, assim como propõe sua intitulação:

Há coisas que, uma vez perdidas, nunca mais se recuperam: na mulher, a inocência, e no homem a confiança nela. (*República*, 1892)

Mulher famosa- ou dada ou presunçosa. (*Jornal do Comércio*, 1893)
(PEDRO, 2017)

O patriarcalismo infiltrou-se sobre todo o universo das mulheres, regrou seus desejos e comportamentos, inclusive no que tangeu ao consumo do que consideravam a futilidade e o luxo. Vejamos a lista dos 10 mandamentos divulgada pelo *Jornal do Comércio* no ano de 1888:

- 1º- Amai o vosso marido sobre todas as coisas.
 - 2º- Não lhes jureis falso.
 - 3º- Preparai-lhe dias de festas.
 - 4º- Amai-o mais do que vosso pai e vossa mãe.
 - 5º- Não o atormentais com exigências, caprichos e amuos.
 - 6º- Não o enganais.
 - 7º- Não lhe subtraiais dinheiro, nem gasteis com futilidades.
 - 8º- Não resmungueis, nem finjais ataques nervosos.
 - 9º- Não desejeis mais do que um próximo e que este seja seu marido.
 - 10º- Não exijais luxo e não vos detenhais diante das vitrines.
- Obs.: Estes dez mandamentos devem ser lidos pelas mulheres doze vezes por dia e depois ser bem guardados na caixinha da *toilette* (PEDRO, 2017).

Como é possível verificar, o sétimo e o décimo mandamentos tratam especificamente do gasto, do consumo feminino e, principalmente, do consumo de moda. O sétimo, “Não subtraiais dinheiro, nem gasteis com futilidade”, doutrinava os desejos das mulheres sobre os artigos de consumo que poderiam fugir das realidades financeiras dos maridos; uma lição vinculada ao 5º mandamento, “Não o atormentais com exigências, caprichos e amuos”. E também, caso houvesse algum tipo de reclamação sob o efeito da não aquisição, o 8º mandamento de antemão já prescrevia como estratégia de evitamento: “Não resmungueis, nem finjais ataques nervosos”.

O décimo mandamento é direto quanto ao excesso de consumo de moda, “Não exijais luxo e não vos detenhais diante das vitrines”, mormente quando as influências nas revistas circulavam para estimular tal efeito. Isso justifica a relação direta e interdependente do desejo da mulher de adentrar ao mercado de trabalho para garantir a liberdade de consumir o que desejar. Dessa forma, poder de consumo e a liberdade caminharam ao lado da sócio-história em perfeita comunhão.

As roupas já faziam parte do *corpus* doutrinador, inclusive para segregar tipologias de mulheres, sendo as cobertas pelas vestimentas as voltadas a Deus e ao casamento, e as com partes íntimas expostas, as tidas mulheres da vida. Um dos casos que se destacam é o da Coco Chanel (1883-1971), tida como uma espécie de mulher da vida, uma prostituta, por recusar-se a usar espartilho e incentivar as mulheres a usarem roupas livres através das suas criações.

Hoje, a indústria da moda acentua o poder da mulher com a vestimenta que ela quiser usar de forma livre, enfatiza o discurso político desenvolvido pelos grupos de batalhas que defendem o empoderamento feminino para gerar novas consumidoras. Desta forma, o pertencimento ao grupo de mulheres de poder também apresenta o *look* de combate e subversão. A partir do exposto, a questão que se salienta refere-se à

relação da roupa com o corpo, o que o corpo representa na sociedade, como torna-se trunfo de ascensão e orienta as práticas femininas para o devido acompanhamento que resulta no processo de homogeneização das características anatômicas.

3.5. O Corpo da Moda

O corpo é veículo de signos e significados circulados nos cosmos sociais. Expressa, de maneira estampada, a complexidade tácita das ideologias, os impactos da relação com os contextos cultural, climático, educacional, os anseios e desejos advindos do espírito. É resultado evidenciado do conjunto multifacetado de todas as transformações ocorridas cotidianamente. A história nos apresenta a variável determinante da adaptação, principalmente quando evocamos singularmente o corpo dos pré-históricos até a sua adaptação à Idade Média, da transição do ser caçador ao que edifica sua casa, a utilização para a sobrevivência, a relação com a natureza.

Nas tradições judaico-cristãs, o corpo era concebido como algo capaz de corromper o espírito, que estaria suscetível ao prazer, vulnerável ao pecado. Com o advento da Idade Moderna e o projeto da racionalidade humana, o corpo viria ganhar conotação da individualidade, do pertencimento ao indivíduo e não às figuras apenas divinas. Eva constitui-se como a figura da corrupção de espírito responsável por apresentar o pecado a Adão. Diz a Escritura, pecando Adão e Eva, abriram-se seus olhos e passaram a ver a maldade no que antes era puro: a nudez. Esta característica não diz respeito apenas ao corpo nu, mas à origem da vergonha, a noção das partes em que despertariam os desejos sexuais. Assim, tiveram que vestir-se de folhas, providenciando outro tipo de pele:

Então os seus olhos abriram-se; e, vendo que estavam nus, tomaram folhas de figueira, ligaram-nas e fizeram cinturas para si. (...) O Senhor Deus fez para Adão e sua mulher umas vestes de peles, e os vestiu. (Gn 3,7.21).

A dessacralização do material que carrega as forças de espírito amplia ou subtrai seu valor dependendo das transformações sociais. O corpo explorado, desgastado, conservado, alterado, manipulado, explica a origem destes sintomas anatomicamente

alternantes. As etapas da transformação paulatina ocorridas no corpo ressignificam a materialidade humana e edificam seu valor (CASTILHO, 2009; SILVA, 2001).

O mundo social pré-determina qualificações e sentidos que enquadram conceitualmente o outro através das aparências circulatórias entre as interações. As cargas de adjetivações mais comuns e que rechaçam camadas sociais referem-se ao sentido de beleza. Na gramática feminina, o belo, entre outras percepções, conjuga ao menos saúde e juventude, o corpo fecundo que desperta desejo, como veremos mais detalhadamente na próxima seção. Tais princípios abasteceram as motivações dos grupos femininos no sentido de se enquadrar nessas proporções inculcadas pela sociedade através dos mais diversos dispositivos de valor, como ocorre no caso da mídia.

O corpo controlado, projetado, racionalizado, manipulado, atinge ápice no ano de 1960. Diversos fatores irão impactar diretamente nas mudanças ocorridas entre os corpos femininos: inserção da mulher no mercado de trabalho, a influência do patriarcado na formação da família, a influência social na formação do gosto. O mercado da beleza construiu o perfil de mulher perfeita, emoldurada, gerando um tipo de corrida para a aquisição dos atributos veiculados. Um dos recursos intensamente utilizados para a criação da perfeição feminina foi o *photoshop*, permitindo o disfarce do conjunto das imperfeições através dos retoques. A sedução da publicidade na moda coloca a mulher no eixo central, redireciona para metas flexíveis, plásticas, de beleza com pretensão de aquecimento de mercado. Atingir o tipo ideal deste corpo erigido pelos ditadores da moda representa, na concepção mercadológica, a ascensão, a aquisição de valor.

Todavia, a partir da consciência da nocividade desta busca incessante do corpo perfeito, algumas modificações puderam ser verificadas. Refiro-me mais precisamente ao século XX, com a necessidade da obtenção do corpo saudável, da vigilância sobre a ingestão de alimentos, denúncia que sobrepujou, de certa forma, o da busca da beleza acima de qualquer restrição.

Nos anos de 1980, o sintoma da busca pela perfeição do corpo difundiu-se amplamente, reorientando as práticas humanas tanto em termos de ajustes de mercado quanto de adaptação de seus consumidores. Pelos corpos são desfilados nos círculos públicos os sinônimos de poder e *status* pela aparência e curvas anatômicas. Importa observar a ocorrência perene de alterações das regras do jogo da beleza em compasso com as modas, pois estas constituem-se como adornos complementares distintivos.

Contestadas as autoridades da moda e pré-determinações que enjaulam as escolhas do corpo para si, os anos de 1990 demarcam o novo trajeto das leis capitalistas que abarcam as diferenças corpóreas.

Busca-se, neste final de século XX, a valorização da individualidade que rechaça as marcas da ditadura da beleza. Não significando o total rompimento com os padrões, e sim um novo abarcar, em suma, ressurgem um novo modelo de negócios voltado às classes desvalorizadas. Outra vez, a saúde impõe-se como fator preponderante, justificando a revalorização das curvas e torneados. Conjugando força, juventude, perfeição, emerge como sinônimo de liberdade, ofuscando a verdade dos atuais *modus operandi* dos arquétipos aprisionados (SANTAELLA, 2004; BRAGA, 2005).

Atualmente, o consumo do corpo, a *body image*, transforma seus adeptos em verdadeiros receptáculos de informações complexas para aquisição do triunfo corporal. A diversidade das ramificações capitalistas resulta das especializações anatômicas da beleza. Em cada setor corporal registra-se um tipo ideal de perfeição, despertando neste público-alvo o desejo da obtenção. A reestruturação do corpo combativo desenha os novos horizontes da indústria da moda tendo como holofote a dinâmica da diversidade, embora a ambiguidade desvele sua face realística e controladora quando ainda observamos as mulheres de tipologia magras, altas, e brancas presentes com frequência nas campanhas internacionais. Entretanto, para todas as tipologias corporais circuladas e presentes nos âmbitos setoriais da indústria da moda, a imposição mercadológica é imperativa. Citemos o caso das modelos da capa da Vogue, as presentes com frequência nos desfiles de marcas de luxo.

A questão em relevo refere-se à funcionalidade do corpo no cumprimento do objetivo específico ditado pela moda. Parte-se destes requisitos o estudo focado nos contextos sociais e demandas das atribuições no interior da lógica específica do momento. O corpo concebido como perfeito pelo mundo da moda e que serve de parâmetro para a inserção das meninas que pretendem seguir carreira é do tipo manequim. Na França, ainda utiliza-se deste conceito para referir-se a este padrão de modelo que pauta, inclusive, as bonecas alocadas nas vitrines das lojas. Constituem-se como suportes de roupas, de objeto de troca das coleções de roupas e acessórios recém-chegados.

O período platônico, recorte histórico da antiguidade grega, expõe os princípios de interesses sobre a construção de tipos-ideias. As regras elencadas de julgamento sobre subjetivações acerca da justiça perfeita, ideal de democracia, também refletiu

diretamente sobre a constituição do padrão ideal de beleza. Tais indícios, presentes nas obras de Umberto Eco, lançada em 2010, cujo título é *História da Beleza*, e Jimenez, publicada em 1997, intitulada *Qu'est-ce l'esthétique?*, esclarecem como e por quais razões as sociedades demandaram as necessidades de padronização. Como é apresentado na obra, bondade, justiça, moralidade, entre outras qualificações democráticas, estavam associadas à beleza. As regras desse período relacionavam-se mais às práticas de justiça, atribuições de espírito, que propriamente aos aspectos físicos (LEAHY, 2017).

O belo e a arte, na visão platônica, eram dimensões sensíveis, espirituais, e deveriam circunscrever-se à lógica da organização citadina, uma resposta às crises políticas atenienses. Nos períodos posteriores, o mundo sensível perdeu espaço para a racionalidade baseada na geometria, aritmética, matemática. Assim justificado, a beleza também tornou-se suscetível à racionalização, impondo à conceituação do belo novas regras de cunho materializado: algo de origem bruto a ser lapidado para a obtenção da nova forma das medidas de padrão de encaixe.

A ilustração deste pensar encontra-se na educação artística, na qual conjuga regras de militarismo corpóreo com a música ao fundo orquestrando os princípios artísticos. Importa observar que a ênfase mercadológica, o jogo de regras da indústria da moda, mesmo pautando as qualificações da beleza, não suprime de maneira alguma julgamentos provenientes dos indivíduos, dos gostos particulares dependentes das experiências contraditórias. Nem sempre o corpo cabide estipulado para determinada funcionalidade é apontado como belo e vice-versa (JIMENEZ, 1997).

Embora no interior do universo da moda de luxo as regras coloquem-se de maneira propositalmente distintas, objetivando tornar-se intocável, quase inatingível para muitas mulheres, como sinônimos de perfeição, muitos espectadores atentos assistem-nas como aberrações. A década de 1960 demarca a geometrização do corpo feminino, os formatos curvilíneos, a independência da mulher, das escolhas das roupas, da liberdade de expressão através da moda, do exibir dos corpos. Neste momento, as roupas femininas mesclavam-se aos adereços e identificações masculinas, mormente caso consideremos as roupas dos marinheiros, o listrado apropriado como fonte artística para criações de modas femininas, como executou Coco Chanel.



Figura 33. Ilustração do corpo feminino na década de 1960. Site: Portal: Bluebus.

Por outro lado, no mesmo período são lançados os arquétipos da beleza díspares e pluralizados dependentes dos objetivos intrínsecos de cada universo. No lançamento dos padrões de beleza arquitetados sob os princípios da geometria perfeita, somada à harmonia, simpatia, encontramos nos concursos de *Miss*. A demanda social pela busca dos padrões de beleza, a uniformização das características físicas, da aparência que agrada a grande maioria, lançou luz sobre o projeto do concurso de Miss Universo. Em 1952, a empresa californiana *Pacific Mills* criou um concurso voltado ao lançamento da coleção dos seus trajes de banho. O foco específico tomou aos poucos proporções megalomaniacas, correspondendo aos interesses da empresa de moda de trajes de banho, a qual foi chamada de *Miss Universo*.

A magnitude do evento chamou atenção do empresário e atual presidente dos EUA, Donald Trump, que comprou o evento no ano de 1996 para ser transmitidos nos grandes canais de televisão. O evento hoje envolve cerca de 80 países, são mais de 100 competidoras. Entre as categorias que englobam o evento, tem-se o *Miss Beleza Internacional* e o *Miss Terra*. Dentre as brasileiras coroadas tivemos Ieda Maria Vargas (1963) e Martha Vasconcellos (1968).

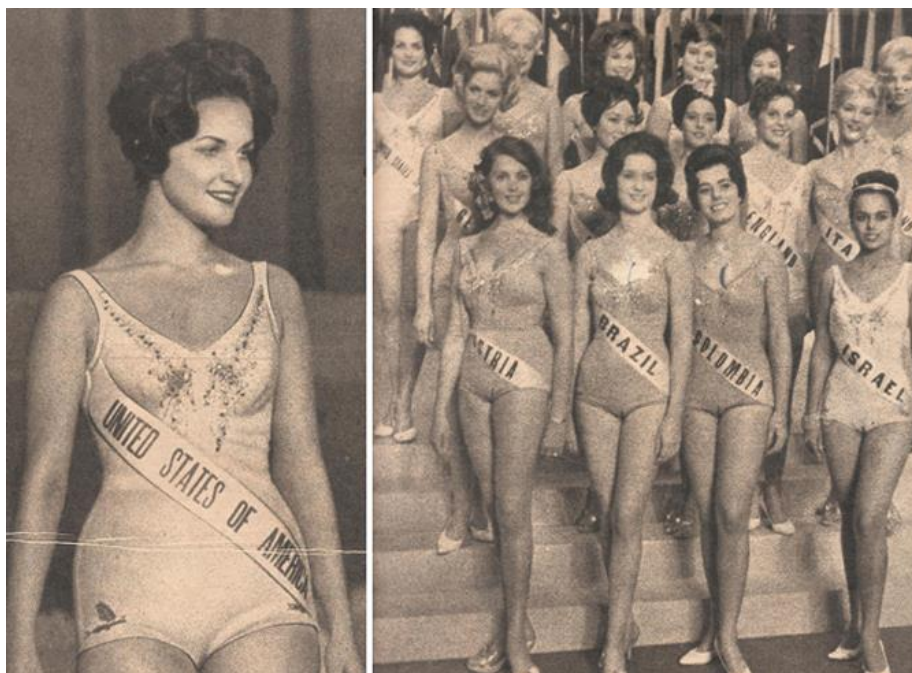


Figura 34. O TOP 15 das Misses dos anos de 1960. Ingrun Moeckel (Alemanha), Nicolette Caras (África do Sul), Elizabeth Hodacs (Áustria), Gina MacPherson (Brasil), Stella Márques (Colômbia), Sohn Miheeja (Coreia do Sul), María Teresa del Río (Espanha), Linda Bement (EUA). Fonte: Blog do Fernando Machado.

A imagem histórica do desmaio da Miss Nova Zelândia, apresentada no que segue, ilustra a exploração sofrida por mulheres no desejo de participação dos concursos de beleza. A leitura desta imagem nos mostra precisamente como as outras candidatas tiveram que fingir naturalidade diante da situação. Manter-se em determinada postura fazia parte das regras do jogo, o regramento do corpo e o controle das faces determinavam as capacidades.



Figura 35. Miss Nova Zelândia desmaia sob o sol de Long Beach, California. Photo by Perry Griffith. Mood Vintage.

No mesmo período, outro modelo de beleza arquitetou-se no mundo *fashion* das passarelas. Em vez das curvas acentuadas notadas em corpos de *Miss*, no universo das passarelas as qualidades relacionavam-se ao corpo magro e esguio, acrescidos de fotogenia, como ocorreu no caso da modelo Lesley Hornby, apelidada de *Twiggy*, termo que significa graveto.

Twiggy é referência quando se trata do mundo das passarelas. Seu corpo de estrutura longilínea reorientou os trabalhos de moda, tanto em termos de criação artísticas de roupa como um tipo específico de paradigma de beleza. Ela estampou diversas capas de revistas de moda, desfilou representando diversas grifes de luxo. Foi nomeada o Rosto do Ano pelo jornal *Daily Express*, no ano de 1966, e passou a transformar-se numa espécie de ícone para as mulheres no mercado *fashion*.



Figura 36. Twiggy estampando capa da Vogue. Rapidamente passou a ser referência de beleza no mundo *fashion*. Fonte: De volta ao retrô.

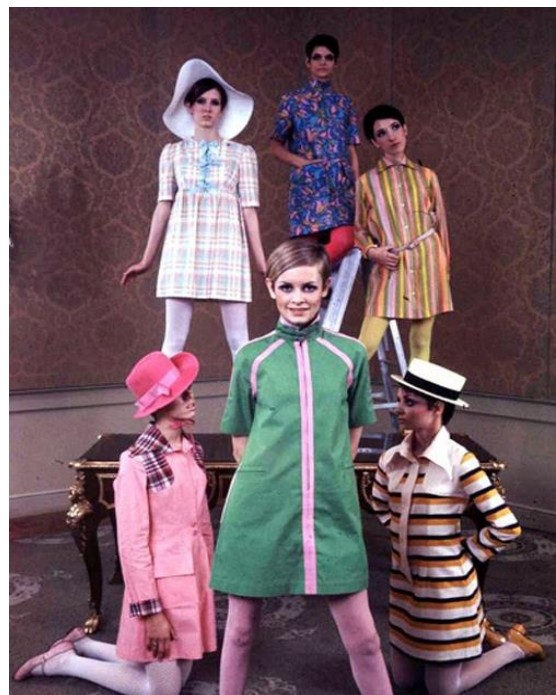


Figura 37. O corpo esguio de Twiggy reorientou o mundo da moda. Fonte: De Volta ao Retrô.

Na década seguinte, os ícones de beleza veiculados pelos meios de comunicação de massa enfatizavam ainda mais as curvas, os braços finos, o formato das pernas, do tornozelo, seios e costas. A crítica da beleza no julgamento sobre a fragmentação do corpo tomou dimensões mais ríspidas ao longo das décadas.

A exigência do belo pelo crivo de um *corpus* de profissionais avaliadores presentes nos grupos de poder, nas posições de especialistas e que ditam as regras, promove a corrida para adaptação das mulheres ao encaixe desses arquétipos. Um dos ícones da beleza dos anos de 1970 foi a ex-modelo e atriz Vera Fisher. No ano de 1969, ela conquistou o título de *Miss Brasil* e, logo em seguida, recebeu diversos contratos de trabalho para atuar na dramaturgia brasileira, como foi no caso da novela *Espelho Mágico*, escrita por Lauro César Muniz.



Figura 38. Vera fisher ainda hoje é lembrada como símbolo de beleza no Brasil.
Fonte: Youtube.

No âmbito do mundo *fashion*, Christie Brinkley (1976) foi tida por muito tempo o tipo ideal de beleza norte-americana. Participou de inúmeros comerciais, tais como a Chanel No.19, Breck, Revlon, Mastercard, Max Factor. Marcas de produtos presentes nos mais diversos setores de consumo. Ao conjugar as medidas de 36-23.5-35.5 e 1,75m

de altura, a modelo foi considerada por três vezes como umas das mais bonitas do mundo, eleita pela revista *Haper's Bazaar*.

Suas medidas a colocavam entre as mulheres que possuíam os corpos mais perfeitos do mundo. No ano de 1991, Brinkley é apontada como a mulher que conjugava todos os requisitos do padrão-ideal de beleza norte-americano: Cabelos loiros, olhos azuis, corpo esguio, feições suavizadas. Sete anos depois estava na lista das 100 mulheres mais *sexy* do mundo, eleita pela revista *Playboy*.



Figura 39. Christie Brinkley em campanha em Tokyo.

No ano de 1980, Cindy Crawford insere-se no estrelado das super-models mais lindas do mundo. Agenciada pela *Elite Model Management's*, Crawford rompeu com a típica anatomia da magreza, com os parâmetros da modelo-cabide, para apresentar um ideal de corpo acentuando as curvas, ressaltando a cintura. No entanto, estes eram apenas alguns dos padrões de beleza veiculados pela mídia. A sensualidade passou a constituir-se novamente como um recurso preponderante na ocupação dos espaços de

poder no interior do universo da moda, uma espécie de trunfo que determinava suas estrelas.

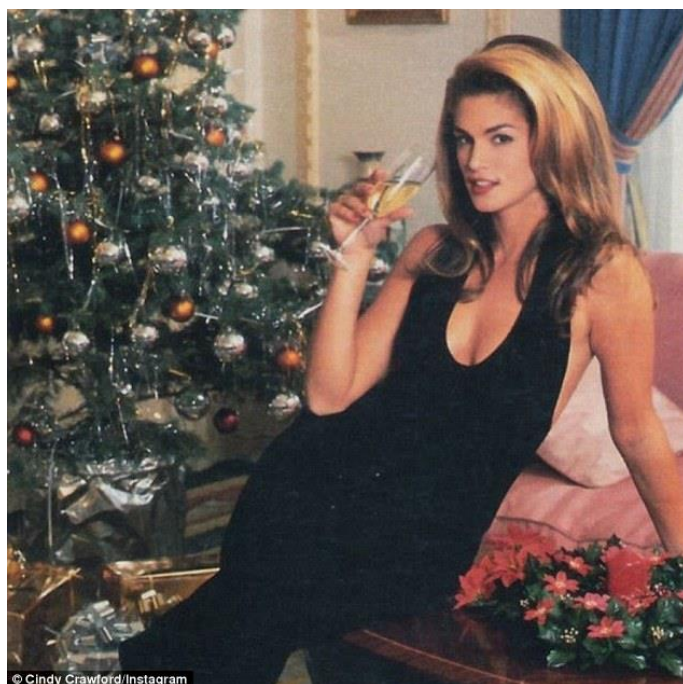


Figura 40. Cindy Crawford ficou conhecida mundialmente pela espécie de modelo sensual. Fonte: Dailymail.

É neste momento também que, pela primeira vez, uma modelo negra passa a integrar grupos de elites da moda: Naomi Campbell. Foram mais de 500 capas de revistas lançadas com a imagem de Naomi entre diversos desfiles para as principais marcas internacionais. Neste período, a marca principal da beleza referia-se às silhuetas, corpo delgado e com músculos definidos.

Naomi emerge como demanda social, pois eram escassas as modelos e mulheres negras inseridas no mundo da moda ou estampando capas de revistas. Apesar da cor negra, Naomi jamais apareceu com cabelos sem ter passado por processo de alisamento. Em diversas aparições em desfiles, nota-se também o uso de lentes de contato de cor esverdeada. É possível depreender, a partir destas alterações, um tipo específico de branqueamento dos aspectos físicos mais inerentes. O nariz afilado da modelo também representa o perfil das modelos autorizadas a pertencerem ao mundo das *top models*.

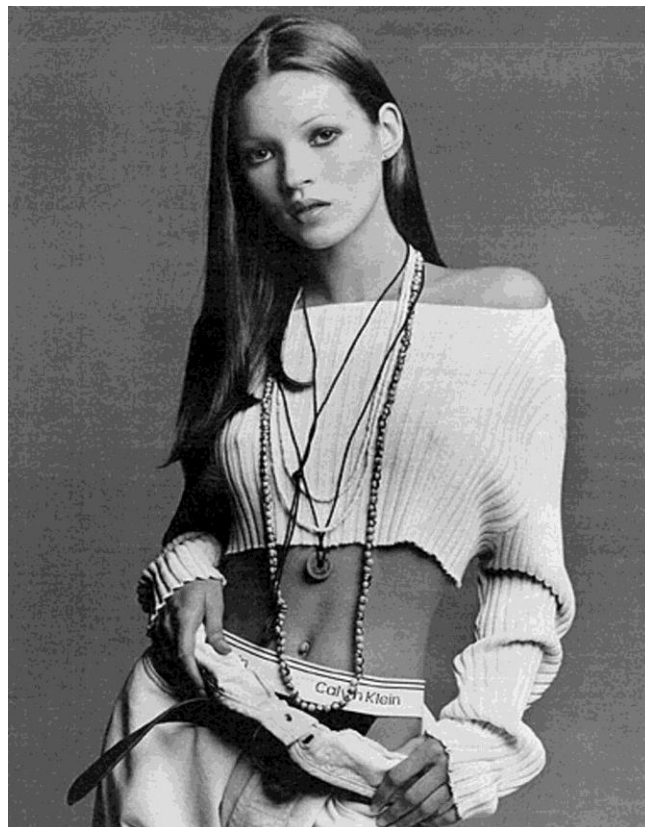


Figura 41. Naomi desfilando pela Chanel. Fonte: Revista menshealth.

Nos anos de 1990, o corpo magro, longilíneo, esguio, com ossos aparentes é a estrutura que novamente define-se como sendo o da moda. Aos 14 anos de idade, apontada como a *The Face*, quem vai ditar as novas regras de consumo de corpo e da moda é Kate Moss. Desde a fase inicial da sua carreira, a modelo emanava ousadia, diversão, de rompimento com parâmetros sociais. Tais características somadas à proporcionalidade estrutural do corpo muito magro despertava a curiosidade dos paparazzi. Assim, foi tomando conta dos espaços de jornais e revistas não apenas relativas à moda, ao estilo e roupa, mas também sobre a vida, o envolvimento com as polêmicas. A modelo possuía contratos multimilionários com marcas como *Chanel*, *Burberry*, *Longchamp*, *Bulgari*, *Rimmel*, *Calvin Klein* e *Mango*.

O corpo extremamente magro nem sempre foi super-estimado pela crítica. Avessamente, a taxavam de anoréxica. Em defesa disferiu a célebre frase: nada é tão bom como se sentir magra. O efeito dessa frase gerou aumento de críticas e crescente curiosidade de pessoas e mídia, transformando a vida de Kate em mercadoria.

A defesa constituiu-se como trunfo, concedendo-lhe ainda mais espaço nas passarelas e campanhas publicitárias. Por outras palavras, a polêmica com frases de efeito, o excesso de bebida, o estilo de vida da Kate, converteram-se em mercadoria de moda, abastecendo distintos mercados e, por consequência, servindo de recurso social ou trunfo de ascensão.



**Figura 42. Kate Moss para campanha da Calvin Klein.
Fonte: Dazed.**

A reestruturação da indústria da beleza nos anos 2000 ocorreu com o rompimento paradigmático provocado pelos trabalhos da brasileira nascida em Horizontina, município do Rio Grande do Sul, Gisele Bündchen. Maços do rosto rosadas, cabelos loiro, olhos azuis, curvas torneadas e definidas, passada longilíneas e seguras, a modelo emergiu como parâmetro que conjugou corpo saudável, espectros conotativos de sensualidade e perpétua magreza. Ascendeu rapidamente depois que estreou nas passarelas de Nova York, ano de 1996, onde despertou interesse do famoso estilista Alexander McQueen. Gisele preparava-se para ser o nome principal da coleção do estilista; ocasião singular que a reposicionou a consagrou nos espaços de poder das *Top Models*. O laço contratual passou do grau profissional para o estabelecimento de

amizade. Tal contingência efetivou a modelo no espaço profissional de atuação (BECKER, 1995).

Após assinar com a *Victoria's Secret*, contrato em torno de 25 milhões de dólares, a modelo conquistou novo patamar. No mesmo ano, estampou a capa da revista *Rolling Stone* conquistando, por indicação, o título de A Mulher Mais Bonita do Mundo.



Figura 43. Gisele Bündchen e as angels da Victoria's Secret estabeleceram novos padrões de beleza. Fonte: Site UOL.

No ano de 2004, Gisele já estava presente na lista das mulheres mais bem pagas do mundo, segundo a *Revista Forbes*. Sem embargo, ainda participou de filmes em Hollywood, com aparição na comédia *Táxi* e em *O Diabo Veste Prada*, ao lado de nomes consagrados como Meryl Streep e Anne Hathaway. Importa notar que a imagem do corpo da brasileira mesmo nas passarelas, local onde se explora a anatomia delgada, ainda povoa os imaginários sociais como o corpo sexualizado. A trajetória deste imaginário é resultado dos mais diversos fatores, dentre eles, as novelas, literatura,

meios de comunicação, a herança do carnaval, até mesmo interpretações sobre a coerção histórica do Patriarcado brasileiro descrita em obras de circulação internacional. As teses e interpretações sobre a formação da sociedade brasileira pelas lentes de Gilberto Freyre na *Casa-Grande e Senzala*, lançada em 1933, ilustram bastante este aspecto. Afirma Freyre (1989) que a construção do corpo da mulher brasileira é seu local na identidade nacional. A definição das qualidades anatômicas e estético-corporais, os critérios e preferências sexuais, foram construídas pelo colonizador, tendo em mente a fisiologia das índias e das escravas.

Atualmente as reivindicações sobre a ditadura do corpo gradativamente desmorona e subverte a arquitetura aparentemente intacta do mundo da moda. As novas demandas de aceitação das diferenças, do julgamento de defesa da beleza como princípio individual, orquestraram toda a cadeia do mercado da beleza e da moda. Embora o mercado estético tenha se voltado também para o público masculino, nota-se desde o momento das primeiras formulações, uma atenção maior sobre as mulheres e todo o projeto de construção da beleza. Este fator conduziu parcela significativa das mulheres para o consumo do corpo imposto pelos empreendedores da moda.

O corpo e a moda compactuam mutuamente em sincronia harmônica visando o controle das lógicas de consumo. Cada orientação das práticas incessantes de beleza gera novas regras, e as mulheres, constituídas como alvos principais tornam-se, ou não, dependendo do grau de discernimento, reféns da engrenagem.

3.5.1. Moda e Padrão de Beleza

Relata-se em Hesíodo que nas núpcias entre Cadmo e Harmonia, em Tebas, as musas cantaram em honra aos esposos os seguintes versos: “Quem é belo é caro, quem não é belo não é caro”. Tais versos expressam imediatamente o senso comum dos gregos acerca da beleza. “O mais justo é o mais belo”, proclamada pelo oráculo de Delfos, mostra a associação da beleza a outros valores. Análogo ao que se pode verificar nas pinturas históricas anteriores ao século XIX, a beleza era atribuída aos corpos volumosos e retundos. Neste período a beleza, a saúde e a sedução tinham a gordura como sinônimo, refletia, antes de tudo, o pertencimento às classes mais abastecidas. É na metade do século XIX que a junção entre beleza e corpo magro começa a ser

sinalizado, principalmente com a inculcação do padrão de mulher-boneca. A magreza, aqui, passa a significar o novo, fruto da ânsia social pela novidade, sendo o aspecto corpulento seu reverso (ECO, 2004; ANDRADE, 2003; BARROS, 2005; PONTES, 2006; TEIXEIRA; WOLF, 1992).

É evidente que os padrões de beleza estabelecidos pelo universo da moda e das modelos não condizem com a representação majoritária das mulheres consideradas “normais”. Análogo e ideologicamente condizente com os princípios da moda que orientam práticas sociais, trato especificamente da orientação sobre a distinção social, os fatores de ordem subjetiva, também o corpo da moda é receptáculo do conjunto dessas consciências. Os desígnios emanados pelas autoridades do mundo *fashion* são refletidos pelo corpo das mulheres, pelas escolhas do tipo anatômico ideal para o uso da indumentária-arte¹⁷. Cada setor específico da indústria lança o tido-ideal deste veículo fisiológico que trafega pelos espaços de socialização, expressam-nas como símbolos da nação que disseminarão os sentidos das marcas, das grifes. Isso justifica o paradoxo e a disparidade entre o perfil selecionado incondizente com o contexto nacional em termos geográficos, étnicos e culturais.

A modelo Gisele Bündchen, eleita pelas autoridades da moda como símbolo da beleza brasileira, por exemplo, conjuga aspectos fisiológicos indissociáveis com um país de clima tropical e constituído por peles negras. O núcleo de poder da moda quando a define, edifica as fronteiras que rechaçam a diversidade, principalmente para um Brasil marcado sócio-históticamente pela mestiçagem. Adotar uma modelo negra como ícone da beleza, para parte majoritária dos grupos de poder que conduzem as rotas da indústria da moda, é assumir uma postura de risco pelo choque que pode provocar na herança cultural, na perspectiva social pré-estruturada.

No entanto, há casos particulares dessas tentativas. Tomemos o caso exemplar da modelo negra Iman, constituída como a exceção que conseguiu traçar sua trajetória profissional nas passarelas internacionais. Em sua bibliografia, intitulada Conselhos de moda para *Mulheres de cor*, facilmente detectam-se os confrontos, as dificuldades, os riscos e demais dissonâncias observadas no choque entre as marcas imperiais, tidas de luxo, com a inserção das mulheres de cor na empreitada dos desfiles internacionais.

A mudança visando inversão dos valores ocorre com a adoção das fortes ideologias combativas, segundo princípios de indivíduos insatisfeitos com toda a

¹⁷ Refiro-me desta forma, pois, as vestimentas indiscriminadamente passam pela criação por parte dos *designers* de moda, estilistas que premeditam elementos como traços, cores, tecidos, antes da confecção.

arbitrariedade inculcada no interior de uma estrutura de hierarquia verticalizada. Após pertencerem arduamente aos ciclos de poder das modelos internacionais, as chamadas *Top Models*, tanto Iman quanto Naomi Campbell, outro caso peculiar de modelo negra de sucesso na carreira, lançaram uma campanha intitulada *Diversity on Runway*, visando o combate direto às multiformes violências sofridas pelas mulheres negras aspirantes a modelos.

Traçando um paralelo sobre esta discussão, cabe dizer que no Brasil, os discursos sobre o racismo com pauta abertamente discutida somente é posta em xeque nos anos de 1970. Embora nos anos de 1920, particularmente na cidade de São Paulo, o movimento modernista tenha feito ecoar os aspectos raciais da nação sob a forma de discursos políticos acerca dos resquícios discriminatórios frutos da luso-colonização, mulheres, negros, índios, nordestinos, pouco conheceram o significado de usufruir dos privilégios previamente reservados à elite branca masculina que conduziu o país.

Os sintomas do racismo advindos com o formato de estruturação social brasileira ainda permanecem intactos através da reprodução da cultura social. O mecanismo arquitetado conta com uma variável preponderante: a atuação da mídia. Incluem-se também os discursos reproduzidos no ensino, nos relatos da história brasileira. As tentativas de turvar esses sintomas estão expressas em determinadas ações midiáticas as quais mostram aparente sensibilidade ao reverenciar na moda figuras abolicionistas como Zumbi e Luiza Mahim (PASSOS, 2019).

Nos EUA do ano de 1974, a *Vogue* estampou sua capa com a modelo Beverly Johnson. Ela foi a primeira mulher negra a aparecer em capas de revista mesmo depois de inauguração da *Vogue* no ano de 1909. Tal indicativa de confronto com a estrutura da moda desenhada até então desenvolveu apreço por parte dos grupos de negros norte-americanos por razão de reconhecimento e representatividade. A reivindicação deles não referia-se ao discurso e apresentação de grupos que não tinham privilégios e acesso a determinados bens. Contrariamente, exigiam seus retratos como indivíduos que conseguiram acumular poder e *status* dentro de uma sociedade marcada pelo racismo. A modelo mulçumana Iman atingiu o auge da carreira ao integrar o grupo de modelos de elite em Nova York. A partir disso, viu a necessidade de alertar sobre as cargas de preconceito que pessoas de pele negra sofriam no mundo da moda.

O relato da possibilidade de inserção neste mundo deu-se pela venda da sua imagem enquanto negra, mormente em se tratando de um nincho de mercado a ser explorado. Iman era o tipo de mulher que a demanda de mercado apresentava no

momento social de sua imersão: uma figura exótica que rompia drasticamente com o padrão de beleza eurocêntrico.

Por outro lado, a escolha de Iman e outras raras negras selecionadas para compor as equipes de modelos não foram capazes de romper com o mecanismo racista da moda. Uma das principais razões justificadas pelas escolhas de peles brancas no mundo da moda é a de que são estas as mais fáceis de maquiar, são estas que destacam as tonalidades de roupas, etc. Segundo relatos da modelo, as atribuições de beleza geradas por parte dos indivíduos que realizam a triagem das modelos foram sempre emitidas em comparação com as mulheres brancas. Uma ilustração clara é encontrada nas passagens de sua auto-biografia: “É tão bonita que deve ser meia-branca”; “Ora bem, eu não sou meia branca. Não tenho uma gota de sangue branco em mim. Sou bonita porque sou preta, e sou da Somália” (IMAN, 2001, p. 118).

A fundamentação da moda e dos padrões de beleza está direta e indiretamente relacionada às questões de histórico-geográficas. No Brasil, por exemplo, o clima tropical rege as fabricações das roupas e elege seus ícones de beleza. A publicidade brasileira, em comunhão com a mídia, acentua, ou mesmo vende determinadas cidades, mormente se rememorarmos o Rio de Janeiro, e elege como símbolo de beleza a garota de Ipanema. Neste quesito, temos outra indicativa de análise que reflete o lugar, o cenário social como grande indicador do tipo-ideal de beleza.

Em determinados contextos de socialização, há um tipo de relaxamento quanto à exigência de estar bela ou belo. Este fenômeno é identificado pelos antropólogos Goldenberg e Ramos (2002) como um tipo de “afrouxamento moral”, onde são abandonadas as roupas mais formais, que cumprem a função de cobrir, para haver o fenômeno avesso, de exibição do corpo, dos biquínis. Para eles, ocorre nesse processo de realocamento ambiental, sócio-cultural, um novo ritual se promove sob o imperativo da libertação física e sexual em sintonia com o padrão estético da boa forma, por exemplo.

O fator climático rege um tipo de padrão de beleza assentado nas curvas, no bronze, nos maiôs e biquínis desfilados. Rugas, estrias, biquínis, flacidez, são aspectos indesejáveis a serem eliminados. Mas vale-se de maneira preponderante pelo capitalismo estético, no qual envolve a medicina estética, a nutrição, a educação física, o fevor das academias. Importa notar como a alteração das rotas da moda modifica-se proporcionalmente aos desenhos do quadro que possuem como temática central a moda na essência do multifacetamento, da pluridimensionalidade.

Na *Vogue*, as capas apresentam perfis que fazem-se reconhecer mulheres brasileiras *pari passu* às mulheres idealizadas distintas. Corpo longilíneo, braços, pernas e cintura magras, seios e quadris pequenos constroem esse arquétipo da beleza diretamente relacionado à proposta editorial. A padronização do corpo feminino pasteuriza as mulheres, homogeneiza e suprime a qualidade da diversidade, principalmente em se tratando da população brasileira no composto das misturas étnicas. Um dos resultados desta postura é a discriminação latente, uma seleção que define e estrutura a pirâmide da beleza.

A ausência do debate gera a conformidade, a concordância, assenta as hierarquias, promove o poder eurocêntrico. Revistas das mais diversas trabalhadas sob os códigos da magreza, jovialidade e da braquitude epitelial, caso explícito da *Vogue*, vem representar a distinção racial e de classe da mulher branca de elite, tida como público-alvo e representação máxima da estética. Elas constituem principal perfil que gerará investimentos em todos os setores do mercado da moda. O poder de consumo é bussolar nas pautas dos veículos de comunicação, dos pilares da engrenagem da moda.

Um trabalho desenvolvido por Stenzel (2004) apresenta nas entrevistas depoimentos sobre a incessante busca da perfeição corporal desprovida de excessos de gordura, popularmente identificado como o corpo *light*. Tal expressão condiz com o menor número da calça, com o evitamento da acumulação do tecido adiposo. O corpo das brasileiras é vendido no exterior como constituído por formas volumosas especialmente nas regiões dos quadris e nádegas, uma tipologia latina que faz da brasileira transformar-se no símbolo da sexualidade, da fertilidade. O descompasso ocorre quando *a priori* o símbolo da beleza mais contemplada no além fronteiras, Gisele Bündchen, situa-se no horizonte exterior deste esteriótipo. Ou seja, configura-se como a não-representação da mulher brasileira caso a cotejemos com a fisiologia da maioria das mulheres latino-americanas.

A tentativa de mudança é sinalizada quando em 2009, quando pelo menos 10% dos *castings* da SPFW deveriam ser preenchidos com perfis de mulheres negras e índias. Transformando a sentença em números, seria pelo menos uma modelo negra ou índia para cada 10 modelos brancas. Uma das formas de subverter a lógica orquestrada pelos grupos de poder que inculcam suas ideologias em todos os âmbitos e que historicamente governaram o país emergiu de ações das tribos de periferia, dos bailes funks, das mulheres negras que ascenderam socialmente e conquistaram voz ativa.

No entanto, por todos os lados, no interior ou fora das passarelas, nas eleições do padrão do belo, vê-se o corpo controlado. Na moda, por exemplo, corpo controlado condiz com a ideia do minimalismo para manter a sobrevivência. Este ideal, contudo, já era detectado no período vitoriano quando as mulheres precisariam estar magras para caber nas roupas e acentuar suas curvas. Os espatilhos constituíam-se como elementos centrais e determinadores dessas anatomias investidas para cativar o sexo oposto. Toda a formulação pretendia encaixar a mulher no esteriótipo da fragilidade feminina, na mulher no lar, ausente de musculatura e da força projetada especialmente para o corpo masculino (STREY, 2004).

Cultuar o corpo magro significa controlar a própria natureza, balizar e racionalizar sobre a fome. Esta filosofia de vida passa a integrar a cultura alimentar dos indivíduos interessados em fazer parte dos grupos dos corpos magros. Colateralmente, o descontrole e a obsessão para atingir esse ideal pode desenvolver o distúrbio da anorexia, da magreza extrema que debilita os corpos a partir da perda de nutrientes, podendo levar a óbito, como ocorreu com a modelo Ana Carolina Reston Macan, que faleceu aos 21 anos, pesando 40 quilos, possuindo 1,74m de altura. Antes de falecer, a base da alimentação da modelo restringia-se em maçã e tomate¹⁸.

Os transtornos alimentares do século XX são pensados como atuais patologias muito associadas ao universo feminino, assim como ocorreu com a histeria e a neurastenia presentes no século XIX. Dados na sociedade e depois passados pelo processo de naturalização, cabem ao tratamento antes social que propriamente psicológico. Uma das principais formas de desnaturalizar é através da própria reflexão sobre o tema, iniciando com o processo de reflexão sobre os valores da beleza exaltados pela mídia. São as interferências exteriores que devem passar por um filtro, por um processo de reflexão acerca dos impactos que causam, antes de serem entregues aos indivíduos (HEINZELMANN; ROMANI; ROMANI; LESSA; STREY; SILVA, 2014).

Boa parte dos valores sobre o tipo-ideal de corpo é inculcado mediante forças do imaginário masculino. Um destes casos facilmente se observa na herança da boneca Barbie¹⁹. O apelido refere-se a Barbara Millicent Roberts, filha da criadora da boneca. Os irmãos de Barbara também alçaram o *status*, pois são vendidos como o Ken e o Skipper, irmã da Barbie no universo lúdico dos brinquedos. O verdadeiro Ken era homossexual e morreu com AIDS no ano de 1994.

¹⁸ Ver matéria em <https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u128220.shtml>.

¹⁹ Fonte: Mattel; *Toy Monster: The Big, Bad World of Mattel*, de Jerry Oppenheimer.

O design da Barbie teve como inspiração uma personagem de quadrinhos pornô alemã, conhecida como Bild Lilli. No entanto, segundo o jornalista americano Jerry Oppenheimer, o designer da boneca possuía distúrbios sexuais e desenhou as medidas ancorado em gostos intrínsecos da realização dos seus prazeres. Segundo a pesquisadora Sarah Burge, da Universidade de Helsinque, a Barbie, ao conjugar as medidas 1,68m 50cm de cintura, 69 cm de busto, 73cm de quadril, certamente estaria no patamar de magreza, trataria de um problema de distúrbio hormonal que impediria a saúde do ciclo menstrual. Atualmente a boneca adentrou ao mundo profissional e possui diversas conotações relativas à mulher rica com múltiplos talentos, sempre vivendo a vida de luxo, ou mesmo vivendo como personagem lendária, como no caso a Barbie Sereia²⁰.

Por outro lado, vale dizer que a preservação da distinção corporal, da psicologia de auto-valor, também vem, paulatinamente, ocupando espaços no capitalismo da moda. Apesar da notada gordofobia²¹ ocasionada pelo culto à magreza, os discursos de desconstrução vem reformulando o mercado de consumo de moda. Dessa forma, surgem outras categorias corporais, como a moda *plus size*, que reestabelecem as regras do jogo, redefinem a indústria da vestimenta. Biquínis, *lingeries*, bermudas, blusas, vestidos, todas as peças que compõem o ornamento feminino altera-se. Isso inclui a retradução dos discursos veiculados na publicidade, nas revistas de moda. O sentido de desconstrução corporal exerce força sobre os imperativos sociais, mormente com o desmoronamento dos padrões de encaixe sexuais, identitários (Miskolci, 2009). Neste caso, a reorientação demanda a reiteração das normas, a incorporação de novos códigos simbólicos de pertencimento.

²⁰ Ver: <https://barbie.mattel.com/shop>

²¹ O termo refere-se ao estigma social relacionado ao excesso de peso entre as pessoas obesas.

CAPÍTULO IV

A AGÊNCIA NO MUNDO DA MODA: ESTRUTURAÇÃO, ARRANJO PROFISSIONAL E HABILIDADES

Este capítulo apresenta o formato de estruturação do mundo da moda com enfoque na composição das agências de modelos, na demarcação das atividades intramundo, no modo desviante de exercer a profissão, na designação das funções e cargos exercidos, na gramática profissional e significados atribuídos. A pretensão é tornar inteligível o universo das práticas sociais, da lógica de organização, e examinar, com precisão, a carreira de modelo em todas as dimensões, centralmente o processo de tornar-se modelo e como se operacionalizam as ações de ascensão.

Dito isto, cabe dizer que os desígnios do tempo constituem-se absolutos para a orientação das atitudes que coordenam o mundo da moda. As estações do ano são imperativas para a seleção das cores, dos cortes, das tendências que comporão as sobrepeles carregadas pelos corpos humanos durante as trajetórias nos cotidianos. Os objetos externos expressam ideias, preferências, indicam ideologias, segregam e conjugam pelo gosto, pelo poder aquisitivo. Distante de uma cronologia linear legitimada pela sociedade, a moda se pauta num raciocínio estratégico de um mercado subversivo, de rompimento espaço-temporal efêmero.

Por outra perspectiva sobre este mundo, a operacionalização acerca das necessidades conta com uma gama de profissionais distribuídos nos mais diversificados ramos, cada função demandando habilidades específicas; todos conjugados objetivando a comercialização do produto final. Estilistas, costureiros, promotores de moda, coordenadores de moda, fotógrafos, *personal stylist*, modeladores, *scouters*, *bookers*, modelos, são apenas alguns dos exemplos destes profissionais.

As agências são organizações que possuem, grosso modo, as funções de zelar pela carreira da modelo, de transmitir a aprendizagem e as habilidades necessárias para que esta profissional comercialize as peças e vestimentas através do desfile, da publicidade estampada nos comerciais de TV, nos editoriais de revistas. Ou seja, a modelo constitui-se como peça preponderante na engrenagem do mercado da moda, e as agências funcionam como os lapidadores, os negociadores da modelo, preparando-as

para que forneçam a base para a efetivação do objetivo mercadológico inserida nessa lógica do trabalho coletivo.

Importa dizer que a estruturação da agência reflete não apenas seu espaço no universo da moda, mas como as mentalidades que o organizam concentram esforços no emolduramento da modelo, na lapidação do corpo em todos os aspectos. Cada agente presente na cadeia da agência canaliza esforços para a venda da imagem, do corpo, do produto, que é a modelo. Estudar a agência nos fornece respaldo à compreensão da lógica produtiva da imagem, da produção corpórea. Nos vale também observar o conjunto dos simbolismos presentes na edificação estrutural, e como também este fator reflete e altera suas interações sociais.

Em Sergipe, temos pelo menos duas agências principais que executam o conjunto das atividades supracitadas: *Mega Aju Models* e a *Bellatrix Modeling School*. Vale mencionar que a busca pela compreensão da lógica de funcionamento das agências de modelos ancorou-se nos processos de pesquisa que envolveu entrevistas por ligações para agências de outros Estados brasileiros, como nos exemplos da *Dilson Stein New Models*, localizada em Horizontina (RS), responsável pela descoberta da modelo Gisele Bündchen, e para a *Mega Model Agency*, com matriz em São Paulo, além de anotações das reflexões que emergiram durante eventos de moda e vídeos que trataram do assunto.

Ao aprofundar pouco mais o assunto sobre as agências de modelos, as quais podem ser facilmente entendidas como fábricas de produção de modelos, é possível dizer que a agência constitui-se como uma pequena fração do todo que compõe a engrenagem do mundo da moda.

Posiciona-se, no entanto, numa região central justificada pela função de intermediação e agenciamento da carreira das modelos iniciantes, as que estão em processo de formação e as consagradas. Por definição, são empresas responsáveis pela negociação entre modelos- estejam estas categorizadas²² em *kids*, comercial, *fashion*, *plus size*, *Top Model*- e contratantes.

²² Segundo classificação do mundo da moda, modelos *kids* podem começar a atuar desde bebês e terminam tal fase aos 16 anos, seguindo para a atuação como modelos *fashion*. Para estas, são exigidos rígidos critérios de medidas: Altura mínima: 1,75m, medida de quadril até 90cm. Para modelos comerciais inexistem categorias etárias tanto para a inicialização profissional quanto para o encerramento da carreira, demandando-se apenas corpos torneados e aparência saudável. Para as *plus size* geralmente exige-se o parâmetro de medidas de 110cm de quadril, manequim 44cm, 72cm de cintura e 95cm de busto. As *Top Models* ocupam os espaços de privilégio se cotejadas às demais categorias mencionadas. Posicionam-se no topo da pirâmide de poder da carreira de modelo. Geralmente as medidas destas correspondem às *fashion*: mínimo 1,75m de altura, e quadril até 90cm. Além do requisito da magreza, estas modelos devem conter habilidades que vendam a peça no momento da passarela, e necessitam do destaque quanto à beleza, à expressão.

O gerenciamento da carreira da modelo começa assim que ocorrem os processos de aprovação e de cadastramento, momento de identificação de medidas, encaminhamento ao tipo ideal do segmento da carreira que cabe nos perfis exigidos pelo mercado, aconselhamento dos cuidados com a pele, cabelo e alimentação, perpassando a posteriori para os treinamentos de passarela, expressão, fotografia, até às comercializações e aos contratos.

No Brasil, parte significativa das agências de prestígio são extensões empresariais das norte-americanas e das europeias, tais como a *Ford Models* (fundada em 1946 por Eileen e Jerry Ford, nos EUA), a *Elite Model Management* (fundada em Paris, no ano de 1972, por John Casablancas, Gerald Marie e Alain Kitler), a *Joy Model Management* (fundada em Nova Iorque também por John Casablancas, ano de 1942).

Todavia, há agências que emergiram no país que conquistaram reconhecimento e privilégio após revelarem *new faces*²³, hoje consagradas *Top Models* no contexto do Mercado Internacional; exemplo destacável é a *Dilson Stein New Models*, responsável pela descoberta de Gisele Bündchen. Segundo Sindicato das Agências de Modelo de São Paulo, apenas neste Estado estima-se que haja pelo menos 250 empresas de moda em atuação, o que indica investimentos nas possíveis promessas. Importa acrescentar que as regiões sudeste e sul são consideradas polos preponderantes na área de moda no Brasil. Isso justifica a notória migração de grande contingente de modelos que abandonam suas cidades, geralmente interioranas, para ingressar na carreira através de agências de poder²⁴ que exercem forte influência nos mercados nacional e internacional.

A estruturação arquitetônica de uma agência dessa categoria geralmente compõe-se de uma fachada similar a uma residência comumente encontrada no Brasil. Contudo, as distinções entre uma “casa comum” e uma agência despontam a partir da recepção, onde se observa, pensemos uma agência com maiores recursos, diversos computadores ocupados por recepcionistas e destoantes profissionais. Neste mesmo

²³ Como se sugere, as *new faces* são consideradas modelos iniciantes na carreira, que geralmente não detêm os códigos de moda, por isso o processo de preparação. Elas são apresentadas ao mundo moda e podem alcançar altos patamares repentinamente na carreira. Por vezes, são tidas grandes apostas, ou mesmo grandes promessas da moda.

²⁴ Compreendo por “agências de poder” àquelas que possuem forte influência no mercado de moda a partir do lançamento de *new faces* que impactaram o mercado internacional, que agenciam carreiras de *Top Models*. O prestígio também é obtido pelo robusto e importante *mailing* de clientes que envolve empresários dos mais distintos segmentos (roupas, automobilístico, edificação, meios de comunicação, etc.), agências de Publicidade e Propaganda, TV, rádio, editoriais de revistas, lojistas, jornalistas, designers, entre outros.

espaço, revistas de moda, quadros com *Top Models, composites*²⁵ organizados formando um grande painel, são elementos que formam a identidade local, espacial, e servem de chamariz para as pretendentes a modelos. A organização da recepção é personalizada conforme princípio de gosto de cada proprietário e dentro de suas possibilidades econômicas. Compartimentos reservados para os treinos de desfile com salto e expressão contendo espelhos também compõem o cenário (BOURDIEU, 2008; 2002).

Outro setor crucial é o estúdio de fotografia, composto pelo tecido de fundo infinito, câmeras fotográficas, sombrinhas, *soft*, tripés, girafa, refletor, onde é produzido, além de outros trabalhos, o próprio *book* da modelo. Algumas agências ainda investem na reserva de um setor para comportar roupas, maquiagens, secador, chapinha, *babylliss*, escovas, tesouras, espelhos, etc., para a produção das imagens.

Como se apontou, os espaços suntuosos ou requintados de cada agência são reflexos dos ganhos, do gosto dos empresários, da cultura, da consagração no mercado. O avesso também ocorre, mesmo que hoje quase todo o trabalho tenha migrado maciçamente para o ambiente virtual, e as distinções tenham sido medidas pelo grau de investimento nos sites (harmonia no *layout*, informações institucionais claras, *composites* virtuais, estética das *pages* equilibrada e visualmente limpa, etc.) e nas redes sociais, através de boas fotografias, divulgações de *workshop*, vídeos de eventos em alta definição.

A manutenção das agências no mercado ocorre por vias diversas, sendo a mais comum a por contratos, nos quais são retidos 30% dos cachês das modelos. Na maioria das vezes, porém, este percentual é ampliado devido às dívidas acumuladas pelas modelos com cuidados estéticos sugeridos imediatamente pelas agências: tratamento da pele, do cabelo, da dentição, procedimentos plásticos, se necessários. Dessa forma, quando subtraído do cachê da modelo todos os custos relativos aos tratamentos estéticos, pouco resta para usufruto próprio por parte da modelo.

Além disso, em algumas agências de poder instaladas em São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina, é acoplada ao lado uma casa identificada como República das Modelos, onde é cobrado o aluguel para àquelas que não residem nas regiões e preferem

²⁵ O *composite* é tido um cartão ou ficha de apresentação da modelo contendo a fotografia posada e informações como nome, idade, medidas do quadril, busto, altura, cor dos olhos, cor do cabelo, cor da pele. A ficha, conjuntamente com o *book*, material fotográfico da modelo, compõem o material de trabalho tido imprescindível para o agenciamento e possibilidades de imersão no mundo da moda.

estar próximas às agências, mormente devido à rigorosidade dos horários dos *castings*²⁶, do acompanhamento das medidas, da alimentação; fatores que colocam a carreira em risco em caso de descumprimento das ordens listadas.

O arranjo profissional destas organizações é composto pelos recepcionistas, pelos *scouters*, ou olheiros, que são os responsáveis pela descoberta de *new faces* durante exploração em vias públicas, shoppings, festas, escolas, universidades, redes sociais, eventos- exige-se dos *scouters* a boa aparência, as habilidades de compreensão das demandas do mercado internacional, de identificação dos perfis das modelos, a capacidade de comunicação e até persuasão para aproximação e realização do convite, a negociação com a possível *new face*, a noção de que deve trabalhar munido da fita métrica, da máquina fotográfica e dos cartões da agência pela qual está contratado-, pelos *bookers*, que cumprem a função do auxílio analítico da construção da imagem das modelos através da definição de medidas, do comportamento, da expressão, e responsabilizam-se pela lapidação das aspirantes tendo em vista a obtenção da aparência comercializável.

Esta lapidação envolve não apenas as exigências sobre a imagem no processo de imersão da modelo, mas também o acompanhamento durante todo o processo de aprendizagem, pois, a negociação, os contatos com os clientes e a intermediação são realizados através destes profissionais. Ou seja, as habilidades dos *bookers* dizem respeito à lapidação da modelo, ao gerenciamento do físico, à instrução de imagem, à intermediação, ao estabelecimento de boas relações com indivíduos influentes; por isso devem construir *mailings*²⁷ estratégicos. As relações de amizade estabelecidas com clientes privilegiados conjugadas às modelos já trabalhadas e preparadas para o mercado constituem-se cruciais para a contratação e para a possível ascensão das modelos, contribuindo, por consequência, para a consolidação do *booker* no mercado da moda (PETRARCA, 2007; 2008).

Outro profissional presente na divisão das atividades da agência é o *manager*. Este é o representante que faz parte da gestão executiva, responsabiliza-se pelas finanças, zela pelos interesses contratuais da modelo em conjunto com o *booker*. As habilidades de um *manager* são relativas ao fechamento do contrato. E, para isso,

²⁶ Os *castings* referem-se às seleções de modelos para a contratação de modelos que participarão de campanhas publicitárias, desfiles, editoriais de moda, comerciais de TV, entre outros.

²⁷ Os *mailings* são espécies de banco de dados que acoplam nomes, endereços e informações adicionais dos clientes e *prospects* (clientes potenciais).

avalia, acompanha, promove acordos, negocia os cachês, prima da parte burocrática, investe nas seletivas para a descoberta das *new faces*.

Já os fotógrafos de moda têm como função central captar as imagens que irão construir os portfólios da modelo e da agência. Para isso, identificam o melhor perfil, orientam quanto aos melhores ângulos, expressões, roupas. As habilidades do fotógrafo englobam o *feeling* artístico relacionado à moda, a dominação do aparato de registro, a capacidade de orientação das modelos quanto aos melhores perfis. Além disso, exercem suas funções conjuntamente com maquiadores, cabelereiros, diretor de arte, produtores, produtores executivos, os *stylists*²⁸ e os assistentes de fotografia. O registro das imagens da modelo geralmente ocorre da seguinte maneira: o fotógrafo de moda reúne-se com o diretor de arte, que conhece de perto o conceito estético, a linguagem, a história, uma vez que participou do *briefing* e demais reuniões com o cliente, e depois repassa o conjunto das determinações que devem fazer parte da montagem para a produção final.

O instrutor de passarela colabora para o alinhamento da postura da modelo, para o desenvolvimento de técnicas de expressões faciais, para a coordenação dos braços e pernas, para o desfile com o sapato de salto. O procedimento acontece da seguinte forma: o profissional solicita que a modelo caminhe como o de costume, depois é realizado diagnóstico, para, *a posteriori*, serem efetuadas as correções. Dentre as habilidades do instrutor de passarela, temos a compreensão dos movimentos exigidos para o desfile, a capacidade de correções da postura, da expressão e da harmonia das passadas com saltos (BECKER, 1997; BARREIRA, 2008; MATHIEU, 2001; WACQUANT, 2000).

Este panorama nos oferece compreensão generalizada em torno das agências, de como operacionalizam suas funções, como se estruturam as arquiteturas, os espaços físicos de atuação, como se distinguem, como constituem seus arranjos profissionais, habilidades profissionais para as diversas ocupações. Acerca da dinâmica de lógica de funcionamento interno, disputas no mercado, formas de estruturação e sistematização, nos cabe ainda averiguar como tais variáveis ocorrem em Sergipe através das duas únicas agências de modelos localizadas: *Bellatrix Modeling School* e *Mega Aju Models*.

²⁸ *Stylist* é o criador da imagem da moda que se pretende transmitir.

4.1. *Bellatrix versus Mega Aju: Dinâmica, Lógicas de Atuação e Recursos de Consagração*

Por meio do processo de mapeamento objetivando a identificação das agências de modelos em Sergipe, mormente na capital, foram encontradas 2 em atuação, e por isso atendem a toda demanda local para divulgação comercial, seja por meio de desfiles ou campanhas publicitárias. De um lado, com experiência de 17 anos no mercado de moda, está a *Mega Aju Models* (MAM); e, do outro, com desempenho de 6 anos como escola para modelos, e apenas recentemente trabalhando como agência, está a *Bellatrix Modeling School* (BMS).

Apesar das variáveis de tempo e de consagração para a MAM constituírem-se preponderantes para o privilégio usufruído no universo da moda em Sergipe- pensemos os *mailings* robustos compostos por contatos de influência no meio das produções, empresários, marqueteiros, jornalistas, publicitários-, a *Bellatrix*, gradativamente, vem galgando espaço privilegiado também pela rede de amizades, pelos contatos erigidos desde pessoas influentes na moda de São Paulo até à participação em eventos que garantiram à empresa relações próximas com agências de reconhecimento internacional, como no caso da *Elite Model Management* de Nova Iorque.

Outro fator significativo para a compreensão do fenômeno é a reivindicação da legitimidade que coloca a *Bellatrix* como única agência de modelos em Sergipe; regulamentada através de Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões (Sated/SE). Somente através deste órgão é possível que a modelo desfile enquanto profissional, pois também apenas por meio de sindicato é que se emite autorização perante a Delegacia Regional do Trabalho (DRT). A partir da perspectiva desta variável de regulamentação, a *Mega Aju Models* posiciona-se no epicentro do debate formal, e dela são suscitadas interrogações de como foram mobilizadas as estratégias para a implantação da empresa, captação de recursos, autointitulação como agência de modelos, angariamento de poder e de reconhecimento, as quais são analisadas no que segue.

A imagem turvada sobre o que constitui a MAM, a flexibilidade observada no complexo turvado das carreiras e atividades anunciadas, as múltiplas funções amontoadas e tidas normalizadas, entrelaçam-se e desviam a atenção para a situação real: a *Mega Aju* é tida mais como uma produtora de eventos e menos como uma

agência. Por outro lado, a *Bellatrix* esclarece-se frente ao Mercado e ao Ministério de Trabalho como escola para modelos e também como agência, frente à Sated/SE, valendo-se de infraestrutura mínima e regulamentação.

Explanadas sumariamente as contradições intrínsecas à lógica de funcionamento da moda em Sergipe, para melhor esclarecimento, nos vale tratar de ambas de maneira ímpar, a começar pela *Mega Aju Models*, para depois examinar a *Bellatrix Modeling School*.

a) *Da Mega Aju Models*

As repentinas instalações de agências filiais e fechamentos instantâneos, somados à ausência de produtoras de eventos de moda- estes envolvem desfiles de marca das lojas locais, de concessionárias, propagandas de TV demandadas pelos shoppings da cidade, além de campanhas publicitárias para a prefeitura-, serviram como razões que tornaram o terreno fértil para inserção e enraizamento da MAM na capital. Outra razão saliente que possibilitou a disseminação e a construção do *status* da MAM foi através da estratégia da adoção do nome e da marca que rapidamente se confunde com a *Mega Model Agency*.

Esta última constitui-se como agência de poder, reside em São Paulo, atua nos mercados nacional e internacional por meio de filiais em Milão e em Miami. A confusão permitiu, de certa forma, a abertura no mercado local, atraiu jovens aspirantes a modelos, produtoras, empresas e demais interessados, serviu como instrumento facilitador de consolidação.

Fundada no ano 2000 por um casal de ex-modelos, a MAM trabalha na função de descoberta de *new faces*, realiza constantemente treinamentos para modelos e aspirantes através de *workshops*, agencia e encaminha o que denominam de novos talentos. Além disso, como produtora de eventos, realiza campanhas, desfiles, filmes publicitários e demais ações de divulgação. A principal parceira da agência é o shopping Riomar, local onde frequentemente desenvolve *workshops* pautados na expressão corporal, passarela, automaquiagem, ensaios fotográficos, dicas de tendências. O custo do *workshop* geralmente é no valor de R\$ 420, com carga horária de 14h. As promessas da agência envolve a projeção de jovens na carreira para que as mesmas conquistem as passarelas internacionais, para que tornem-se *Top Models*.

Uma das principais instruções às modelos é a da produção do *book* fotográfico de alta qualidade para que a agência as divulgue junto às redes de publicidade e demais clientes. O uso das redes sociais e de sites mostram também as parcerias feitas com as empresas para a montagem dos eventos de desfiles com convites que se destinam a atores da Rede Globo, fotógrafos consagrados. O discurso de credibilidade engloba nomes de modelos descobertas pela agência e que hoje estão contratadas por empresas nacionais e internacionais, localizadas em São Paulo e Xangai.

O agenciamento na MAM ocorre tanto pela procura por parte dos indivíduos que se deslocam até à sede quanto pelas descobertas de meninas em ambientes públicos, como shoppings Riomar e Jardins, festas, saídas de escolas, seleções e cursos, através dos scouters. Depois desse processo, são informadas as medidas, os perfis cabíveis e os direcionamentos para a produção do *book* fotográfico e do *composite*, apresentados tanto pelas modelos nos dias de casting quanto pelo site. As formas de treinamento ocorrem através de *workshops* realizados em espaços mais elitizados²⁹ da cidade, tais como no shopping Riomar e no teatro da escola de idiomas Yázigi, sempre concentrados no bairro 13 de Julho e adjacências. A divulgação dos cursos para treinamento de modelos são veiculados através de stand, montado no próprio local, folders, via e-mail, redes sociais e TV.

b) *Da Bellatrix Modeling School*

A *Bellatrix*, como foi visto na parte introdutória desta seção, se inseriu no mercado de moda a priori como Escola para modelos há 5 anos e apenas recentemente se tornou agência de modelos, a *Bellatrix Modeling School* (BMS). O conteúdo programático da escola aborda temas relativos ao simbólico do mundo da moda, como autoconhecimento, construção da imagem nas redes sociais, discussão sobre o conceito arbitrário de beleza. E, centralmente, leciona sobre o conteúdo técnico e desenvolvimento das habilidades do desfile de passarela com salto, poses para fotografia, postura, medidas, perfil. Ao final da formação é realizado evento de entrega

²⁹ Compreendo como espaços elitizados àqueles que concentraram os investimentos no setor urbano para finalidade de consumo. A definição ancora-se na definição assumida por Zukin (2000) no que se refere à dimensão simbólica do poder, relativa especificamente à ratificação simbólica do poder estampada nas estruturas arquitetônicas tangentes aos valores e visões de mundo das recém-chegadas frações sociais.

de certificados que servem de licença para a atuação como modelo junto à DRT e à sindicalização obrigatória no Sated/SE. Esta passagem pela escola de modelos forma a base do aprendizado para a profissão junto à agência, por isso muitos jovens que atravessaram o processo basilar estenderam as pretensões para seguir a carreira permanecendo na BMS não mais como alunos, mas como agenciados, como profissionais.

Na primeira versão da *Bellatrix*, o nome institucional foi *Bellatrix Models Management*. A agência era localizada no Bairro Novo, com fachada da assemelhando-se a casas comuns³⁰ de andar, propositalmente montada para também aproximar-se ao padrão arquitetônico das situadas em regiões como São Paulo e Rio de Janeiro.

Assim como as demais, a distinção entre a BMS e uma casa comum começava a partir da recepção, onde viam-se estampadas em grande painel as *composites* de modelos, onde eram notados um computador para contatos, telefone e mesa da recepcionista. Na distribuição espacial da agência estavam a sala de passarela e um compartimento reservado para as aulas de postura e desfile com salto. Estrutura de madeira montada semelhante à passarela, cadeiras distribuídas nos arredores, espelhos e quadros de *Top Models*, como Gisele Bündchen, Alessandra Ambrósio e Isabeli Fontana, constituem-se como elementos que servem de códigos para a identificação das pretensões dos usos e intenções de projeção. Outro compartimento imprescindível que compunha a agência era o estúdio de fotografia, onde se notava um conjunto de instrumentos como o tecido de fundo infinito, sombrinhas, *soft*, tripés, girafa e câmera fotográfica para a preparação dos *books* e *composites* das modelos (CHAPOULIE, 2000).

Uma das principais razões que justificam a origem da empresa refere-se à observação da proprietária (que é sergipana, mas que cedo foi a São Paulo para trabalhar e, logo em seguida, seguiu carreira de modelo) quanto ao árduo deslocamento de meninas que se destinam às cidades grandes em busca das agências, carregando sob os braços seus *books* e *composites*, por vezes mal confeccionados, e enfrentando a dificuldade do desfile, pois não apreenderam as habilidades exigidas para exercer a profissão. Dessa forma, o objetivo central da Escola é o de preparação profissional por meio da escola, seguido pelo agenciamento. Contudo, vale dizer que nem a escola e

³⁰ O sentido de casa comum àquela que assemelha-se à maioria das estruturas arquitetônicas que possuem calçada, portões e muros de segregação e preservação da esfera íntima.

nem a agência garantem o fechamento do contrato, pois questões desse porte relacionam-se às demandas dos clientes.

As estratégias de consolidação da BMS no mercado de moda envolvem relações de amizade com uma *booker* da agência *Elite Model* de Nova Iorque, com fotógrafos e *scouters* de agências de poder, inserção da proprietária no principal grupo de *scouters* do país, com sede em São Paulo, parcerias com representantes da *Way Model*, da *Joy Model*, que agenciou a *Top Model* Alessandra Ambrósio, contato direto com a *Miss Sergipe*, significativo *mailing* de contatos com empresários, marketeiros, jornalistas, lojistas, etc., além de se constituir como a primeira agência regulamentada a lançar uma modelo sergipana selecionada para desfilar no *São Paulo Fashion Week*, principal evento de moda no Brasil. A modelo que ajudou a projetar o nome da *Bellatrix* recentemente fechou contrato com agência de moda no Japão. Sem embargo, acrescentam-se a estas estratégias de ascensão da empresa o investimento na divulgação nas redes sociais, sites e demais ferramentas de comunicação, onde são publicadas, entre outras coisas, imagens da proprietária, que também é *scouter* da BMS, ao lado de atrizes de TV e demais indivíduos que geram prestígio para a agência.

Um ano após tais imersões, a BMS expandiu os serviços abarcando o desenvolvimento de pessoas através da moda, e não apenas a formação de modelos. Etiqueta social, etiqueta à mesa, fotografia, atuação, são alguns dos serviços prestados. O *network* da empresa também expandiu-se, mormente através da rede de contatos estabelecida pela proprietária, Iolanda Barreto. Tais *networks* envolvem desde agências estrangeiras, como no exemplo da Filipa Bleck, da agência *Elite de New York*, até dermatologistas, fotógrafos e *coaches*. Diversos modelos passaram pela internacionalização estampando capa de revistas como a *Elle*, participação em campanha da *Runway*, e possuem também contratos com agências estrangeiras, como as *Women Manegement Milano*, *Woman Manegement Paris*, *Woman Management New York*, *Guarana Models*. Uma das principais formas de divulgação dos trabalhos da BMS é através do *Instagram*. Todas as plataformas imagéticas, vídeos, fotografias, divulgação dos desfiles dos alunos da agência em outras realidades no mundo são transmitidas por esta rede social. Hoje, a sede da BMS funciona na Av. Hermes Fontes, n. 865, e conta com uma estrutura arquitetônica semelhante a uma escola, com recepção, salas divididas, climatizadas, cadeiras acolchoadas, quadro, TVs.

Sem embargo, pensando as lógicas das relações entre as agências, nos cabe demonstrar como funcionam em termos formais. As questões envolvem a consideração formal da profissão e como se sugere o regimento dessas intersecções.

4.2. Relações e Interseccionalidades entre Agências e Modelos

A busca pela compreensão das relações estabelecidas entre agências e modelos, pelo processo de regulamentação das atividades, leva-nos ao âmbito formal. Dessa forma, ancorado na Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), importa dizer que a agência de modelos posiciona-se, frente às modelos e manequins, como empregador. Esta última categoria está prevista no artigo 2º da CLT e “considera como empregador a empresa, individual ou coletiva, que assumindo da atividade econômica, admite, assalaria e dirige a prestação pessoal de serviço”. E como se trata de uma relação com finalidade lucrativa, tendo em vista a produção, a distribuição de bens ou serviços, o contrato é de caráter bilateral. Portanto, a agência de modelos enquanto tal, deve então assumir todos os riscos de sucesso e fracasso quanto às atividades econômicas, deve assalarar modelos, dirigir a prestação de serviços da agenciada. Esta, por outro lado, tem como dever prestar serviços contínuos à agência, deve depender da direção da mesma, e receberá salário pelo trabalho executado por intermédio do empregador (PASSOS, 2015).

A modelo ou manequim empregada, conforme Art. 3º da CLT, é “toda pessoa natural que prestar serviços de natureza não eventual ao empregador, sob a dependência deste e mediante salário”. Interessa dizer, que, para haver contrato, a CLT expõe claramente a distinção entre a pessoa natural e o manequim-boneco. Ressalto a obviedade de que não há condições da contratação de um ser inanimado, de uma boneca representada pela mulher. Esta comparação nos revela a condição de objetificação daqueles que desfilam e posam para a exposição de roupas e objetos de natureza variável. O aparato Legal, apesar de sua tentativa de esclarecer a distinção, reforça, de alguma maneira, a visão adotada tanto pelos próprios profissionais que produzem o mundo da moda quanto pelos leigos, e até mesmo gera o efeito de inculcação sobre modelos e manequins.

Diante destas abordagens, principalmente no tratamento da modelo e manequim, cabe-nos interrogar o que são tais categorias profissionais perante arranjo regulamentado? De acordo com a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), modelos e manequins são profissionais que recebem as determinadas nomenclaturas e códigos de ocupações laborais:

- 3764-05 - Modelo artístico: Estátua viva, Modelo fotográfico de nu artístico, Modelo vivo;
- 3764-10 Modelos de modas - Manequim, Modelo "fashion", Modelo de passarela;
- 3764-15 - Modelo publicitário: Modelo comercial, Modelo de detalhes, Modelo de editorial de moda, Modelo fotográfico, Modelo fotográfico de "workshop".

Ainda sobre esta perspectiva, modelos desenvolvem tarefas que abrangem as poses fotográficas realizadas em estúdios e cenários pretendidos pelas produtoras, a apresentação produtos e serviços para trabalhos de marketing, a divulgação de bens e serviços por meio de fotografias, vídeos, filmes e eventos. Segundo descrição da CBO quanto à ocupação de Modelo, regida sob o código 3764, esta profissional detém habilidades reconhecidas e específicas:

Posam para fotógrafos e artistas plásticos imobilizando o corpo segundo orientação artística ou criando poses próprias, em estúdios, escolas de arte e locações internas ou externas; mostram produtos em trabalhos publicitários (fotos, filmes e eventos) mobilizando habilidades expressivas que atraem o olhar, que sugerem comportamentos e estilos de vida e que representam o tipo de pessoa que se quer associar ao produto; desfilam em passarelas ou em espaços determinados, onde sincronizam movimentos conforme a música e a coreografia, adotando expressão facial e corporal pré-estabelecida, para expor coleções de moda, detalhes do produto e acessórios, em "show e show room" de moda; cuidam da aparência e concentram-se na linguagem corporal.

Esta designação a partir da descrição das habilidades da modelo orienta não apenas o conjunto de suas práticas, mas também a administração, o agenciamento e as pedagogias para a formação da modelo por parte da escola e da agência responsável. Cabe acrescentar que um dos graves problemas que emergem no mundo da moda quanto à regulamentação é que tais exigências são impostas às agenciadas que encontram-se ainda na fase da adolescência. Por isso a dificuldade encontrada por uma grande parcela de meninas que migram para outra região em busca da carreira, e que

precisam rapidamente obter a maturidade exigida pela ocupação. Por outro lado, o mundo da moda apresenta seu submundo, um universo permeado pela irregularidade, relações ilícitas que escapam ao princípio da ordem e da legitimidade da socialização profissional.

4.3. O *Underworld*, o Ilícito e o Indízível

Apesar da preponderância do ordenamento formal abordado na seção precedente, há outra face não menos relevante: a socialmente tida transgressora, a ilegal, a do *underworld*, ou submundo, onde se inserem também a agência de modelos e o emaranhado de relações intra ou extra-universo da moda. Este perfil invertido possui cultura, modos de ação, habilidades, regras sociais, tipos de comportamento, códigos simbólicos, hierarquias e leis muito próprias (BECKER, 2008; BARREIRA, 2008; SUTHERLAND, 1937, WACQUANT, 2000; MATHIEU, 2001; PRYEN, 1999).

A exploração do *underworld* da moda traz um conjunto de ações desviantes não apenas se refletidas à luz da legalização, mas também às próprias regras sociais requisitadas pela cultura do admissível, o que envolve questões de naturezas moral e ética. Dentre estes, temos o que é designada pelos indivíduos que compõem o universo da moda como a Agência Picareta. Esta apropria-se do glamour espalhado pelos meios de comunicação de massa (responsáveis também pela disseminação de realidades, mas, principalmente, pela fetichização e pelo encantamento) para atrair jovens com pseudo-promessas de sucesso internacional, de altas remunerações, mesmo quando estes sequer possuem perfis exigidos pelo mercado da moda. O discurso de atração ancorado na produção da ilusão objetiva fazer com que as aspirantes a modelos cadastrem-se na agência para arcar com despesas impróprias e desnecessárias, tais como o *book* fotográfico, o *composite*, cursos, taxas indevidas de agenciamento.

A cultura da estratégia mais comum aplicada pelas Agências Picaretas é iniciada por uma seleção ou indicação de um autointitulado *scouter* que convida e encaminha a pretendente para conhecer a agência. Esta, por sua vez, percorre o endereço onde encontrará um *booker* que também age com profissionalismo para a extração das medidas, e depois informa que a jovem passará por uma aprovação antes do cadastramento. No dia seguinte, um telefonema é realizado para avisar sobre a

aprovação, e imediatamente a candidata é instruída para a confecção do *book* fotográfico e do *composite*, que custam conjuntamente entre R\$ 500 e R\$ 1 000.

Após a confecção do material, a pretendente a modelo aguarda a demanda dos trabalhos, contratos junto a clientes, o que nunca ocorrerá. A justificativa mais comum adotada pelas Agências Picaretas é a de que as jovens não cabem nos perfis solicitados pelos clientes. A maioria delas cabe nos casos do Golpe de Estelionato³¹.

Outro fenômeno naturalizado nas práticas e cultura de diversas agências é o Assédio Moral, a violência simbólica, praticados pelos *bookers* quanto às exigências das medidas e cuidados com corpo das modelos. Os usos de xingamentos, de olhares reprovativos, de comparações depreciativas, afetam muitas meninas ingressas na carreira e, a depender do agenciador, isso percorrerá toda a trajetória profissional. As estratégias adotadas por parte significativa das agências para atingir os objetivos de restrição sobre o corpo das meninas são de colocar na porta da geladeira mensagens que equiparam suas medidas à quantia do cachê e a possibilidade de ausência de futuros trabalhos: quanto maior o quadril, menor a conta bancária. Isso funciona como ameaça constante e que leva muitas delas ao caminho da anorexia³² e de demais transtornos alimentares, outro aspecto preponderante deste universo. Na regra da alimentação, há uma receita inculcada e compartilhada por diversas agências, composta por água, alface e ricota (BOURDIEU, 2003).

O Assédio Sexual³³ se constitui como mais um elemento naturalizado por parte significativa dos profissionais da moda. Tais ações partem dos mais variados profissionais, desde *scouters* a fotógrafos. O uso de termos pejorativos quanto às partes íntimas das jovens, convites extra-profissionais com conotações sexuais, e até estupro, são práticas identificadas, muitas vezes consentidas, mas, nem por isso, sempre denunciadas; um silêncio das modelos justificado pelo receio da perda de contrato e exclusão profissional.

³¹ O Golpe de Estelionato está descrito sob Decreto-Lei N° 2.848, de 7 de dezembro de 1940, Art. 171, como a “obtenção para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento”.

³² A anorexia é um distúrbio alimentar no qual o indivíduo perde excessivamente o peso por enxergar-se obeso. As complicações do transtorno englobam desnutrição, desidratação, infertilidade, queda de cabelo, queda de pressão arterial, entre outros. Muitas adolescentes começam adotando regimes sem acompanhamento médico e vão adquirindo a doença através de uma fixação pela magreza. Por consequência, muitas acabam morrendo.

³³ O Assédio Sexual é considerado crime por Lei 10.224/2001 e refere-se à conduta de constranger alguém com o intuito de obter favorecimento sexual, estando o violentador na condição hierárquica.

A prática mais intrínseca ao mundo da moda é denominada como Book Rosa ou Ficha Rosa. Ocorre através de um aliciador oculto que propõe o trabalho de prostituta a modelos que precisam manter suas condições de vida e seguir com custos inerentes à carreira. Eles agem de forma discreta e possuem grande rede de amizades estabelecida com empresários, jornalistas, jogadores de futebol, a fim de que se assegure o esquema da prostituição. Muitos preferem manter contatos pessoais para não ficarem em evidência aos olhos da polícia, até porque algumas menores de idade também podem aceitar se prostituir, seduzidas pelos altos valores pagos pelos clientes, que custa mais do que o dobro do trabalho como modelo iniciante, variando entre R\$ 2 000 a R\$ 5 000 por uma hora e meia. O Book Rosa pode ocorrer tanto por convite do aliciador quanto pela própria modelo. Este possui habilidades de intermediação, de esclarecimento detalhado sobre as práticas sexuais mais lucrativas, dos gostos íntimos de cada cliente, de discrição, de persuasão.

Geralmente acontece da seguinte forma: o aliciador promove um evento, junto ou não com parceiros como empresários, etc., e convoca modelos, seja para desfilar, receber e conferir convidados, entre outros; elas devem estar vestidas uniformemente (vestido colado e salto), a mídia pode ser ou não convidada para transmissão. Durante a circulação das modelos, os clientes escolhem a garota e depois comunicam ao aliciador. O código utilizado para o convite é se a modelo aceita ou não fazer o Pós. Em caso de aceite, o cliente se desloca discretamente para o local em que deseja para esperar a modelo selecionada. Àquelas que se prostituem, recebem o nome de acompanhantes de luxo, o que as distingue, em certa medida, das prostitutas, profissionais do sexo. Vale dizer ainda que as meninas convidadas por este profissional já aceitaram de antemão fazer o Book Rosa, pois há receio por parte dele de que as meninas rejeitem seus clientes e, com isso, coloquem em risco as relações de amizades que também o sustentam financeiramente.

Todavia, após abordagem do arsenal acerca do mundo da moda, que nos apresentou ângulos variados sobre o aspecto em questão, nos resta adentrar precisamente na análise da carreira de modelo para trazer a lume as respostas para as indagações centrais que motivaram esta pesquisa.

CAPÍTULO V

A ANÁLISE DA CARREIRA DE MODELO

O presente capítulo tem como objetivo apresentar as características mais generalizadas da composição social das modelos que desenharam o quadro da profissão no Estado de Sergipe. Como já foi demonstrado, apenas duas agências realizam esse trabalho, a BMS, que além de funcionar como Escola, possui respaldo legal e institucionalizado para atuação junto à Sated/SE, e a MAM, que, apesar de não estar legalizada enquanto agência junto à instituição mencionada, assim mesmo exerce função de encaminhamento profissional. Vale ressaltar que no momento de levantamento das informações para o convite de entrevista para esta pesquisa, apenas meninas da *Bellatrix*, intercambiadas pela proprietária, concederam os dados sobre a carreira. Houve ainda diversas tentativas indiretas de aproximação, contudo, apenas dados mais superficiais eram concedidos, justificado por certo receio em torno da profissão por causa das conotações pejorativas atreladas à venda do corpo, e possivelmente ao excesso de más intenções presentes neste universo.

Uma espécie de protecionismo que elas apreendem durante a jornada profissional, apresentado por diversos meios, seja conselhos de família, de agenciadores bem intencionados, ou por meios de comunicação que tomam tal assunto como pauta. E ainda citemos os casos de meninas que se inserem neste meio e começam a denunciar um conjunto de ações de violência, assédios morais e sexuais, e que, por isso, resultam nesse excesso de protecionismo de si na carreira de modelo.

Importa dizer também que formas indiretas de conhecimento da carreira foram acopladas à pesquisa, como leituras de artigos de história que tratam da profissão, da sua relação direta com a inserção da mulher no Mercado de Trabalho, dos dramas que vieram acompanhando as trajetórias nas carreiras, do desenvolvimento de habilidades, do encaixe no arquétipo cada vez mais exigente, dos dispositivos de autoproteção, da aquisição dos recursos. Vídeos, documentários, alguns livros que tratam da moda, da carreira de modelo, também colaboraram para as concepções da profissão. Além disso, algumas entrevistas foram realizadas via telefone às agências *Dilson Stein New Models*, que é matriz da Gisele Bündchen, localizada em Horizontina, no Sul do país, e à *Mega Model Brasil*, localizada em São Paulo. O objetivo dessa última investigação é o de

compreender o funcionamento dessas organizações e, mormente, captar os critérios de inserção e demais seleções de modelos.

Para essa seção, foi retirada uma amostragem composta por 9 meninas, as que aceitaram o convite da entrevista. Apenas modelos da BMS corresponderam com o proposto. O quadro é formado por garotas que possuem faixa etária entre 14 e 20 anos de idade, com experiências profissionais que variam entre 3 meses a 2 anos de atuação. Algumas dividem as carreiras como modelo com outras atividades, como graduação em enfermagem, atendente de farmácia, ou ainda estão tentando se inserir em cursos de graduação através de vestibulares. Um dos casos das meninas selecionadas já galgou espaço em agências internacionais através de seletiva.

Nas descrições e análises das entrevistas a seguir, são colocadas apenas as iniciais dos nomes a fim de que sejam preservadas suas identidades. A colaboração das entrevistadas constitui-se de suma relevância para a construção dessa seção, para a compreensão da carreira. As entrevistas foram realizadas na própria agência e, como já foi mencionado, sob a devida liberação da agenciadora. Seguindo a lógica revelada, as variáveis tratadas a seguir apresentam os modos de inserção na carreira, a aquisição de recursos sociais, o desenvolvimento de habilidades, os principais desafios enfrentados pelas modelos, também os dramas, critérios e modos de ascensão profissional.

5.1. Modos de Inserção na Carreira de Modelo e a Produção da Profissão

Os formatos de inserção na carreira de modelo, vale lembrar, carregam predefinições de caráter físico, corpóreo, que indicam *a priori* se a pretendente encaixa-se ou não. Nessa profissão, a aparência, os aspectos fisiológicos são fundamentais durante toda a trajetória na carreira. A partir do material bruto, ou seja, o corpo da menina, é que começam os planejamentos de onde se encaixa melhor, se segue na carreira como modelo de passarela, ou como modelo fotográfica, etc. A modelo de passarela, que é preponderante para esta pesquisa, deve ter um mínimo de 1,74m de altura, ter idade mínima de 14 anos, deixar o corpo o mais natural possível, e assim depois são passados os ajustes. Caso tais critérios já estejam de antemão dentro dos padrões mínimos exigidos, nos cabe então pergunta que é crucial e ainda precedente: o que desperta o interesse de uma menina em se inserir e seguir na carreira de modelo?

5.1.1. Inserção através do Fetiche Profissional

As entrevistas realizadas apresentaram variáveis de inserção e motivações resultantes da elaboração da fetichização da profissão de modelo, decorrência do empenho dos agentes construtores das estratégias de montagem das ilusões observadas nas publicidades, formulação das crenças no poder e no *status* usufruídos com a ocupação e título. Dito de outro modo, a postura das modelos, marcas, o estilo de vida comercializado e exposto em redes sociais, em compasso com as propagandas, funcionam como dispositivos de atração. O místico, a excentricidade, o artístico, conjugados com o labor técnico, são alguns dos elementos que alimentam e despertam desejos de pertencimento na carreira de modelo.

Entrei pela glamourização do mundo das modelos. Eu sempre quis estar lá, fazer parte desse meio. Desde pequena gostava muito de ficar tirando fotos. Desde sempre tive àquele desejo guardado em mim. Sempre vi na TV modelos desfilando na passarela, e ficava querendo fazer parte daquilo que via. Nunca tive apoio dos meus pais pelo receio de que houvesse picaretagem. Mas, minha mãe por fim vem apoiando agora. Entrei na carreira por indicação de uma amiga que me mostrou a *Bellatrix* e acabei ficando (entrevista com SS em fevereiro de 2018).

Do excerto podemos extrair que o mundo da glamourização funciona como um gatilho mental para atrair de medida variada as meninas para a carreira. A maior parte da representação da menina que se insere remete a um universo cercado por fotógrafos, maquiadores, *bookers*, jornalistas, com intenções de estamparem capas de revista, *outdoors*, realizar campanhas publicitárias.

Inclusive, pensa-se o topo tendo como referências as *Top Models* que construíram seu nome, sua independência relativa às empresas contratantes, como exemplo das modelos que desfilam para a marca *Victoria's Secret*, também como Gisele Bündchen, Alessandra Ambrosio, Izabel Goulart, Adriana Lima, dentre outras. Muito se aproxima de carreiras como as de jogadores de futebol, se pensarmos em termos de glamourização, de fama, de ser veiculado sempre nos meios de comunicação de massa.

5.1.2. Inserção pelas Redes de Amizade e Graus de Intimidade

Forma destacada de inserção revelou-se ancorada pelas redes de amizade e de círculos mais próximos de socialização. Desponta-se o formato de inserção através do incentivo não apenas pela interação, pelo convite verbalizado, mas também pelo incentivo visualizado através da expressão indizível. Ou seja, realizado indiretamente pela *héxis* corporal do indivíduo que já introjetou a cultura profissional, que possui certo domínio e experiência na carreira de modelo.

As redes de amizade também colaboram para a inserção no sentido da apresentação das agências de moda que mais se sincronizam com as características e os perfis das aspirantes à carreira. Tal colaboração se estende com a indicação, o encaminhamento, o assessoramento que equaciona a individualidade da pretendente à carreira com as instituições de moda por intermédio do conhecimento adquirido pelas modelos previamente imersas na profissão.

Minha prima me chamou para conhecer certa agência que prefiro não citar o nome. Fui passando pelas etapas e, depois que fui aprovada, me disseram quanto tinha que pagar para fazer o *book* e seguir na carreira. Era um valor altíssimo. Nunca tinha pensado em trabalhar como modelo até então. Acabei não ficando porque não tinha como pagar. Depois vim para a Bellatrix, acabei ficando e entendendo como funcionava. Inclusive de que não deveria pagar o *book* ou qualquer coisa para entrar (entrevista com CB em fevereiro de 2018).

Apesar de não conter um interesse prévio de imersão na carreira de modelo, vale considerar em ambos os casos o fator da rede de amizade se configurar como variável de destaque para esse impulso. Embora haja ou não esse interesse prévio, é através dessas redes que a aproximação, o contato com o universo vai acontecendo. No caso anterior, uma amiga foi tida referência, ou o elo. E, neste caso, o convite da prima se constituiu como fator distinto. Obviamente, há casos em que a iniciativa de procurar uma agência parte da própria menina, como é visto no caso a seguir.

Sempre tive o sonho de ser modelo. De ser alta, sempre estar bonita, com o cabelo bom. É minha paixão desde que me entendo por gente. Tenho àquelas imagens da modelo, de estar sempre cuidada, por isso sempre quis entrar nesse mundo, aí procurei as agências daqui e me inscrevi (entrevista com AC em fevereiro de 2018).

O exemplo acima mostra que nem sempre alguém indica outra menina para levar à imersão no universo da modelo. Contudo, tal imersão se aproxima com o primeiro caso primeiramente citado no sentido de ver na carreira de modelo o misticismo produzido, um mundo que perpassam características como a fama, a vaidade demandada pela própria profissão. A importância da vaidade recai inclusive no critério de manutenção da modelo na carreira, uma vez que é pela imagem conjugada às habilidades adquiridas no processo de socialização profissional que os contratos se consolidam.

Eu sempre quis trabalhar com alguma coisa que fosse do mundo artístico. Todo mundo dizia que eu tinha cara de modelo. Mas, o que é ter cara de modelo? Eu sou uma pessoa que gosta de chamar bastante atenção, aí foi certinha essa carreira para mim. E ainda quero seguir de atriz também. Encontrei a agência por indicação de uma amiga (entrevista com ME em março de 2018).

Como é notado nos trechos das entrevistas, são singulares as versões e direcionamentos que levam tanto à procura quanto à imersão na carreira. Contudo, aspectos como embelezamento, as fotografias, o mundo do glamour, da possível fama, a vontade de aparecer, de estampar, de ascender, de tornar-se *Top Model*, perpassam direta ou indiretamente todos os casos. É possível concluir que a representação da profissão de modelo que é mostrada nos meios de comunicação, entre as próprias modelos, o envaidecimento em torno de si, servem de instrumentos impulsionadores de iniciação na carreira. Seja por iniciativa própria ou pelas redes de relacionamento, todas acabam suprimindo as particularidades das razões que levaram às inserções para atingir um eixo comum das imersões pelo universo criado pelos agentes que o compõe, que possui interesse de manutenção da engrenagem.

A profissão de modelo, assim como as demais, deve ser entendida como uma mercadoria composta por elementos que constroem o seu fetiche. A atração de meninas ocorre a partir da produção realizada por diversas mãos que, acopladas num trabalho conjugado, acrescentam as propriedades mágicas, o mistério, os elementos simbólicos que conotarão poder, beleza, e que remeta ao estrelato, ao extra-sensorial.

É uma de produção da profissão, e é através dessa elaboração mística do universo simbólico que acaba atraindo fatia significativa das meninas, mesmo quando muito se desvelou sobre o universo no que tange às más intenções. Tal fetichismo se

estende ao produto da produção da roupa que deve vestir as modelos. Ou seja, traz o caráter duplamente fabricado, e ofusca, obnubila, o conjunto das explorações, quer seja da imagem da modelo ou mesmo dos braços das fabricantes das roupas (MARX, 2005).

Ainda nos é válido pensar sobre a produção da crença sobre a profissão, nos valores de inculcação, dos modos de fazer da cultura profissional que são forçosamente introjetados, naturalizados, e assimilados como o normal; por isso, inquestionáveis, com regras bem definidas sobre as filosofias e as maneiras de fazer, lançadas pelos dominantes do mundo da moda (BOURDIEU, 2002).

É necessário frisar que as denúncias sobre o que podemos identificar como a construção ilusória da carreira de modelo não se constitui como barreiras de imersão, ou mesmo como fenômeno nocivo de manutenção. Pelo contrário, a justificativa de imersão, sustentada por boa parte das modelos que querem seguir com a profissão, galgar espaços de poder, é a de que em todas as atividades profissionais existem dificuldades, problemas a serem enfrentados, e estes são naturais da carreira de modelo. No que se refere à manutenção, nos cabe compreender como funciona, os processos, modos e estratégias de sobrevivência das modelos.

5.2. Estratégias e Habilidades de Manutenção na Carreira de Modelo

Há diversos desafios que devem ser superados pelas modelos para que haja permanência na carreira. Inicialmente, o principal deles é estar de acordo com os padrões, depois, assegurar que tais padrões e até a certificação das novas mudanças, como diminuir as medidas do quadril ou melhorar o aspecto da pele, que estejam de acordo com as exigências do mercado e das agências.

Outros desafios referem-se à aquisição das habilidades e de recursos da modelo, desenvolvimento de estratégias, inclusive, que evitem danos pessoais, como o exemplo de se tornar vítima das agências picaretas, de trabalhos irregulares, de determinada violência, seja de caráter físico ou simbólico, entre outros.

Isso é muito observado em profissões que exploram o corpo humano, como no exemplo das prostitutas com as estratégias de evitamento e de autoproteção, por isso a capacidade de identificar situações de risco, e também estratégias de se tornar imperceptível aos olhos da polícia lançadas pelos ladrões recém-chegados, como visto foi mostrado em discussões precedentes.

5.2.1. Habilidade de Manutenção da Aparência

As imersões direta e indireta procedentes desta pesquisa revelaram que as práticas diárias de manutenção da beleza, da aparêncial, do fortalecimento dos valores estéticos provenientes da operacionalidade e de combinações realizadas por produtos químicos se constituíram como uma primeira habilidade visando a permanência na carreira. Isso porque, por um lado, o ofício possui essa prática como regra inerente, os agentes que constroem o mundo da moda entendem tal habilidade como um tipo de pré-requisito. E, por outro, exige-se que a modelo já possua ou adquira esta competência por meios diversos, quer seja por socialização com outros modelos, por vídeos, leituras. Este critério é determinante em toda a trajetória da modelo, se faz presente em toda sua curvatura da faixa etária em que atravessa.

O parâmetro de beleza na moda a insere na seara do controle diário, o que comumente designa-se como ditadura corporal. Tal atributo ressignificou-se e acentuou-se significativamente após ampliação do uso das Redes Sociais, constituídas como outro setor de divulgação, de portfólio de trabalho, as quais as modelos passaram a apresentar, de forma competitiva, seus atributos estéticos, visaram maximizar os valores de aparência: prática e domínio preponderantes para a consagração no mercado da moda.

Para se manter na carreira, é importante manter os cabelos hidratados, passar protetor e manter a pele boa. Faço isso em casa mesmo. Se manter magra, na dieta. Nada de usar muita maquiagem e, se der, ir a um dermatologista. Essa rotina da beleza é muito importante para a modelo porque ela vive da sua aparência (entrevista com ME em março de 2018).

Importa acentuar que a manutenção da rotina de beleza, principalmente das medidas, fazem parte não apenas de uma auto-exigência das modelos para sua manutenção na carreira, mas também de uma demanda exterior à modelo. Trata-se de uma demanda do próprio mercado, uma imposição, uma necessidade.

O contrário dessas responsabilidades mínimas significa muito se pensarmos que serão avaliadas pelos *castings*, e esses valem seus contratos e possível ascensão. Muitas modelos que se inserem no universo da moda, boa parte das vezes precisa passar por

tratamentos de acne, pois estão enfrentando a fase da adolescência, ou mesmo não estão com os cabelos devidamente hidratados. Por outro lado, a agência arca com o conjunto das despesas, que podem ser com dentistas, nutricionistas, cabeleireiros, dermatologistas, e começam os acúmulos de dívidas destas com as agências contratantes. Essas dívidas são pagas tanto através dos contratos destinados apenas para algumas campanhas, ou agenciamentos mais estendidos, os quais são repassados 30% do valor somado aos saldos devedores.

5.2.2. Habilidade Carismática

A polissemia inerente ao conceito de carisma implica sua circunscrição ao território da moda. Ao tomar como parâmetro o conceito de Carisma lançado por Weber (1999), veremos a interpretação atribuída ao irracional, ao exercício de dominação manifestadamente sublime capaz de alterar, romper e até destruir rotas históricas através dos possuidores, apontados como líderes, que travestem o discurso da dominação atribuindo à missão, tal como o autor situa os líderes religiosos, cujos efeitos são fascinação, atração e obediência; na moda, tais sintomas também aglutinam o mesmo efeito. Contudo, vale-se se relacionado às disputas pelas ocupações no cargo em períodos de seletivas, atravessando a manutenção na carreira, projeção e consagração.

O carisma na moda é instrumento de atração, possui a capacidade de alavancagem. Tal habilidade vem somada à comunicação corporal relacionada à satisfação que promove o encatamento. Isso porque, minimamente, a modelo necessita expor felicidade por estar ou fazer parte de campanhas da moda, apresentar a excitação por representar determinadas marcas, mesmo que na realidade a satisfação esteja disfarçada na pseudo-felicidade. Dessa forma, o carisma é elemento fundamental da manutenção da modelo na carreira, e a expressão que emana tal entendimento, que pode se configurar uma contradição, uma auto-violência, um sufocamento das emoções reais, possui valor inestimável na disputa pela sobrevivência na profissão.

Manter a beleza é muito importante, mas isso sozinho não é suficiente para uma modelo se manter na agência e ser contratada. Um dos principais elementos é o carisma. É preciso ter simpatia, saber andar com salto, se portar. Mas o carisma é essencial para seguir com a carreira, porque se a gente não sorrir e tratar bem os possíveis clientes,

com certeza eles não vão nem olhar (entrevista com CB em março de 2018).

Há dois elementos preponderantes que devem ser ensinados pelas agências e devidamente incorporados pelos modelos: a *hexis* corporal e a simpatia. A primeira diz respeito às práticas de comportamento, habilidades desenvolvidas com a socialização profissional para o manejo do corpo. Tal introjeção e desenvolvimento das habilidades corporais contidos nas passadas, modos de colocar os braços, manutenção da inexpressividade, devem ser conjugados aos que as modelos designam de simpatia, que é a capacidade de ser educada, de realizar as demandas, de manter ausências de reclamações que podem ameaçar a carreira.

Acrescenta-se também a capacidade de incorporação dos papéis para o desfile e fotografias, aproximando-se bastante da profissão de atriz. Interessa refletir sobre o corpo no sentido de entendê-lo e interpretá-lo como um elemento que apresenta diversas informações que envolvem disposições, esquemas classificatórios, observados na forma de caminhar, tom de voz. Nele se contém o mundo social expresso, a trajetória, inclusive sua modificação depois da lapidação realizada pelas agências através da figura do booker, como bem se mencionou precedentemente (BOURDIEU, 2008; LE BRETON, 2011).

Algumas pessoas pensam que a profissão de modelo é fácil, que é só beleza, saber se vestir, cuidar bem da saúde, que é só glamour. Eu acho que além de tudo o que as meninas disseram, o maior desafio é estar preparada psicologicamente para receber os não, porque isso acontece sempre, e o importante é não desistir (entrevista com JS em março de 2018).

Outro dado representativo refere-se à capacidade de lidar com a rejeição. Boa parte dos *castings*, das seletivas de modelos, já possuem de antemão pré-requisitos de preenchimento das vagas. A consistência entre a exigência e o enquadramento da modelo ocorre quando ela incorpora papel e não apenas se encaixa pelo aspecto físico. Geralmente são as campanhas publicitárias que convocam e, a depender do produto veiculado, o que entra em cena não mais se resume à modelo, mas também a capacidade

de vender o produto. São múltiplas habilidades, múltiplos recursos que são colocados em jogo durante o processo de seleção e a expectativa de contrato.

5.2.3. Habilidade de Lidar com Rejeições

Os exames das entrevistas apontaram a habilidade de lidar com as rejeições como um sintoma relativo à resiliência. Masten e Coatsworth (1998) correlacionam a emergência da inteligibilidade conceitual de resiliência nos anos de 1970 em contexto sócio-histórico norte-americano, no momento em que taxas de divórcios, problemas relativos a abusos, gravidez na adolescência, entre outros fatores, comprometiam diretamente o desenvolvimento social. Os indivíduos que apresentavam quadros relacionados à capacidade de lidar com riscos, de superar situações abruptas e traumáticas, fraquezas e circunstâncias de vulnerabilidade foram identificados como resilientes. Na moda, as rejeições, os não expressos pelas autoridades ou dominantes no universo podem constituir-se como geradores de incertezas, podem frustrar desejos de participação e ascensão na carreira.

Essas rejeições são trabalhadas durante as aulas nas agências, principalmente quando passam pelos conselheiros, como no exemplo do *booker*. Contudo, o excesso de “nãos” sinaliza também o fechamento de portas do Mercado de Trabalho, demandam atualizações de visual, informam que perfil o mercado se interessa no momento. Tais não envolve também a carga de preconceitos por parte dos agentes selecionadores, ou mesmo de equipes de maquiagem, como nos casos fortes de racismo.

Os *castings* são a parte mais complicada, principalmente para modelos negros, que no meu caso foi bem pesado. Vários episódios racistas que passei sem poder falar nada porque modelo nunca tem voz. Todos da moda sabem bem quem são os clientes racistas, mas os modelos quando se manifestam publicamente, sendo que não são famosos, eles se queimam no mercado e fica mais difícil ainda. Então, temos que engolir o racismo sempre para continuar trabalhando (entrevista com EV em agosto de 2019).

Inversamente, como mencionado, a incapacidade de lidar com as negações consecutivas podem gerar frustração e provocar abandono da profissão. Isso inclui a capacidade de lidar também com as pressões das agências para corresponderem com os

perfis requisitados, até mesmo se pensarmos a exigência sobre os pesos, cortes de cabelo, incorporação mais fidedigna dos papéis das campanhas publicitárias, profissionalismo, entre outros. A resiliência da modelo, portanto, reside na habilidade da modelo de administrar as rejeições, os gestos de desaprovação e a verbalização depreciativa emitida pelas autoridades da moda.

5.2.4. Habilidade de Gerenciamento das Redes Sociais

As redes sociais alteraram os paradigmas pré-existentes relativos aos formatos de interação humana. As entrevistas nos revelam como também *Facebook* e *Instagram*, por exemplo, são tidas plataformas de vitrine entre os indivíduos. A mudança da cultura comunicativa em conjunto com a liberdade do que fazer com a conta do avatar criado individualmente serviram também como ferramentas de trabalho, como portfólio, através das possibilidades fotográfica, textual e audiovisual (LÉVY, 1999).

No mundo da moda, as redes sociais, mormente o *Instagram*, levaram as modelos a expor mais seus trabalhos em desfiles, campanhas de marcas, publicidades espalhadas, capas de revistas. As redes sociais foram integradas significativamente à profissão de modelo, demandando habilidade de gerenciamento dos conteúdos centrados em seus ofícios. Um dos critérios reveladores de graus de sucesso tem como base o número de seguidores no *Instagram*, justificado pelo grau de influência das modelos sobre seus receptores, depreendo-se disto, sob a ótica das empresas de moda, que o quantitativo de seguidores da modelo equivale a porcentagens maiores entre as possibilidades de venda e maximização de poder da marca.

Eu acho que a modelo deve saber se vender. Isso quer dizer saber vender o produto como também saber mexer nas redes sociais, postar boas fotos, saber se portar também nas redes sociais e também saber falar inglês, já que todas nós visamos a carreira internacional (entrevista com CB em março de 2018).

A habilidade de entendimento do uso das plataformas das redes sociais, que não apenas alterou o mundo do trabalho, incluiu também os mais aptos e excluiu parcela dos não adeptos e desinteressados pelos novos recursos de Tecnologias da Informação e da

Comunicação (TICs); invadiu diversos setores da sociedade e exigiu de maneiras latente ou manifesta essas novas habilidades, e não se constituiu contrário com o universo da moda (Sennett, 2006; Castells, 1999). Dessa forma, as modelos passam a se exigir mais no momento de exposição, de apresentação de si mesmas nas redes, até porque novos trabalhos podem surgir a partir disso.

As redes sociais amplificam de maneira extraordinária o trabalho que é realizado em uma determinada localidade. Elas podem ser vistas por agências do mundo todo a partir do estreitamento espaço-temporal. Por outro lado, também a incapacidade de lidar com as redes sociais para auto-exposição, auto-venda, pode acarretar na diminuição ou até exclusão total do mundo. Um exemplo bastante ilustrativo é o de uma modelo que utilizou as redes sociais para manifestar-se politicamente, ocasionando no cancelamento de contratos e de certos trabalhos os quais as posições políticas dos contratantes eram contrárias aos da modelo.

Outra habilidade levantada pela entrevistada diz respeito ao domínio da língua estrangeira, mormente o inglês. Isso porque não apenas essa demanda provém de uma onda de internacionalização, de globalização, dessa supressão da multiplicidade cultural para a tentativa da unificação homogeneizante a partir da comunicação. Essa demanda de ordem internacional também impacta as carreiras em termos generalizados, o que também pode ser observada em localidades mais específicas, como ocorre neste caso. A ausência de uma segunda língua por parte das modelos restringe, de certo modo, o campo das possibilidades de galgar melhores espaços, de serem agenciadas, porque derivaria de uma incomunicabilidade, impedindo o desenvolvimento dos trabalhos (IANNI, 1996).

5.2.5. Habilidade de Desvio de Risco

Os riscos e dramas compõem o universo de qualquer trabalho. São fenômenos que perpassam toda e qualquer atividade profissional de qualquer que seja a natureza. No caso específico da profissão de modelo, um desses refere-se às más intenções, às falsas promessas. A habilidade de reconhecimento de risco e evitamento do mesmo assemelha-se ao que foi abordado por Pryen (1999) no estudo acerca das prostitutas de rua na França, tratado no início desta pesquisa. No caso das modelos, muitas das meninas que se inserem podem estar correndo risco de se tornarem vítimas de

fotógrafos que podem fazer o uso indevido da pretendente à modelo, colocar nas redes, ou se aproveitar do momento da fotografia para assediar, entre outros casos. Também podemos mencionar os exemplos das agências picaretas que solicitam uma série de recursos e pagamentos que também não podem acontecer, a começar pela própria realização do *book* fotográfico. O *book rosa*, como foi tratado em outro momento desta pesquisa, é um fenômeno que separa os dois mundos- de um lado, a profissão sem esquemas desviantes e, do outro, os desvios-, por uma linha muito tênue.

Saber lidar com a profissão é complicado. Na minha opinião, saber com quem está lidando é pior porque existem muitas pessoas ruins que querem te levar para o caminho errado, o caminho mais fácil. Não sei se você me entendeu (entrevista com SS em fevereiro de 2018).

Os convites para a imersão no universo da prostituição para conquistar bons espaços, contratos, ampliar o *network*, são inúmeros. Este universo, contudo, é extremamente arriscado, uma vez que estão longe da proteção profissional e da própria defesa pelos agentes de segurança por causa da irregularidade. Neste caso, a modelo que não pretende se submeter ao que se designa como prostituição de luxo, precisa desenvolver habilidades de percepção para fugir de situações de riscos. Por isso, a observação sobre a legalidade das ações, a análise minuciosa sobre as propostas que estão surgindo, o estudo das agências, entre outros, também emergem como características cruciais para a manutenção da modelo.

5.3. O Fenômeno da Internacionalização Profissional da Carreira da Modelo como Sinônimo de Consagração

O universo da moda possui jogo próprio que o rege, estratégias e habilidades que devem ser adaptadas, desenvolvidas, aplicadas em momentos certos, de acordo com o tempo amplo e dependente das relações internacionalizadas. Todas essas jogadas estão imbricadas num cipoal de interseccionalidade e interdependências mútuas. Estão nos setores da dominação agentes e agências que orquestram o universo quando promovem os lançamentos da moda, e estes, por sua vez, são aderidos pelos seus públicos.

As modas internacionais geralmente inculcam as novas coleções principalmente porque os grandes estilistas, os consagrados, como no exemplo de Karl Lagerfeld, que assumiu as coleções da Chanel desde o ano de 1983, ocupando o cargo de diretor artístico, possuem controle e exercem enorme poder tanto sobre o universo da moda quanto servem de pauta para os meios de comunicação que potencializam seu status, fama e poder.

O fenômeno da internacionalização consiste num estreitamento semântico com uma ordem de mercado e suas leis. Refere-se ao posicionamento estratégico das organizações, das interações humanas, dos novos rearranjos dos mais diversos setores visando uma sinergia global homogênea. Esse fenômeno se apresentou mais claramente entre os anos de 1980 e 1990, mormente a partir de nascimentos de organizações dos tipos globais, com conotações que já de antemão dissipavam características singulares para galgar o universalismo. Por outro lado, as graduações para a internacionalização dependem também das especificidades do mercado, dos arranjos locais. Antes de tudo, das tomadas de posição que se pretende no mercado internacionalizado. Além disso, querer não significa entrada automática, pois depende de um conjunto complexo de estudo dos fatores que produzam as vantagens (KNIGHT e CAVUSGIL, 2004; OVIATT e McDOUGALL, 1994; JOHANSON e MATTSSON, 1988; ROOT, 1994).

As pretensões universalistas impõem arquétipos padronizados e inculcam valores compartilhados por apenas alguns grupos de elites, neste caso, elites da moda. Tais elites, formadas pelos grandes diretores artísticos, jornalistas de moda, fotógrafos renomados, editoras de revistas, empresas de grife, além das empresas contratantes, entre outras, desenham os perfis das modelos que desfilarão pelas grifes. Por outro lado, as modelos que pretendem fazer parte desses grupos de elite, de tornar-se uma modelo internacional agenciada pela *Ford Models*, *Enjoy Models Management*, *Elite Model Management*, etc., necessitam da obtenção e contenção de uma série fatores responsáveis pela projeção.

A seção precedente nos mostra que as ações e acúmulo de recursos envolvem: incorporação do espírito profissional da modelo; domínio da *hexis* corporal, apreensão dos códigos simbólicos; manutenção da beleza; ter carisma; cumprir com obrigações de horários; compreender e desenvolver competências para o correto manuseio das TICs e redes sociais; desenvolver habilidade de identificação dos riscos e más intenções dos agentes que circundam a carreira. Somemos a estas competências a habilidade da apreensão das línguas estrangeiras, mormente o inglês.

Recebi proposta de agência de Milão, Miami e Chile. Vieram scouts fazer a seleção e fui aprovada nestas, mas vou para a agência do Chile porque entendo melhor a língua. As outras se comunicam em inglês, aí ainda não me garanto tanto. Mas quem sabe depois, não é? Assim que eu tiver segura para falar inglês (entrevista com JS em maio de 2018).

A entrevistada já recebeu contrato de agência internacional depois de um casting que reuniu modelos de diversas agências do Brasil. Ela acompanhou, junto com outras modelos da BMS, desfiles da *São Paulo Fashion Week*, um dos eventos mais importante da área de moda em *ranking* mundial. Assim, adquiriu mais recursos para projeção e para compreensão do universo da moda, da sua própria carreira, uma que vez observou a elite da moda em nível importante de proximidade.

O evento é bastante restrito, apenas alguns convidados recebem convite, assim como *blogueiras*, jornalistas de moda consagradas, estilistas, empresários e empresárias de moda, etc., indivíduos que ocupam posições de poder na hierarquia da moda, ocupam lugares de destaque, que influenciam e que controlam direta ou indiretamente a engrenagem do mundo da moda. A aquisição desses recursos traçados acima, juntamente com o requisito atual do mercado da moda, forneceram respaldo para que JS ocupasse uma das vagas no âmbito do mercado internacional. No entanto, importa interrogar se apenas ocupar espaço nesse cenário se constitui suficiente para realocar a modelo na posição de elite? A resposta é não. Muito pelo contrário, esse novo universo é apenas o começo de uma longa trajetória a ser enfrentada pela modelo.

A construção do nome no âmbito internacional, a posição ocupada nos espaços de elite na carreira de modelo, significa que a modelo possui liberdade para decidir por quais grifes desfilar, para interferir em alguns trabalhos, participar ativamente do processo de produção de campanhas de moda, que tem o nome como a própria marca, possui equipe própria com suporte da imprensa, da mídia, fotógrafos particulares, interferências, inclusive, em políticas públicas. Muitas são convidadas para assumir cargos como apresentadoras de TV, se tornar conselheiras de moda, ou lançam suas próprias grifes, perfumes, abrem agências, em suma, tornam-se também empreendedoras no setor.

Dessa forma, entende-se que o universo da moda apresenta-se desde a emergência de surgimento como terreno fértil de inserção e ascensão feminina. Serviu de portas a para imersão no mercado de trabalho e, através das devidas exigências, foi conquistando direitos e cumprindo seus deveres. Apesar de não se

configurar como estritamente feminino, é possível dizer que parcela majoritária ainda é preponderantemente representativa e, inclusive, muito bem aceita pelo senso comum, caso comparemos com profissões como engenheiro, jogador de futebol, político. Compreender este universo significa entender a lógica de funcionamento dos exercícios profissionais, trajetórias das mulheres no mercado de trabalho, como se colocou em outras seções desta pesquisa. É possível notar ainda que a própria profissão de modelo serve de ponte para os mais diversos exercícios profissionais. Abre o leque de possibilidades de ascensão para ocupação das múltiplas posições profissionais e em suas diversas hierarquias multifacetadas e pluriformes.

Sem embargo, se evidencia claramente a correlação entre a profissão e o corpo da modelo quando observamos desde a fase de recrutamento os padrões pre-determinados para ocupar espaço na carreira. A permanência e a ascensão também estão intrinsecamente relacionadas ao corpo da modelo, pois qualquer aumento de peso, ganhos extras que comprometam o encaixe perfeito da roupa, vão se constituir como aspectos bastante ameaçadores; o mesmo ocorre com o avesso.

A coisificação do corpo feminino, a exploração da aparência, da superfície humana, é extremamente denunciada pelo universo. E a ditadura para a manutenção na profissão é aplicada no trabalho executado pelas agências. Estas instituições são tidas como as fiscalizadoras, as que apostam nos corpos promissores e, para isso, investem vislumbrando os retornos. Por outro lado, as modelos vão acumulando uma série de dívidas com as agências, que se iniciam no processo de inserção com as consultas com dermatologistas, dentistas, nutricionistas, cabeleireiros e, por isso, acabam se obrigando a seguir as determinações no complexo de sua rigorosidade.

CONCLUSÃO

Os dados colhidos e examinados com esta pesquisa permitiram mostrar que a demanda do mercado da moda serviu como reivindicação basilar para alicerçar a carreira de modelo. As primeiras tentativas de institucionalização, legalização, formalização da carreira junto ao Mercado de Trabalho ocorreram nos anos de 1950, através de engajamentos com pautas de defesa que envolviam a assinatura da carteira de trabalho, infraestrutura suficiente para execução, horários e salários fixos.

Avessamente, os agentes que compunham o mercado da moda, mais precisamente os dominantes, passaram a cobrar mais profissionalismo, só que com face ainda mais severa, com padrões restritos, acompanhamentos regrados, lógica de recrutamento distinta, regras bastante punitivas. Obviamente, depende bastante da gestão da agência, porém, é global o fato do mundo da moda ser ríspido com os modelos, uma vez que estes responsabilizam-se pelas últimas etapas de toda a cadeia produtiva, que é a venda da peça.

Em se tratando de carreiras, a pesquisa mostra que seus estudos variam bastante por apresentar-se mais como combates político-ideológicos, aportes teórico-metodológicos dissonantes que dependem não apenas das batalhas, mas também dos objetivos analíticos sincronizados. Aqui se sobressaem mais as questões que propriamente as adoções das correntes; e é o objeto e a empiria que preponderam.

Foram captadas, com isso, a trajetória das correntes da Sociologia dos Grupos Profissionais; as disputas político-ideológicas; as disparidades das visões e pretensões de análise com valores e objetivos que concordam com as indagações; que os anos de 1960 ganharam destaque quando os enfoques e programas de pesquisa se voltaram ao sistema de credenciamento; concepções sobre os títulos escolares, formalização, classificação profissional, subdivisões das atividades humanas através das profissões, gerando conotações de segregação e status através das funções profissionais, das técnicas intelectuais contra os exercícios braçais; a centralidade do funcionalismo estrutural; burocratização; formação curricular.

Vimos que o fenômeno da formalização, da concepção da profissão vista pelo prisma dos espaços de fabricação profissional institucionalizada, se constituía bastante limitadora, pois deixava de abarcar carreiras que operaram nos mundos profissionais,

porém estavam rechaçadas das agendas de pesquisa por motivos inclusive político-ideológicos de proteção dos espaços acadêmicos de ensino.

Assim, novas concepções de teor combativo e sem pretensões universalistas e mais empíricas, e que visavam observar processos de interações, socialização profissional, de aprendizagem, etc., ganharam a tônica, especialmente porque enxergaram a legitimidade de outras atividades profissionais que fazem parte da esfera ampla de funcionamento social, mas se localizam em espaços marginais pela concepção formalista, como nos casos das prostitutas, garis, lutadores de MMA, entre outros.

Constatamos também, via pesquisa, que a inauguração das universidades e instituições de ensino derivaram do interesse das elites dominantes, mais precisamente dos colonizadores portugueses. O caráter exclusivista das profissões estava claramente manifestado a partir da intenção de servir às elites médias e altas. Inclusive, o letramento, que funciona como ferramenta de acesso ao processo de discernimento e criticidade, à emancipação intelectual, sempre esteve sob o controle de classes dominantes. Basta rememorarmos que as estratégias de consolidação e manutenção dos espaços de prestígio em momentos politicamente decisivos recorriam à certificação do diploma, como é notado entre as elites jurídicas, e o passaporte através do diploma para a sedimentação no espaço político.

A passagem do Brasil colônia para o sistema republicano esclarece significativamente os rearranjos das elites coloniais na busca por novas formas de legitimidade, de ocupação dos novos espaços de poder, mormente através da sua concentração nos processos decisórios. O título foi desde a raiz um projeto do Estado para legitimar privilégios e manter vivos seus interesses.

Como o trabalho indicou, parte significativa das abordagens sobre as profissões no Brasil atentam-se para as profissões formais, que possuem como respaldo o título escolar, àquelas atravessadas pelo mecanismo de ensino superior. Vemos nitidamente quando colocamos em xeque profissões como a engenharia, a medicina e o direito. Além de consagradas via Estado, com vínculos políticos fortes, garantindo, inclusive o protecionismo, observamos também que a maioria das profissões que possuem melhores salários tem parte majoritária de grupos masculinos ocupando as principais posições.

Algumas alterações dos *frames* ocorreram através de marcos democráticos preponderantes, a exemplo da Constituição de 1988, após sindicalização das mulheres, participação efetiva em cargos políticos, no levantamento das bandeiras de luta e nos mais diversos tipos de engajamento pela igualdade de direitos. Todavia, ainda assim, as

taxas e demais percentuais nos mostraram que um longo caminho precisa ser trilhado, tabus ainda devem ser quebrados, a cultura do patriarcalismo deve ser interrompida para que avanços no sentido mais equitativo do termo possa se dilacerar, para que as mulheres alcancem as principais posições na sociedade de classes.

Com respaldo sobre os estudos relativos às profissões brasileiras, nos deparamos com uma multiplicidade de enfoques e abordagens, porém com centralidade para as profissões tradicionais e formais, como nos exemplos da Engenharia, Medicina, Direito. Destes enfoques, destaco as relações entre os profissionais e as elites, a perda da condição liberal do trabalho, falência do modo liberal das profissões, relações entre as profissões e o Estado. Deste levantamento, inclusive, poucos trabalhos de fôlego se dedicaram sobre a participação efetiva da mulher no Mercado de Trabalho, nos ambientes economicamente produtivos. A maioria destes não aborda questões de gênero, e estão distribuídas em diversas áreas de conhecimento, nos programas multidisciplinares, tais como Economia, História, Antropologia, Política Pública, Sociologia, Enfermagem, entre outros. Pouco vê-se circulando estudos brasileiros relativos às profissões fora dos padrões formais. Investigações muito pontuais apresentaram tal interesse, que segue a mesma linha de raciocínio da análise de carreira oferecida por esta tese.

Com este exame foi possível identificar a forte influência do Patriarcado em comum acordo com as instituições religiosas no controle social, sobre as classes subalternas através de concessões deliberadas arbitrariamente que pré-determinava os grupos de poder. O Patriarcado, como sistema de dominação na dimensão da sexualidade, foi responsável pela limitação das capacidades femininas desde a seara da família, na definição dos papéis, até o processo profissional.

Como observamos, um apontamento importante diz respeito ao tipo de análise aplicado por estes estudos, como a concentração da evolução da mulher no Mercado de Trabalho. Muitas dessas análises tinham como epicentro questões relativas às disparidades econômicas. Este como o principal fator, ou ao menos o fator mais visível da segregação mercadológica por sexo. A participação feminina no Mercado de Trabalho foi tardia se comparado ao seu esforço no âmbito da informalidade, no trabalho doméstico.

A lentidão para tal reconhecimento, como foi visto, resultou de um conjunto de esquemas e associações entre grupos de poder; majoritariamente grupos masculinos em comum acordo com instituições religiosas. Ainda que houvesse tida inserção,

adentraram ao jogo da economia lucrativa à base do subjulgamento, das subposições, com ausência de direitos concretos, sem habilidade e o treinamento, sem a organização de base para a luta pela igualdade de direitos nas esferas públicas. O sintoma da segregação por profissões e a relação com a separação por classes é apresentado da origem aos dias mais recentes, quando no imaginário popular temos a formação dos grupos de medicina, direito, engenharia, arquitetura em um polo e, no outro, as áreas de pedagogia, letras, enfermagem, por exemplo.

Ou até quando se centraliza na segregação das habilidades de lidar com números, ser de exatas, e a área de humanas. Uma das justificativas conservadas também não só refere-se à circunscrição de espaço traçado pelos homens, mas também à sujeição a esse poder. O exercício de força entre essas duas categorias constituiu-se de maneira bastante arquitetada, estruturou-se intactamente. O formato das segregações complica-se quando lançamos luz sobre o formato exclusão na relação intra-mulheres, mulheres negras em oposição às de pele branca.

A esfera política, desde sua configuração pautada na deglutição das diferenças sociais no âmbito da democracia, no pensamento voltado aos programas de abertura para defesa de direitos, para ampliação de vagas no mercado de trabalho, construção de programas de incentivo para imersões nas áreas científicas, chamadas de discussão para compartilhamento dos problemas, avanços através de engajamento, deve ser pensada como lugar por excelência para as mudanças. Apesar de se demandar mais avanços para transformação desse quadro, encontramos no Brasil atual diversas mulheres participando ativamente nos sindicatos, ocupando cadeiras na ciência, nos cursos de exatas, em profissões que se constituíram como masculinas.

As investigações sobre as profissões femininas pautam-se, dentre outras coisas, na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) para a construção de papers; sobre Políticas Públicas, intervenções policiais e sanitárias, sobre domésticas, também na área de Antropologia, o papel da mulher no Mercado de Trabalho, outros também na área da engenharia. Apesar de não serem trabalhos de fôlego, assim mesmo as iniciativas devem ser levadas em conta porque fornecem bases para a explicação sobre as atuações femininas, interessam-se pela temática, ampliam os horizontes de análise, lançam novos desafios interpretativos sobre a participação da mulher nas cadeias econômicas e produtivas no Brasil.

E dentre estes universos de participação situa-se intensamente a mulher no mundo da moda. No que tange este universo, vimos que foram também que diversas

perspectivas são lançadas na tentativa de explicação do fenômeno. Dentre estes, temos a moda como sinônimo da modernidade, da cidade como espaço por excelência da moda, da ação subliminar de inculcação de gostos, da moda como o casamento perfeito com as lógicas de consumo, da vestimenta como código social, de suas inspirações com a arte, a arquitetura. Sublinho a volatilidade da moda, o consumo cíclico, os valores de juízo sobre o que está sendo lançado. Importa perceber que a rotatividade da moda revela-se preponderante para o princípio da descartabilidade. As modas em alta significam consumo com preços elevados, e poder de consumo da moda restrito a camadas mais elevadas da sociedade, ou para potenciais consumidores.

No Brasil, a moda inicia seu processo de difusão no começo do século XX, sob o teto das influências de outros países, como no caso especial da França. Ela é reflexo de momentos políticos, de culturas e necessidades de determinadas camadas sociais, refletem as socializações, os desejos de semelhança e disparidade, dos anseios humanos. Para isso, a moda lança tendências, faz dos desfiles o lugar por excelência da exposição das peças que irão ganhar corpos de pessoas comuns em seus contextos de vida, no espaço que deixa de ser o desfile, a passarela, para emergir no cotidiano. Nos desfiles, os sentidos são programados, edificados, construídos, adoçados. Já no palco das ruas, calçadas, os desfiles ganham o cenário da realidade, porém com o usufruto do desejo pela peça consumado.

A pesquisa permitiu mostrar a simbiose relativa à moda e outros espaços em que faz fronteira, assim como a arte, a composição dos adornos e poder carregado, a moda como reflexo da sócio-história, como formador da identidade pela representação de si nas searas sociais. O consumo de moda é reflexo da produção do fetiche, da exaltação do uso, da classificação social. Sem embargo, o corpo da moda resulta da filosofia plástica, efêmera, imposta pelos seus ditadores, é fruto do contexto sócio-histórico. Vimos como este corpo controlado para a moda elege os prestigiados, ao passo que dita, homogeneiza, segrega, impõe direta ou indiretamente os aspectos físicos conjugados para ser considerado o corpo belo, o corpo do momento, o corpo da moda.

A participação da mulher na economia da moda desde sempre foi essencial. O mercado brasileiro neste setor é bilionário, é a segunda maior geradora do primeiro emprego. Circunscreve-se nos principais eventos de caráter mundial, especificamente a *São Paulo Fashion Week*. A indústria têxtil foi a responsável por empregar um número bastante representativo das mulheres em toda a sua cadeia, desde a costura até a venda final. Os anos de 1970 apresentam mais claramente esse fenômeno, mesmo quando os

anos de 1950 representam o grande impacto quanto à inserção feminina nos ambientes formais de trabalho.

A relação da participação feminina com a moda começa a ser estabelecida a partir da produção da roupa, quando a indústria se beneficia do comércio marítimo atlântico de rota norte-sul, através de importação de matérias-primas extraídas das regiões tropicais e subtropicais. A indústria da moda é resultado da efervescência da indústria de algodão somada à intenção de barateamento da mão-de-obra, e aqui incluem-se as mulheres e crianças que começaram a se lançar no mercado. No final do ano de 1896, elas já ocupavam cerca de 51% dos cargos, em 2000 totalizavam mais de 1 milhão em todos os setores industriais.

Em todos os contextos de trabalho, a liberdade econômica que fora superestimada pelo capitalismo, em verdade, traçou as limitações das mulheres, incentivou paradoxalmente à concessão controlada. O capitalismo escondeu desde a gênese a face da exploração, a meritocracia amplamente divulgada jamais extraiu a máscara que ofusca o lucro através da imposição indireta, latente, ancorada nos limites da sobrevivência. Um exemplo claro manifesta-se na necessidade de mulheres venderem sua mão-de-obra, negociada a qualquer custo, para conseguir suprir suas carências da sobrevivência, somada às necessidades de sustento dos seus filhos. O panorama, por outro lado, incentivou aos grupos de mulheres buscarem melhores condições de vida, adquirirem habilidades e competências para garantirem o sustento.

O exame nos mostrou o modo difuso da moda e suas interconexões, a capilaridade com mundos como a política, a tecnologia, a economia. O pacto direto com a economia descortina significativamente a engrenagem da moda como um todo, desde o cultivo de algodão, passando por estilistas e costureiras, modelos e vitrines de lojas. Como vimos, os dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) apresentam que somente no ano de 2017 foram arrecadados US\$ 45 bilhões, contra US\$ 39,3 bilhões em 2016; as importações sem fibra de algodão geraram os números US\$ 5,1 bilhões em 2017, contra US\$ 4,2 bilhões em 2016; produção média têxtil de 1,7 milhão de toneladas, contra 1,6 milhão de toneladas em 2016; Varejo de Vestuário: 6,71 bilhões de peças, contra 6,3 bilhões de peças em 2016; - Trabalhadores: 1,479 milhão de empregados diretos e 8 milhões de adicionarmos os indiretos e efeito renda, dos quais 75% são de mão de obra feminina; 2º maior empregador da indústria de transformação, ficando atrás apenas para os grandes

produtores de alimentos e bebidas. A Indústria têxtil brasileira é a segunda maior geradora do primeiro emprego no país.

No Brasil, são mais de 29 mil em todo o País (formais), é o quarto maior parque produtivo de confecção do mundo, quinto maior produtor têxtil do também do mundo. É o segundo maior produtor e terceiro maior consumidor de denim do mundo, quarto maior produtor de malhas do mundo, e representa 16,7% dos empregos e 5,7% do faturamento da Indústria de Transformação. Constituiu-se como autossuficiente no quesito produção de algodão, produzindo 9,4 bilhões de peças confeccionadas ao ano (destas, cerca de 5,3 bilhões em peças de vestuário), sendo referência mundial *beachwear*, *jeanswear* e *homewear*.

Depois da descoberta do pré-sal, o Brasil passou a ser visto não mais como um importador, mas como um potencial exportador para a cadeia da Indústria Têxtil. A produção brasileira engloba desde a produção das fibras, como plantação de algodão, até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo. São pelo menos 200 anos de história, uma miríade de influências em todos os âmbitos da própria seara, da própria produção.

Apesar dos números bastante representativos, ainda segundo a Abit, somos tidos países médios se comparados aos EUA, França e Itália, países que desenvolveram a cultura da moda muito anteriormente ao Brasil. O que vale destacar nestes eixos é a própria interconexão das peças, a escalabilidade, as influências culturais para a criação do vestuário, o próprio tráfego das modelos quebram razoavelmente a hegemonia dos países supracitados.

Devemos perceber ainda que as tecnologias são tidas como um dos principais trunfos na organização da indústria de moda no capitalismo de estilo flexível. Isso coloca em xeque, inclusive, a inserção das mulheres nas práticas profissionais que podem perder espaços para máquinas no processo de produção. Isso pode ser considerado praticamente um choque histórico, visto que este é um dos universos que desde o início do percurso foi um dos setores que mais abarcou a mão-de-obra feminina. Assim, vimos que foi através dela que as mulheres puderam participar formalmente dos setores produtivos, mormente no que tange a um período histórico dos anos de 1970, constituído com o auge dessa imersão. As décadas que se seguiram passaram a abarcar as mulheres nas indústrias do eletro e eletrônica, distintos setores comerciais, administração pública e setores tidos sociais.

Vale destacar que a relativa facilidade na abertura para as mulheres produzirem os produtos da indústria têxtil derivou dessa capacidade e até imaginário social de que a mulher possui sutileza para a produção manual. As mãos femininas carregam os fatores genéticos que permitem que participem apenas de setores de trabalhos tidos como mais humanitários, justificado pela maternidade, e manuais, pela delicadeza das constituições físicas. Uma vez tornado esse imaginário intacto, defendido, inclusive por diversas mulheres presentes nos mais diversos setores, pouco que se avança no sentido de romper com o senso comum. A figura da mulher que deve se dedica ao lar, que se responsabiliza pela criação dos filhos ainda é divulgada fortemente na sociedade contemporânea. Os esforços para rechaçar esse imaginário apontam para as mulheres que tentaram fazer a diferença, adentraram ao universo com espírito combativo, vendo na moda a possibilidade de subversão, como observamos no caso de Coco Chanel.

Nesse contexto da indústria da moda, permite-se dizer que uma das maiores habilidades que uma mulher precisou adquirir foi a do manuseio da máquina de costura, na qual *a priori* veio como o estilo manivela, com pedal, motor, programáveis, exigindo mais das capacidades femininas, mas também ampliando a produtividade, consequentemente a lucratividade dos donos do setor, que fariam apenas alguns investimentos para triplicar a produção. Na passarela, a dificuldade foi direcionada à estrutura corporal, a associação com as marcas, o comportamento adequado. Por todos os lados, o controle, a violência silenciosa para a participação, esteve circulando com propriedade e, muitas vezes, de forma arbitrária.

Entre os modos de produção e divulgação das peças desfiladas em passarela, em diversos momentos os dramas se destacam. Uma das formas de ocultar o espectro da exploração da mulher na economia de moda é por intermédio do fetichismo, da glamourização que muitas vezes silencia as dores, naturaliza tais dramas, compreendidos como inerentes ao universo da moda.

A participação nesta economia é tratada como um tipo permissão entregue pelos indivíduos que terão de desenvolver habilidades distintas para a permanência, mormente por se tratar de um universo frágil, plástico, alterável, incerto. Este trabalho apontou como o terreno da moda possui fronteiras bastante fluidas. Basta imaginarmos como isso ocorre com a arte, por exemplo, na mútua relação de inspiração. Doses de inspiração artística influenciam diretamente coleções inteiras, a própria filosofia da liberdade artística serve de fonte de inspiração para os cortes, a escolha dos tecidos, as

cores. Quadros, artistas, cenários, as próprias geografias são instrumentos de base para as mais diversas criações.

É na arte e sua relação com a moda que podemos observar o contexto social, o modo de produção da época, as expressões de espírito, mormente quando as expressões dos artistas colocam em xeque o modelo político da do momento histórico. A trajetória apresentada mostra o prélio estabelecido entre estes ao rechaçarem o título de costureiros. Muitos, inclusive, migraram da pintura e escultura para seguirem carreiras na criação de peças de roupas.

De um lado, portanto, observamos a necessidade masculina da distinção social com os cargos que seriam tipicamente femininos. E, por outro, a conexão direta da moda com a arte. Na moda, a arte deixa de ser algo tipicamente funcional, apenas de uso, para também passar a ser de emolduramento; passar pelos corpos e ganhar diversas conotações é, minimamente, uma das funções das roupas. Na moda, todos os traçados, as costuras que se cruzam, as cores que se combinam, os tecidos selecionados, seguirão para os corpos em movimento, para os rituais sociais, para a edificação da identidade dos indivíduos que puderam pagar pela seleção.

Vimos que a moda é epicentro de interligação entre ramos díspares de disciplinas, propostas polarizadas que esbarram-se, demandando a edificação de fronteiras. Exemplo disto está na diversidade dos mundos e, não contrariamente, ocorreu com a moda, vertente da *fashion studies* e as *Dress Studies*. A iniciativa de se lançar uma disciplina corresponde ao desejo de compreensão do objeto, do reconhecimento da preponderância para a inteligibilidade do fenômeno de investigação.

Foram destacados nomes como Daniel Miller, Alfred Louis Kroeber, Edward Sapir, Grant McCracken, Joanne B., Lisa Rofel, Susanne Kuchler, Leroi-Gourhan, Annette B. Weiner Marshall Sahlins. Um das maiores distinções, inclusive, das teorias lançadas sobre o espectro da moda corresponde ao modo difuso de funcionamento, de circular entre âmbitos multifacetados. Tal particularidade é aspecto inerente ao fenômeno, objetivamente orienta as práticas, norteia os âmbitos econômicos, artísticos, as carreiras, as formas de criação.

Antes da própria edificação da fronteira de estudo acima indicada, alguns intelectuais já no século XVIII descreveram a particularidade das formas de vestimenta das classes como modo de distinção social. Smith (1759), por exemplo, interessou-se na análise das formas de portar-se e vestir-se das elites e de como outras camadas sociais

investiam na criação das suas imagens na tentativa de acompanhar, de seguir o fluxo da moda inculcado pelas classes privilegiadas.

Por estas análises, torna-se claro o formato do jogo da distinção, isso demonstra, antes de tudo, a demonstração da superioridade através da expressão das roupas, dos símbolos de poder, uma batalha travada pelo jogo das aparências. A batalha da *mimesis* é inerente à inculcação do próprio sistema de moda que dita como devem ser geridas as práticas de uso de roupas, de comportamento. Ou seja, existe um pacto coerente entre a lógica do sistema de moda com os grupos de posse, com seus consumidores, mormente considerando as classes que lhes representam.

No século XIX, Gabriel Tarde também atentou-se sobre o processo de imitação como algo relativo à tentativa de pertencimento de grupo, da apropriação dos acessórios de pertencimento, a identificação de classes em paradoxo com a segregação de classe. A moda cria a magia atrelada ao sentido de ajuste de poder relacionada à posse de mercadorias. Acerca da distinção, cabe dizer que antes mesmo da moda torna-se fenômeno tipicamente capitalista, tribos e rituais lançavam os tipos específicos de vestimenta para a individualização grupal, proteção contra fenômenos climáticos, aquisição de poder místico, ritualização e segregação hierárquica. Em *The Social Skin*, Terence S. Turner lançou empreendimento teórico ancorado na questão da universalidade das roupas no ano de 1980.

O autor lançou luz sobre a interpretação dos adornos e a convergência sobre o pertencimento. Mostra-nos como as roupas funcionam como instrumentos de comunicação, assim como indicam os criadores dos sistemas de moda. Dentre questões que ampliam o leque de análise, tivemos as interpretações associadas, como colaborou Breton ao publicar *Anthropologie du corps et modernité*, no ano de 1990. Assim como a moda, o corpo também até determinado momento não recebia análise, uma vez que constituía-se como objeto naturalizado, pouco interrogado.

Já na interpretação acerca do corpo, vimos que o corpo cultural é resultado do processo de socialização, expressa as trajetórias de vida, inserções profissionais, conservação e desgaste. As novas interpretações abrangem caminhos relativos à flexibilidade do corpo como resultado dos processos sociais também flexíveis. Parte considerável dessas alterações correspondem às mudanças na plasticidade, nos avanços da medicina, por exemplo. Os corpos funcionam como instrumentos automaticamente transformativos e performáticos, dependentes dos desejos. Na moda, a inculcação é relativa ao corpo da moda que é resquício da efemeridade ditadora.

Assim, todas as outras engrenagens são alimentadas para o tal alcance. Ou seja, a interconexão entre as mais distintas áreas são mutuamente alimentadas para gerar esse efeito da mutação corporal, tal como assistimos em todo o organismo da moda, sendo a roupa, a sobrepele que veste as anatomias plásticas. Por todos os ângulos, o fenômeno do tempo, mormente o agora, o sistema hodierno da moda lança criativamente as instruções ancoradas em razões adversas, sejam elas de fundamento onírico, artístico, ou objetivo, o que vale destacar é o sentido da perene mudança que orientam as práticas históricas, justificando inclusive os quadros sócio-históricos.

Vimos que a moda também funciona como instrumento de formação da identidade dos indivíduos. A utilização de *looks* apresentam ideologias, fornece arsenal de comunicação sobre como os indivíduos querem ser vistos na sociedade, como querem ser apresentados, os tipos de crenças que carregam. A moda, como instrumento de expressão de valor artístico, compõe o conjunto dos desejos, apreensões, filosofias, a bagagem cultural pelos cortes, pelas estampas, pela tintura. Diversos símbolos servem de instrumentos de luta, defesa de causas, o pertencimento.

Isso mostra, por um lado, a formação da identidade através dos criadores que tomam emprestado o mundo cultural para a criação e, por outro, edificam as estruturas da individualidade. Se a identidade funciona como algo relativamente durável ou em constante construção, ancorada nas incertezas dos indivíduos, a moda insere-se nesse caminho visando a composição.

O que vale destacar é como a identidade se constrói através da interação com os indivíduos, entre as trajetórias nos processos de socialização, de negociação do eus para a determinação dos papéis sociais. No bojo desses papéis circulam as vestimentas, o modo de consumo, o gosto para tal definição. Se as personalidades são tidas como espectros fluidos, mutáveis, em constante reelaboração, assim também raciocinam os empreendedores de moda, os quais lançam suas coleções para captar essas transformações, para compor o que socialmente vê-se na expressão das personalidades veiculantes.

As fachadas sociais, o cenário, o palco do desenvolvimento das ações, os figurinos que circulam no cotidiano, as formas de uso, demarcam os rituais sociais. Muito diz-se acerca das formas de comportamento e a coerência das fachadas, a correspondência. Na moda, a coerência entre a fachada e a maneira relacionam-se diretamente ao sucesso na comunicação, para que se transmita a impressão desejada

através das roupas, dos estilos de apresentação, modos de vida. Os cenários de moda apresentam, antes de tudo, o fetichismo, o encantamento.

Dentro desses cenários da moda funcionam imaginários criativos voltados aos estudos de captação de consumidores. Os formuladores ou autoridades da moda compreendem a importância de educar os clientes para o consumo. A lógica da engrenagem da moda fundamenta-se no fetiche dos produtos, na inculcação dos desejos através das mensagens espalhadas não apenas fisicamente pelas vitrines das lojas, mas também pelo aspecto subjetivo, latente. Embora esteja atrelada ao subjetivo relativo ao *glamour*, ao distinto, ao frívolo, inclusive, quando se trata dos excessos, a maquinaria da moda funciona análoga às forças mais silenciosas e circuladas nos cotidianos impondo suas lógicas.

Na carreira de modelo, esse fetichismo é trabalhado em forma de fotografias veiculadas em revistas, em propagandas, minimamente nos desenhos, blog de moda, redes sociais. A modelo, assim como as mercadorias, também constitui-se como peça mercadológica. Ela concede o tom final da venda, apresenta como se deve fazer o uso das peças. Destaca-se o fato de vê-se por todos os lados, mormente concretizado no senso comum, que o universo da moda ancora-se sobre fenômenos ilusórios, articulações textuais embasadas nas adjetivações, nas qualificações de exaltação, concentram forças na crença dos produtos, no *status* proporcionado, no poder que estará nos corpos compondo a fabricação de si.

A veiculação das propagandas pelos meios de comunicação constitui-se como um tipo de pacto com os estímulos humanos, funciona como dispositivo sensorial. Propõem a necessidade de aquisição por meio de um *frame* com arquitetura baseada na espetacularização. O desejo de obtenção de itens sociais que agregam valor baseado nos constructos do capitalismo, a demarcação das classes, a inserção em determinados círculos são fatores que resultam da injeção da motivação de consumo através das plataformas de comunicação, dos sentidos apelativos lançados.

O desejo insere-se no bojo das categorias polissêmicas compreendidas quando a correlacionamos com os objetos de investigação. Cabe destacar nesse processo, a própria homogeneização dos gostos. O despertar dos interesses humanos para as peças veiculadas promovem uma uniformização dos gostos. Caso coloquemos o projeto de produção em larga escala, a standardização do consumo, verificaremos que a moda força um tipo de rompimento do indivíduo no sentido da reestruturação dos gostos.

Neste ângulo, a modelo se situa como uma peça dessa conformidade de gostos, principalmente quando circula com determinadas marcas, combinando vestimentas. Ou seja, ela funciona como instrumento de orientação de como se vestir, de aquisição e exclusão de determinadas peças através das suas escolhas. Estas, por sua vez, são também *a priori* orientadas pelos agentes de moda, recebem o aparato e buscam o conhecimento que orienta suas práticas. O que vê-se é o exercício de múltiplas influências nos jogos das interações da moda, universo das cópias, homogeneização das particularidades e, o avesso, a distinção que ainda assim pauta-se na identificação. De qualquer forma, a moda é fenômeno social que só constitui sentido por intermédio das formas transversais das concepções humanas nos jogos da interação.

No que tange às agências de modelos, foi possível chegar ao entendimento de que são tidas organizações que possuem como funções zelar pela carreira, de lapidar, de transmitir o *corpus* de aprendizado, os conhecimentos jurídicos, as lógicas e exigências do mercado, trabalham o gerenciamento da carreira, informam sobre os *castings*, ensinam a prática profissional, negociam os contratos, entre outras. O arranjo profissional da agência é composto por recepcionistas, *scouters*, *bookers*, instrutores de passarela, fotógrafos, maquiadores, manager. Em Sergipe, apenas duas agências realizam esse trabalho: *Bellatrix* e a *Mega Model Aju*. Num processo de cotejamento, foram apresentados históricos que consolidaram as agências no mercado, os processos de regulamentação, como funcionam, a arquitetura, como ocorre o processo de recrutamento, entre outros.

A investigação sobre as agências requereram também estudos sobre o processo da regulamentação da carreira de modelo no Brasil, as negociações de classe com resultados manifestados através da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Assim, o trabalho expõe como é pensada a carreira de modelo através da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), seus processos de legitimação e também o lado obscuro, distante das regularidades, com ações de agentes que atuam com falsas promessas, que constroem discursos ilusórios para usufruir de benefícios obtidos de forma ilícita, responsáveis também pelos assédios moral e sexual, por apresentarem o universo do book rosa, da prostituição de luxo.

É possível extrair disso que a violência, a exploração do corpo feminino, as regularidades frente às informalidades estão separadas por uma linha bastante tênue. De algum modo, isso mostra a relação da exploração sexual do corpo feminino que possui raiz histórica e que se estende até o cenário hodierno. Sem embargo, para interesse

maior sobre a carreira de modelo no que diz respeito aos modos de recrutamento, inserção, aquisição das habilidades, estratégias de ascensão, foram entrevistadas 9 modelos agenciadas pela BMM, com complemento de documentários sobre vida de modelo, entrevistas em outros meios.

A pesquisa revela que há uma diversidade de motivos que servem de dispositivo de procura e imersão no universo da moda. Geralmente isso envolve o interesse pela glamourização, por ter a possibilidade de estampar capas de revistas, *outdoors*, de ser fotografada, de participar dos grupos ínfimos da fama. A fabricação dos desejos de participação, o fetichismo profissional, a produção dos gatilhos, circulam pelos meios de comunicação de massa, pelas propagandas, etc., e atingem de modo que atraiam de alguma forma algumas meninas, mesmo quando muito também já tenha falado sobre a face obscura dos abusos, das explorações. As redes de amizade também funcionam como links de inserção, uma vez que já se tem o conhecimento pela imersão indireta por parte das amigas que compartilham as experiências e realizam o convite.

Já a manutenção da modelo, sua permanência no universo dos desfiles, dependem de um complexo misto de fatores que envolvem: manutenção da beleza; domínio da *hexis* corporal; apreensão dos códigos simbólicos; ter carisma; cumprir com obrigações de horários; incorporação do espírito profissional da modelo; compreensão e desenvolvimento de competências para o correto manuseio das TICs e redes sociais; desenvolvimento de habilidades de identificação dos riscos e más intenções dos agentes que circundam a carreira; domínio de línguas estrangeiras, com centralidade no inglês.

A ascensão na carreira, a ocupação nos espaços e prestígio, significa a conjugação de uma série de poderes, tais como interferência na construção do job, liberdade de decidir como participar, por quais grifes desfilar, possuir a própria marca, ter equipe própria, influenciar o universo da moda. Todos esses elementos estão acoplados diretamente com a internacionalização da modelo. Ou seja, correlaciona-se com seu agenciamento por meio de organizações de moda preponderantes no universo, por agências localizadas principalmente em Paris, Milão, New York. Aqui, os critérios de recrutamento, de manutenção dos corpos das modelos para corresponder às exigências do mercado, etc., são ainda mais rigorosos.

Por meio dela foi permitido apresentar um frame robusto de informações multifacetadas, aspectos que envolveram, dentre outras coisas, o processo gradual da inserção das mulheres no mercado de trabalho, a imersão na engrenagem da moda, a carreira de modelo como peça-chave para o desvendamento dos elementos, não apenas

de exercício profissional, mas também as explorações sobre o corpo da mulher, sobre o uso da modelo como finalidade última de perenidade circular de consumo, de manutenção da engrenagem do mercado bilionário.

Este, que, ao mesmo tempo abarcou número significativo de mulheres, também, paradoxalmente, mostrou sua face excludente quando elencou critérios cada vez mais rígidos para imersão das mulheres nos espaços de modelos, quando determinou práticas de manutenção comportamental, corporal, alimentícia, influenciando diretamente a vida desses grupos. Esta é uma das faces de um todo que trata da participação feminina nas profissões, dos desafios que enfrentam para permanecerem economicamente ativas, das estratégias, recursos sociais acumulados, habilidades e capacidades que precisam desenvolver para manterem-se intactas nas profissões e, assim, vislumbrarem a ascensão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. *A Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 1985.

ADORNO, Sergio. (1988), *Os aprendizes do poder*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

AGUIAR, Neuma. Patriarcado, Sociedade e Patrimonialismo. *Soc. estado*. vol.15 no. 2 *Brasília* June/Dec. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v15n2/v15n2a06.pdf>.

ALCÂNTARA, G. A enfermagem moderna como categoria profissional: obstáculos à sua expansão na sociedade brasileira. Ribeirão Preto, *Tese* (Cátedra de História de Enfermagem e Ética da Escola de Enfermagem) - Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, 1966.

ALVES, Leonardo Marcondes. *A antropologia da moda: dimensões e abordagens*. junho 2, 2014. Disponível em: <http://ensaiosnotas.com/2014/06/02/a-antropologia-da-moda/>.

ANDRADE, S. Saúde e beleza do corpo feminino: algumas representações no Brasil do século XX. *Movimento*, Porto Alegre, v.9, n.1, p.119-43, 2003.

ANTUNES, Ricardo. Os sentidos do trabalho; ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 1999.

AQUINO, Priscila de Souza; NICOLAU, Ana Izabel Oliveira and PINHEIRO, Ana Karina Bezerra. Desempenho das atividades de vida de prostitutas segundo o Modelo de Enfermagem de Roper, Logan e Tierney. *Rev. bras. enferm.* [online]. 2011, vol.64, n.1, pp.136-144. ISSN 0034-7167. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-71672011000100020>.

ARAUJO, Denise Castilhos de; LEORATTO, Daniele. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. *Rev. Bras. Ciênc. Esporte* vol.35 no.3 Porto Alegre July/Sept. 2013 <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32892013000300014>.

ARVANITIDO, Zoi; GASOUKA, Maria. Fashion, Gender and Social Identity. *First Fashion Colloquia* – London, 2011.

BALZAC, Honoré. "De ce qui n'est pas à la mode" (1830) in *Oeuvres diverses*. (1830-1835, vol. 2) Paris, L. Conard, 1938, pp. 252-254.

BARBOSA, Maria-Ligia de Oliveira. As profissões no Brasil e sua sociologia Article in *Dados* · January. 2003. Disponível em: DOI: 10.1590/S0011- 2582003000300007.

_____. Reconstruindo as Minas e Planejando as Gerais: Os Engenheiros e a Constituição dos Grupos Sociais. *Tese de Doutorado*, UNICAMP, Campinas, SP, 1993.

_____. A Sociologia das Profissões: Em Torno da Legitimidade de um Objeto. *Boletim Informativo Bibliográfico de Ciências Sociais*. Rio de Janeiro, 1993, no 36, pp.3-30, 2º sem.

BARREIRA, C. *Crimes por encomenda. Violência e pistolagem no cenário brasileiro*. RJ, Relume Dumará, 2008.

BARROS, Aparecida da Silva Xavier. Expansão da Educação Superior no Brasil: Limites e Possibilidades, *Educ. Soc.*, Campinas, v. 36, nº. 131, p. 361-390, abr.-jun, 2015.

BARROS, D. Imagem corporal: a descoberta de si mesmo. *História da Ciência e Saúde: Manguinhos*, Rio de Janeiro, v.12, n.2, p.547-54. 2005.

BARROS, R.& MENDONÇA, RF. Família e distribuição de renda: o impacto da participação das esposas no mercado de trabalho. *Pesquisa e Planejamento Econômico* 19, 1989.

BARROS, R., RAMOS, L. & SANTOS, E. *Gender differences in brazilian labor markets.*, in P. Schultz., ed., 'Investment in women's human capital', University of Chicago Press,1995.

BARROS, Alice Monteiro de. *Curso de Direito do Trabalho*. Ed. 9. São Paulo: Ltr, 2013, p. 49.

BARTHES, Roland. Histoire et sociologie du Vêtement. In: *Annales. Economies, sociétés, civilisations*. 12^e année, N. 3, 1957. pp. 430-441;

doi : <https://doi.org/10.3406/ahess.1957.2656>

https://www.persee.fr/doc/ahess_0395-2649_1957_num_12_3_2656.

BASTIDE, Roger. *Arte e sociedade*. 2 ed. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1972.

Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v14n6/v14n6a11.pdf>.

BAUDOT, F. *Moda do século*. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Ed. 70, 1991.

BAUMAN, Z. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____. *A modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. *Globalização*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

_____. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo: fatos e mitos*. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1960.

BECKER, Howard. *Outsiders: estudo de sociologia do desvio*. ZAHAR, 2008.

_____. *Segredos e Truques da Pesquisa*. Rio de Janeiro, Zahar, 2009.

_____. *Truques da escrita: para começar e terminar teses, livros e artigos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

_____. *Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo, Hucitec, 1999.

_____. *Art Worlds*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1997.

BERG, Janine; RIBEIRO, José; LUEBECKE, Malte (Coords.). Caracterização da participação feminina no mercado de trabalho: uma análise de decomposição *Econ. Apl.* vol.10 no.1 Ribeirão Preto Jan./Mar. 2006.

BERGAMO, Alexandre. O campo da moda. *Rev. Antropol.* Vol 41, n. 2, São Paulo, 1998.

BOGGIANI, Guido. *Os Caduveo*. [1.ed.: 1894] São Paulo: Livraria Martins Editora, 1945.

BONADIO, Maria Claudia. Dignidade, celibato e bom comportamento: relatos sobre a profissão de modelo e manequim no Brasil dos anos 1960. *Cadernos Pagu* (22) 2004: pp.47-81. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/cpa/n22/n22a04.pdf>.

BONELLI, Maria da Gloria. As Ciências Sociais no Sistema Profissional Brasileiro. BIB – *Boletim Informativo e Bibliográfico de Ciências Sociais*, n. 36, segundo semestre. Rio de Janeiro, ANPOCS, 1993, pp. 31-61.

_____. *Profissionalismo e Política no Mundo do Direito*. São Carlos/São Paulo, Ed. Sumaré/FAPESP, 2002.

_____. Estudos sobre profissões no Brasil. *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*. pp. 109-142, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Tradução de Fernando Tomaz (português de Portugal). 11 ed. Rio de Janeiro: BERTRAND BRASIL, 2007.

_____. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Boston: Harvard University Press, 2008.

_____. ([1975] 2002). “O costureiro e sua grife – contribuição para uma teoria da magia”. In: A produção da crença – contribuição para uma economia dos bens simbólicos. São Paulo, Zouk.

_____. *Questões de Sociologia. Fim de Século-* Edições, Sociedade Unipessoal, Ltda., Lisboa, 2003.

_____. *Economia das trocas simbólicas*. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.

_____. *A miséria do mundo*. São Paulo, Vozes, 2003.

BRAGA, J. *Reflexões sobre moda: volume I*. 2. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

BRANDI, H. Regime de Trabalho e Carreira Docente. IN: NUSSENZVEIG, H. M. (Org). *Repensando a Universidade*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/ Copea, 2004.

BRUSCHINI, Cristina. *Mulher, Casa e Família: cotidiano nas camadas populares*, editora vértice, São Paulo, 1990.

_____; LOMBARDI, M. R. O trabalho da mulher brasileira nos primeiros anos da década de noventa. In: *Encontro Nacional de Estudos Populacionais*, 10. Anais. Belo Horizonte: ABEP, 1996, v.1, pp. 483-516.

BULHÕES, Maria Amélia. *Moda é Arte? Artes e Reflexões*, 2012. Disponível em <https://www.ufrgs.br/artereflexoes/site/2012/01/13/moda-e-arte/>.

CAMARGO, J. & SERRANO, F. *Os dois mercados: homens e mulheres na indústria brasileira*, Rio de Janeiro, 1983.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAPPELLIN, Paola. *Viver o Sindicalismo no Feminino*. *Estudos Feministas*. 271 N. E./1994. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/download/16110/14824>.

CARLUCCI, Roberta. *A Moda e o Desejo*. <http://www.robertacarlucci.com.br/mode-desejo/>. 2009.

CARVALHO, José Murilo de. *Cidadania no Brasil – o longo caminho*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005 (2001).

_____. A burocracia imperial: A dialética da ambigüidade. In *Dados* (21): 7-31, Rio de Janeiro, 1979.

CASSIRER, E. *Das Erkenntnisproblem in der Philosophie und Wissenschaft der neuere Zeit*, Band 1. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, [1906] 1971.

_____. *Das Erkenntnisproblem in der Philosophie und Wissenschaft der neuere Zeit*, Band 1. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, [1906] 1971.

CASTILHO, K. *Moda e linguagem*. 2. ed rev. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHAMIS, Raquel. *É Tempo de Tarsila do Amaral*. 2017. Disponível em: <https://vogue.globo.com/inspire-se/noticia/2017/09/e-tempo-de-tarsila-do-amaral.html>.

CIAMPA, A. C. *A estória do Severino e a história da Severina*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

CICOUREL, A. Teoria e Método em Pesquisa de Campo. In: *Desvendando Máscaras Sociais*. (GUIMARÃES, Alba Zaluar, org.), Rio de Janeiro, livraria Francisco Alves Editora S.A., 1975.

CIDREIRA, Renata Pitombo. *O gosto como vínculo lúdico. As formas da moda: comportamento, estilo e artisticidade*. São Paulo: Annablume, 2013.

CHAPOULIE, Jean – Michel. *Le Travail de Terrain, L'observation des Actions et des Interactions, et la Sociologie. Sociétés Contemporaines*, n° 40, p. 5-27, 2000.

COELHO, Edmundo Campos. *As Profissões Imperiais: Medicina, Engenharia e Advocacia no Rio de Janeiro, 1822-1930*. Rio de Janeiro, Record. 1999.

CORADINI, O. L. Grandes Famílias e Elite Profissional na Medicina no Brasil. In: História, Ciências, Saúde - *Manguinhos*, III (3), 1997, pp. 425-466.

CORDEIRO, Manuela Casali. *Desfile Alexander McQueen Semana de Moda de Paris Outono Inverno 2010*. Disponível em: [./www.portaisdamoda.com.br/noticiaint~id~18310~n~desfile+alexander+mcqueen+semana+de+moda+de+paris+outono+inverno+2010.htm](http://www.portaisdamoda.com.br/noticiaint~id~18310~n~desfile+alexander+mcqueen+semana+de+moda+de+paris+outono+inverno+2010.htm)>.

CORRÊA, Mariza. Trampas do traje. *Cadernos pagu* (22) 2004, pp. 185- 200.

COSTA, J. *Determinantes da participação feminina no mercado de trabalho Brasileiro*, Master's Thesis, Universidade de Brasília, 2007.

CRANE, Diana; BOVONE, Laura. Approaches to material culture: The Sociology of fashion and clothing. *Poetics*, Volume 34, Issue 6, Pages 319-406, December 2006.

DAVIS, F. *Fashion, Culture and Identity*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

DEAR, Paula. *The rise of the 'cholitas'*, 2014. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/magazine-26172313>.

DELGADO, Maurício Godinho. *Curso de Direito do Trabalho*. 12 ed. São Paulo: Ltr, 2013, p. 83.

DEL PRIORE, Mary. *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: UNESP, 2004.

DEZALAY, Yves e GARTH, Bryant. a. Building the Law and Putting the State Into Play: *International Strategies Among Mexicos Divided Elite*. Chicago, American Bar Foundation Working Paper Series, 1996.

DONNANGELO, M. C. *Medicina e Sociedade*. São Paulo, Pioneira, 1975.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

DUBAR, C. *La Socialisation*. Paris, Armand Colin, 1998.

_____. *Para uma teoria sociológica da identidade*. Em *A socialização*. Porto: Porto Editora, 1997.

_____; TRIPIER, Pierre (1998), *Sociologie des Professions*, Armand Colin, Paris.

_____. *Sociologie des groupes professionnels en France: un bilan prospectif*, in Menger, Pierre Michel (dir.), *Les professions et leurs sociologues*, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, pp. 51-59, 2003.

DURAND, José Carlos Garcia. *Revista de Administração de Empresas*. Rev. adm. empres. vol.21 no.3 São Paulo July/Sept. 1981. Disponível em: Print version ISSN 0034-7590 <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901981000300013>

_____. Escola e Trabalho, de Cláudio Salm in *Cadernos de Pesquisa*, n.40 fev ,pp 71-2. São Paulo: Brasiliense, 1982 (Resenha).

DURKHEIM, E. *Da Divisão do Trabalho Social*. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

ECO, Umberto. *História da Beleza*. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004, 2010.

EICHER, Joanne. *The Anthropology of Dress, Dress*, Volume 27: 59-70, 2000.

ELIAS, Norbert. *A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

_____. *What is sociologie?* Utrecht: Spectrum,1984.

FÁVERO, Leonor Lopes. *HERANÇAS - A Educação no Brasil Colônia*. Rev. ANPOLL, n. 8, p. 87-102, jan./jun. 2000. Disponível em:
<https://revistadaanpoll.emnuvens.com.br/revista/article/viewFile/351/360>.

FEBVRE, Lucien. Le progrès récent des études sur Luther: Essai de mise au point. *Revue d'histoire moderne*. Paris: Société d'Histoire Moderne et Contemporaine, t. 1er, n. 1, jan.-fev. 1926, p. 24-47. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/20524447>. Acesso em: 20/12/2012.

FERNANDES, R., Pazello, E. & FELÍCIO, F. A importância da estrutura familiar e do engajamento no mercado de trabalho na determinação da pobreza no Brasil. *Pesquisa e Planejamento Econômico*, n. 32, 2002.

FERREIRA, Francismeire; BONFIM, Tatiana. *Mulheres e Sindicatos: Presença feminina no Sindtêxtil-Bahia nos anos 50*. 2000. Disponível em:
<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6877/1/MULHERES%20E%20SINDICATOS.pdf>.

FLORESTA, Nísia. *Opúsculo humanitário*. São Paulo: Atual, 1989. Localização: IV- 316,3,17. Livro publicado por Nísia Floresta em 1853, que trata do preconceito contra a mulher e dos erros cometidos na sua formação educacional.

_____. *Direitos das Mulheres e Injustiça dos Homens*. São Paulo: Cortez,1989. Localização: I-67,5,44. Livro publicado por Nísia Floresta em 1832. É uma tradução livre do livro *Vindication of the Rights of Woman*, de Mary Wollstonecraft, que trata da denúncia do estado de inferioridade em que se encontravam as mulheres de seu tempo.

FOGG, Marnie. *Tudo sobre moda*. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

FONTENELLE, I. *O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável*. 2.ed. São Paulo: Boitempo/Fapesp, 2002.

FRANCA, Marina. Práticas e sentidos da aprendizagem na prostituição. *Horiz. antropol.* [online]. 2017, vol.23, n.47, pp.325-349. Disponível em: ISSN 0104-7183. <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-71832017000100011>.

FREIDSON, E. Para uma Análise Comparada das Profissões. A institucionalização do discurso e do conhecimento formais. Versão revista de trabalho apresentado no 19º *Encontro Anual da ANPOCS* em Caxambu, MG, em 19 de outubro de 1995.

Disponível em:
<http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=206:rbc-31&catid=69:rbc&Itemid=399> Acessado em 15 de março de 2015.

_____. *Renascimento do Profissionalismo*. São Paulo, Edusp, 1998.

_____. La Teoria de Las Profesion Estado Del Arte. Perfiles Educativos. *Universidad Nacional Autónoma de México*, vol. 23, n. 093, 2001, pp. 28-43.

FREYRE, G. *Casa-grande & senzala*. Rio de Janeiro: Record, 1989.

GARCIA, Claudia. *Um dos estilistas mais importantes do século 20*. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/saintlaurent_historia.htm>. Acesso em: 4 Jul. 2010.

GELLNER, Ernest. *Postmodernism, reason and religion*. London: Routledge, 1992.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

GADAMER, Hans-Georg. What is Truth? Trans. Brice R. Wachterhauser. *Hermeneutics and Truth*. Ed. Brice R. Wachterhauser. Evanston: Northwestern University Press, 1994. Print.

GAZZONA, Raquel da Silva. *Trabalho feminino na indústria do vestuário*. Educ. Soc. [online]. 1997, vol.18, n.61, pp.88-109. ISSN 0101-7330. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73301997000400005>.

GOLDENBERG, M. & Ramos, M. S. A civilização das formas: o corpo com o valor. In: M. Goldenberg (org.). *Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. (pp. 19-40). (2002). Rio de Janeiro: Record.

GONÇALVES, Marco Antonio. Doméstica: Uma Etnografia Indiscreta. *Sociol. Antropol.* vol.5 no. 2 Rio de Janeiro May/Aug. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/2238-38752015v5212>.

GONÇALVES, Carlos Manuel. Análise sociológica das profissões: principais eixos de desenvolvimento Sociologia: *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, vol. XVII-XVIII, 2008, pp. 177-223 Universidade do Porto Porto, Portugal.

GONÇALVES, Xico. *Salvador Dali e a Moda*. 2017. Disponível em: <Http://Xicogoncalves.Com.Br/Salvador-Dali-E-A-Moda/>

GOUVEIA, Aparecida Joly. Origem Social, Escolaridade e Ocupação. *Cadernos de Pesquisa*, 1980, nº 32, pp. 3-30.

GRAÇA FILHO, A. *A economia do Império Brasileiro*. São Paulo: Atual, 2004.

GRANIZO E ROTHVOSS *apud* BARROS, Alice Monteiro de. *Curso de Direito do Trabalho*. Ed. 9. São Paulo: Ltr, 2013, p. 54

GRÜN, R. (1992) *Negócios & famílias: armênios em São Paulo*. São Paulo, Ed. Sumaré/Fapesp.

GULBENKIAN, Calouste Cid, I. *Em História da Universidade em Portugal; Universidade de Coimbra/ Fundação: Coimbra*, 1997, vol. I, tomo II, p. 397.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução Tomas Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 11ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HANSEN, C. Sobre telas e passarelas: conexões entre a significação em filmes e desfiles. In: 4º Encontro Nacional de Pesquisadores de Moda, 2014, Florianópolis. *Anais do 4º Encontro Nacional de Pesquisadores de Moda*. Florianópolis: Universidade do Estado de Santa Catarina, 2014. v. 1.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.

HOBBSAWM, E. J. *Da Revolução Industrial inglesa ao imperialismo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

HOFFMAN and RUSH. *Microelectronics and clothing. The impact of technical change on a global industry*, Sussex, SPRU, 1984.

_____. & LEONE, E. *Participação da mulher no mercado de trabalho e desigualdade da renda domiciliar per capita no Brasil: 1981-2002*, Nova Economia, 2004.

HUGHES, E. *On Work, Race and the Sociological Imagination*. Chicago, University of Chicago Press, 1994.

_____. *Men and Their Work*. Wesport, Greenwood Press Reprint, 1981.

IORIS, Rafael Rossotto; IORIS, Antonio Augusto Rossotto. Assessing development and the idea of development in the 1950s in Brazil. *Rev. Econ. Polit.* vol.33 no. 3 São Paulo July/Sept. 2013. Disponível em:
<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-31572013000300003>.

IMAN. *I Am Iman*. London: Booth-Clibborn Editions Ltda., 2001.

_____. *The Beauty of Colour*. New York: A Perigee Book, 2005

IANNI, O. *Teorias da Globalização*. In: Lusotopie, nº6, 1996.

JIMENEZ, Marc. *Qu'est-ce que l'esthétique?* Paris: Gallimard, 1997.

KAWAMURA, Lili K. *Engenheiro: Trabalho e Ideologia*. São Paulo, Ática, 1981.

KILLINGSWORTH, M. R.; HECKMAN, J. J. Female labor supply: a survey. In: Ashenfelter, O.; Layard, R. (eds.), *Handbook of labor economics*. 1986, cap. 2, p. 102-204.

LACAN, J. Le séminaire, livre VI: le désir et son interprétation. Paris: Editions de La Martinière, p. 616, ([1958-1959]).

LARSON, Magali S. *The Rise of Professionalism*. Berkeley, University of California Press, 1977.

LEITE, S.; *História da Companhia de Jesus no Brasil*, Itatiaia: Belo Horizonte, 2000, tomo VII, p. 193.

LEAHY, Renata Costa. *The fashion body as the beautiful body*. 13º Colóquio de Moda. 11 a 15 de outubro de 2017. UNESP Bauru SP. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/GT/gt_14/gt_14_O_CORPO_DA_MODALIDADE_COMO.pdf.

LE BRETON, David. *Anthropologie du corps et modernité*, PUF, coll. « Quadrige Essais Débats », 1990, 2008, 330 p., EAN : 9782130562788.

_____. *A sociologia do corpo*. 4.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEVITT, T. *A imaginação do marketing*. São Paulo: Atlas, 1991.

LEWIN, K. *Feldtheorie in den Sozialwissenschaften*. Ausgewählte theoretische Schriften, 1963.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOMBARDI, Maria Rosa. Mudanças no mercado de serviços domésticos: uma análise da evolução dos salários no período 2006-2011. *Econ. Apl.* vol.18 no.2 Ribeirão Preto Apr./June 2014.

LOPES, JRB. *Desenvolvimento e mudança social: formação da sociedade urbano-industrial no Brasil* [online]. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008.

MACDONALD, Keith (1995), *The Sociology of the Professions*, London, Sage.

MACHADO, Maria Helena. coord. *Os médicos no Brasil: um retrato da realidade*. [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 1997. 244 p. ISBN: 85-85471-05-0. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

_____. *A participação da mulher no setor saúde no Brasil — 1970/80*. Cad. Saúde Pública vol.2 no. 4 Rio de Janeiro, Oct./Dec. 1986. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-311X1986000400005>.

MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das Tribos. O Declínio do Individualismo na Sociedade de Massa*. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do pacífico ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia*. São Paulo: Abril Cultural, 1976. 436 p. (Os Pensadores); v. 43.

MANCEBO, Deise; ARAUJO DO VALE, Andréa; MARTINS; Tânia Barbosa. Políticas de expansão da educação superior no Brasil 1995-2010. *Revista Brasileira de Educação*. v. 20 n. 60 jan.-mar. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v20n60/1413-2478-rbedu-20-60-0031.pdf>.

MENDONÇA, CMC. *Mulheres de Papel: jornalismo feminino, moda, vogue* in Tese defendida em 2010.

MARGLIN, Stephen A. Origem e funções do parcelamento das tarefas. "Para que servem os padrões?" In: Gorz, A., org. *Crítica da divisão do trabalho*. São Paulo, Martins Fontes, 1980. p. 58.

MARTINS, Luciano. A GÊNESE DE UMA INTELLIGENTSIA: Os Intelectuais e a Política no Brasil 1920 a 1940. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. N 4, Vol 2, p. 1-26, junho de (1930) 1987.

MARX, Karl. (1867). *O Capital. Crítica da Economia Política. Livro I: O Processo de Produção do Capital*.

_____. *O capital*. São Paulo, Abril Cultural, 1984, v. 1, t.1, cap. 4,p. 145.

MASTEN, A. S., & COATSWORTH, J. D. (1998). The development of competence in favorable and unfavorable environments: Lessons from research on successful children. *American Psychology*, 53(2), 205-220.

MATTOS, L. de. *Primórdios da educação no Brasil: esboço de estudo histórico*. Recife: Imprensa Universitária, 1958.

MATHIEU, L. *Mobilisations de prostituées*. Paris, Belin, 2001.

_____. *La Condition Prostituée*. Paris, Les Editions Textuel, 2007.

MELO, M. *Uma análise da participação feminina no mercado de trabalho do Brasil.*, Master's thesis, PUC-RJ, 1982.

MERKEN, K. *Wirkungen der Massenkommunikation*. Ein theoretisch-methodischer Problemaufbau, Publizist, 1982.

MICELI, Sergio. (1981), "Carne e osso da elite política brasileira pós-1930", in Boris Fausto (ed.), *História geral da civilização brasileira*, tomo III, vol. 3, O Brasil Republicano, São Paulo, Difel.

MINELLA, Luzinete Simões. No Trono da Ciência II: Laureadas com o Nobel na Fisiologia ou Medicina (1995-2015). *Seminário Nacional de História da Ciência e da Tecnologia*. 2016. (Seminário).

MISKOLCI, R. A Teoria *Queer* e a questão das diferenças: Por uma analítica da normalização. *16º Congresso de Leitura do Brasil*, 2007. Disponível em: http://alb.com.br/arquivo-morto/edicoes_anteriores/anais16/prog_pdf/prog03_01.pdf.

_____. A Teoria *Queer* e a Sociologia: O desafio de uma analítica da normalização. *Sociologias*, Porto Alegre, 2009, 11(21), 150-182.

_____.; Pelúcio, L. Fora do Sujeito e Fora do Lugar: reflexões sobre performatividade a partir de uma etnografia entre travestis In: *Revista Gênero, Niterói*, 2007, 7(2), 257-267.

NOGUEIRA, Claudia Mazzei. As relações sociais de gênero no trabalho e na reprodução. *AURORA*, São Paulo, n. 6, p. 59-62, ago. 2010.

OFFE, Clauss. *Capitalismo desorganizado*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PARSONS, T. Las Profesiones Liberales. *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, 1962.

PASSOS, Nicanor Sena. *Relações de trabalho e de emprego de manequins ou modelos*. 2015. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/41161/relacoes-de-trabalho-e-de-emprego-de-manequins-ou-modelos/1>>. Acessado em outubro de 2017.

PASSOS, Joana. O racismo, a moda, e a diversificação dos padrões de beleza: o exemplo de Iman, top model Somali dos anos 70/80. 6 - Nº 01 - Ano 2017 – *Mídia, Gênero & Direitos Humanos*. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ged/index>.

PASTORE, José. *Desigualdade e Mobilidade Social no Brasil*. São Paulo, T. A. Queiroz Editor Ltda, 1979.

PEREIRA NETO, André de Faria. *Ser Médico no Brasil: O Presente no Passado*. Rio de Janeiro, Editora Fiocruz, 2001.

PEDRO, Joana Maria. Mulheres do Sul. In: DEL PRIORE, Mary (org.) & BASSANEZI, Carla (coord. de textos). *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto/Ed. UNESP, 1997, pp. 278-321.

PERROT, Michelle. Qu'est-ce qu'un métier de femme? *Le Mouvement Social*, n. 140, p. 3-8, 1987.

_____. *As mulheres ou o silêncio da história*. Bauru: EDUSC, 2005.

PETRARCA, F. R. O Jornalismo como Profissão: recursos sociais, titulação acadêmica e inserção profissional dos jornalistas no Rio Grande do Sul. *Tese de doutorado em Sociologia*. Programa de Pós Graduação em Sociologia, UFRGS, Porto Alegre, 2007.

_____. Elites Jornalísticas, Recursos Políticos e Atuação Profissional no Rio Grande do Sul. In: Dossiê Sociologia do Poder e das Elites. *TOMO*, Revista do Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, Universidade Federal de Sergipe, n. 13 jul/dez., 2008.

PINHEIRO, Luana et al. Retrato das desigualdades de gênero e raça. 3. ed. Brasília: IPEA, SPM, UNIFEM, 2008. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/pdf/livreto_retrato_3edicao.pdf. Consulta em: 6 maio 2010.

PINTO, C. *Uma história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

PISCITELLI, Adriana. *Trânsitos: Brasileiras nos Mercados Transnacionais do Sexo*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2013, p. 272.

POCHMANN, M. Força e fraqueza do capitalismo industrial no Brasil. In: *Brasil sem industrialização: a herança renunciada* [online]. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2016, pp. 66-104. ISBN 978-85-7798-216-5. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

PONTES, Heloisa. *Intérpretes da metrópole: história social e relações de gênero no teatro e no campo intelectual, 1940-1968*. São Paulo, 2010.

_____. Dossiê: O Gênero da Moda e Outros Gêneros. *Cad. Pagu*. n. 22 Campinas jan./jun. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332004000100002>.

_____. *A Paixão pelas Formas*. Gilda de Mello e Souza. Novos Estudos 74// março, 2006.

PRYEN, S. *Stigmate et métier: Une approche sociologique de la prostitution de rue*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 1999.

RAGO, M. Trabalho Feminino e sexualidade. In: PRIORI, M. Del (Org.). *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 1997. p. 578 a 606.

RAMOS, L. & SOARES, A. L. Participação da mulher na força de trabalho e pobreza no Brasil, Rio de Janeiro: *Revista de Economia Política* 15, 1995.

_____; AGUAS, Marina Ferreira Fortes; FURTADO, Luana Moreira de Souza. Participação Feminina na Força de Trabalho Metropolitano: O Papel do Status Socioeconômico das Famílias. *Economia Aplicada*, v. 15, n. 4, 2011, pp. 595-611.

REBOUÇAS, Roberta de Almeida e. Telenovela, história, curiosidades e sua função social. 2009. VII Encontro Nacional de História da Mídia: Mídia Alternativa e Alternativas Midiáticas. <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Telenovela-%20historia-%20curiosidades%20e%20sua%20funcao%20social.pdf>.

REIS, Suzéte da Silva; FREITAS, Priscila de. A Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho e a Ampliação da Participação Social no Espaço Público. XII Seminário Nacional: Demandas Sociais e Políticas na Sociedade Contemporânea. *Mostra Nacional de Trabalhos Científicos*, 2016. Disponível em: <http://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/snpp/article/view/14719>.

RIBEIRO, D. *Os índios e a civilização: a integração das populações indígenas no Brasil moderno*. Petrópolis, Vozes, 1977.

RODRIGUES, Marlene Teixeira. A prostituição no Brasil contemporâneo: um trabalho como outro qualquer? *Revista Katálysis*, Florianópolis, v. 12, n. 1. p. 68-76, jan/jun, 2009.

SARDENBERG, Cecília M. B.; REIS, Helyom Rogério; FERREIRA, Francismeire; BONFIM, Tatiana. Mulheres e Sindicatos: Presença Feminina no Sindhêtil-BA nos anos 50. *Coleção Bahianas*, no. 6, 2001.

SAFATLE, V. A política do real de (Pósfacio). In: ZIZEK, S. *Bem-vindo ao deserto do Real!* São Paulo: Boitempo. (Coleção Estado de Sítio!), 2003.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. *A Mulher na Sociedade de Classes: mito e realidade*; prefácio de. Antônio Cândido de Mello & Souza. Petrópolis, Vozes, 1976. 384p.

_____. *Do Artesanato ao Industrial: A exploração da mulher. Um estudo de operárias Têxteis de confecções no Brasil e nos Estados Unidos*. Editora Hucitec, São Paulo, 1981.

SANTAELLA, L. *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.

SANT'ANNA, M. R. *Teoria da moda: sociedade, imagem e consumo*. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SCHWARTZ, Stuart B. Burocracia e Sociedade no Brasil Colonial. A Suprema Corte da Bahia e seus juizes: 1609-1751. São Paulo, Perspectiva, 1979.

_____. *Burocracia e Sociedade no Brasil Colonial*, São Paulo, Perspectiva, 1979, 295p.

SCORZAFAVE, L. & MENEZES-FILHO, N. Impacto da participação das mulheres na evolução da distribuição de renda do trabalho no Brasil. *Pesquisa e Planejamento Econômico*. n.35, 2005.

SCORZAFAVE, L. & MENEZES-FILHO, N. Participação feminina no mercado de trabalho brasileiro: evolução e determinantes. *Pesquisa e Planejamento Econômico*, v. 31, n. 3, p. 441-478, 2001.

SCORZAFAVE, L. & MENEZES-FILHO, N. Caracterização da participação feminina no mercado de trabalho: uma análise de decomposição. *Econ. Apl.* vol.10 no.1 Ribeirão Preto Jan./Mar. 2006. Disponível em: Print version ISSN 1413-8050 On-line version ISSN 1980-5330, <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-80502006000100003>

SEDLACEK, G. L. & SANTOS, E. C. A mulher cônjuge no mercado de trabalho como estratégia de geração da renda familiar, *Pesquisa e Planejamento Econômico*, 1991.

SEEGER, Anthony. Revisitando o Brasil e o campo entre os Kisêdjê (Suyá). *Mana*, vol.20 no.1 Rio de Janeiro Apr. 2014.

SENNETT, Richard. *O declínio do homem público*. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

SILVANO, Filomena Solange; MEZABARBA, R. Encontros entre Moda e Antropologia: Inícios, Debates e Perspectivas. Vol. 8, No 1 | 2019: *Moda: Cultura Material, Modos de Vestir e de se Apresentar*. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cadernosaa/1869>.

SILVA, A. M. *Corpo, ciência e mercado*: reflexões acerca da gestação de um novo arquétipo de felicidade. São Paulo: Autores Associados; Florianópolis: Ed. da UFSC, 2001.

SMITH, A., *The Theory of Moral Sentiments* revised edition, Reprime D.D. Raphael and A.L. Macfie (eds), Oxford, Clarendon Press, 1759, 1975, 1790.

SIMMEL, George. *Filosofia da Moda e Outros Escritos*. Texto e Grafia, 2008.

_____. *Philosophie der Mode*. Die Religion. Kant und Goethe, Schopenhauer und Nietzsche. Gesamtausgabe, Bd. 10. Frankfurt/M, Suhrkamp 1995, 2008.

SOHN, A. M., Los roles sexuales en Francia y en Inglaterra: una transición suave. In: Duby, G. e Perrot, M. (Org.). *Historia de las mujeres*. El siglo XX. Madrid: Taurus, 2000, pp. 127-157.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O Espírito das Roupas: A Moda no Século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SUTHERLAND, E. H. The Professional Thief. Annotated and interpreted by Edwin Hardin Sutherland. Chicago, University of Chicago Press, 1937. *Institut National de Recherches Agronomiques* – França.

SVENDSEN, Lars. *Moda: Uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

- STREY, M. N. (2004). A "criação" do corpo feminino ideal. In: M. N. Strey; S. T. L. Cabeda. *Corpos e subjetividades em exercício interdisciplinar*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- TARDE, Gabriel. *As leis da imitação*. Tradução: Carlos Fernandes Maia e colaboração de Maria Manuela Maia, Porto, Portugal, RÉS editora, 2004.
- TAVARES, Silvio. Automatização de produção em indústria tradicional: a aplicação do laser na indústria de Calçados. Embaixada do Brasil, Paris, Setor de Ciência e Tecnologia, *Série Monográfica*, no. 3, julho 1985.
- _____. Informática e eletrônica na produção: o nascimento da productique, Embaixada do Brasil, Paris, Setor de Ciência e Tecnologia, *Série Monográfica* no. 2, set. 1984.
- TEIXEIRA, S. Produção e consumo social da beleza. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v.7, n.16, p.189-220, 2001.
- TURNER, Terence S. 1978, 1980. The Kayapo of Central Brazil. In Face values: Some anthropological themes, edited by Anne Sutherland, 245–79. *London: BBC Publications*.
- TOSCHI, Thays Leite; MATTEU, Ivelise Fonseca de. A Moda, o Consumo e a Publicidade sob a Ótica do Direito. *Rev. Belas Artes*, n.22, Set-Dez 2016. Disponível em: <http://www.belasartes.br/revistabelasartes/downloads/artigos/22/a-moda-o-consumo-e-a-publicidade-sob-a-otica-do-direito.pdf>
- VALVERDE, Monclar. Estética da comunicação – sentido, forma e valor nas cenas da cultura. Salvador: Quarteto, 2007. VIGARELLO, Georges. *Histoire de la beauté. Le corps et l'art d'embellir de la Renaissance à nos jours*. Paris: Seuil, 2004.
- VEBLEN, Thorstein. *The Economic Theory of Women's Dress*. In: Mestrovic, S. Thorstein Veblen on Culture and Society. London, Sage Publications, 2003.
- VENCATO, Anna Paula. *Sapos e princesas: prazer e segredo entre praticantes de crossdressing no Brasil*, São Paulo: Annablume, 2013.
- VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. *A Linguagem da propaganda*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- WACQUANT, L. Putas, escravos e garanhões: linguagens de exploração e de acomodação em boxeadores profissionais. *Mana*, vol.6 n.2, Rio de Janeiro Oct. 2000. pp.127-146. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/mana/v6n2/3300.pdf>.
- WAJNMAN, S.; QUEIROZ, B.; LIBERATO, V. O crescimento da atividade feminina nos anos noventa no Brasil. In: Encontro Nacional de Estudos Populacionais, 11. Anais. *Belo Horizonte: ABEP*, v. 2, p. 2429-2454, 1998.
- WEBER, (1964). *Sociology of religion*. Boston: Beacon Press.
- WEINER, Annette The *Trobrianders of Papua New Guinea*. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1988.
- WERNECK VIANNA, Luiz, CARVALHO, M. Alice R. de, MELO, Manuel Palácios Cunha e BURGOS, Marcelo Baumann. *A Judicialização da Política e das Relações Sociais no Brasil*. Rio de Janeiro, Ed. Revan, 1999.

WITTGENSTEIN, Ludwig. Tractatus Logico-Philosophicus. Companhia Editora Nacional. Rua dos Gusmões, 639 — São Paulo 2, SP, 1968. Título original: Logisch-Philosophische Abhandlung publicado em 1921 na revista de Oatwald Annalen der Naturphilosophie.

WITTGENSTEIN, Ludwig. *Investigações filosóficas*. Tradução José Carlos Bruni. São Paulo: Nova Cultural, 1999. (Coleção: Os Pensadores).

WOLFF, Cristina Scheibe. Profissões, trabalhos: coisas de mulheres. *Estudos Feministas*, Florianópolis, 18(2): 352, maio-agosto/2010.

WEBER, M. *Economia e sociedade*. Brasília: Ed. UnB, 1999

WOLF, N. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

ZIZEK, Slavoj. O espectro da ideologia. In: _____. (org). *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

ZUKIN, Sharon. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. In: ARANTES, Antônio Augusto (org). *O espaço da diferença*. Campinas, Papirus, pp. 80-103, 2000.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

ABIT. Mercado de moda. Dados gerais do setor referentes a 2017. <http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>

BLOG DA ANA CALDATO. Disponível em: <https://anacaldatto.blogspot.com/2012/06/moda-pop-art-anos-60.html>.

BRITO, Rafaella. *Exploração da Mulher na Indústria da Moda: Um Mal Histórico*, 2016. Disponível em: <http://www.imperioiretro.com/2016/06/exploracao-de-mulheres-na-industria-da.html>.

CLASSIFICAÇÃO BRASILEIRA DE OCUPAÇÕES. Disponível em :<<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTitulo.jsf>>. Acessado em outubro de 2017.

CONSOLIDAÇÃO DAS LEIS DO TRABALHO. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del5452compilado.htm>. Acessado em outubro de 2017.

COSTA, Celia Maria Leite. *A Campanha Presidencial de 1960*. Disponível em: https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/Jango/artigos/Campanha1960/A_campanha_presidencial_de_1960.

HELENA, Maria. Era Vitoriana. 2015. Disponível em: <https://eravitoriana.wordpress.com/2015/10/03/mitos-e-verdades-sobre-o-espartilho-no-corpo-da-mulher-no-seculo-19/>.

HISTÓRIA DA ARTE 101. Disponível em: <https://historiadaarte101.wordpress.com/2016/12/25/as-roupas-no-egito-antigo/>

JOHANSEN, Katia. *Eu sou a moda brasileira*. 2016. Disponível <https://www.Itaucultural.Org.Br/Ocupacao/Zuzu-Angel/Eu-Sou-A-Moda-Brasileira/>

KORNIS, Mônica Almeida. *O Brasil de JK: Sociedade e cultura nos anos 1950*. 2017. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Sociedade/Anos1950>.

MORATORI, Daniel. Triângulos Roxos - Estudantes da Bíblia. (Atualmente Testemunhas de Jeóva). Disponível em: <http://avidanofront.blogspot.com/2010/02/triangulos-roxos-estudantes-da-biblia.html>.

NASSIF, Luiz. *Uma pequena história da mídia brasileira, nos 50 anos da Globo*. 2015. Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Uma-pequena-historia-da-midia-brasileira-nos-50-anos-da-Globo/12/33361>.

REPORTER BRASIL. 20 marcas da indústria têxtil que foram flagradas fazendo uso de trabalho escravo, 2015. <http://www.justificando.com/2015/10/23/20-marcas-da-industria-textil-que-foram-flagradas-fazendo-uso-de-trabalho-escravo/>.

RODRIGUES, Ariadne. *De Volta ao Retrô*. Disponível em:
https://www.devoltaaoretro.com.br/2013/03/musica-e-moda-em-um-so-estilo-rockabilly_1.html.

SITE TUDO COM MODA. <https://tudocommoda.com/estilos/roupas-anos-90/>

ANEXO

Entrevistas organizadas por iniciais dos nomes e sobrenomes, idade, experiência e profissão.

Entrevista 01: SS, 19 anos, 3 anos de experiência como modelo na BMS , estudante de enfermagem.

Entrevista 02: CB, 17 anos, 7 meses de experiência como modelo na BMS, estudante de ensino médio.

Entrevista 03: AC, 17 anos, 2 anos de experiência como modelo na BMS, formação técnica em atendimento em farmácia e enfermagem hospitalar.

Entrevista 04: ME, 14 anos, 2 anos de experiência como modelo na BMS, estudante de ensino fundamental.

Entrevista 05: LC, 18 anos, 3 anos de experiência como modelo na BMS, estudante de fisioterapia.

Entrevista 06: JS, 17 anos, 1 ano de experiência como modelo na BMS, estudante de ensino médio.

Entrevista 07: AR, 17 anos, 6 meses de experiência como modelo na BMS, estudante de ensino médio.

Entrevista 08: LM, 16 anos, 8 meses de experiência como modelo na BMS, estudante de ensino médio.

Entrevista 09: EV, 20 anos, 5 anos de experiência como modelo pela BMS, superior incompleto.