UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

GRAZIELA BRUNHARI KAULING

AS REDES SOCIAIS COMO DISPOSITIVOS DO IMAGINÁRIO E POTENCIALIZADORAS SIMBÓLICAS DE NOVAS FORMAS DE CRIAÇÃO DE MODA

Tubarão

2017

GRAZIELA BRUNHARI KAULING

AS REDES SOCIAIS COMO DISPOSITIVOS DO IMAGINÁRIO E POTENCIALIZADORAS SIMBÓLICAS DE NOVAS FORMAS DE CRIAÇÃO DE MODA

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito à obtenção do título de Doutora em Ciências da Linguagem.

Orientadora: Profa. Heloísa Juncklaus Preis Moraes, Dra.

Tubarão

2017

Kauling, Graziela Brunhari, 1982-
K31 As redes sociais como dispositivos do imaginário e potencializadoras simbólicas de novas formas de criação de moda / Graziela Brunhari Kauling ; -- 2017.
144 f. il. color. ; 30 cm

Orientadora : Heloisa Juncklaus Preis Moraes.
Tese (doutorado)–Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2017.
Inclui bibliografias.

1. Imaginário. 2. Moda. 3. Estilistas (Moda). 4. Sociologia. 5. Redes sociais on-line. I. Moraes, Heloisa Juncklaus Preis. II. Universidade do Sul de Santa Catarina - Doutorado em Ciências da Linguagem. III. Título.

CDD (21. ed.) 153.3

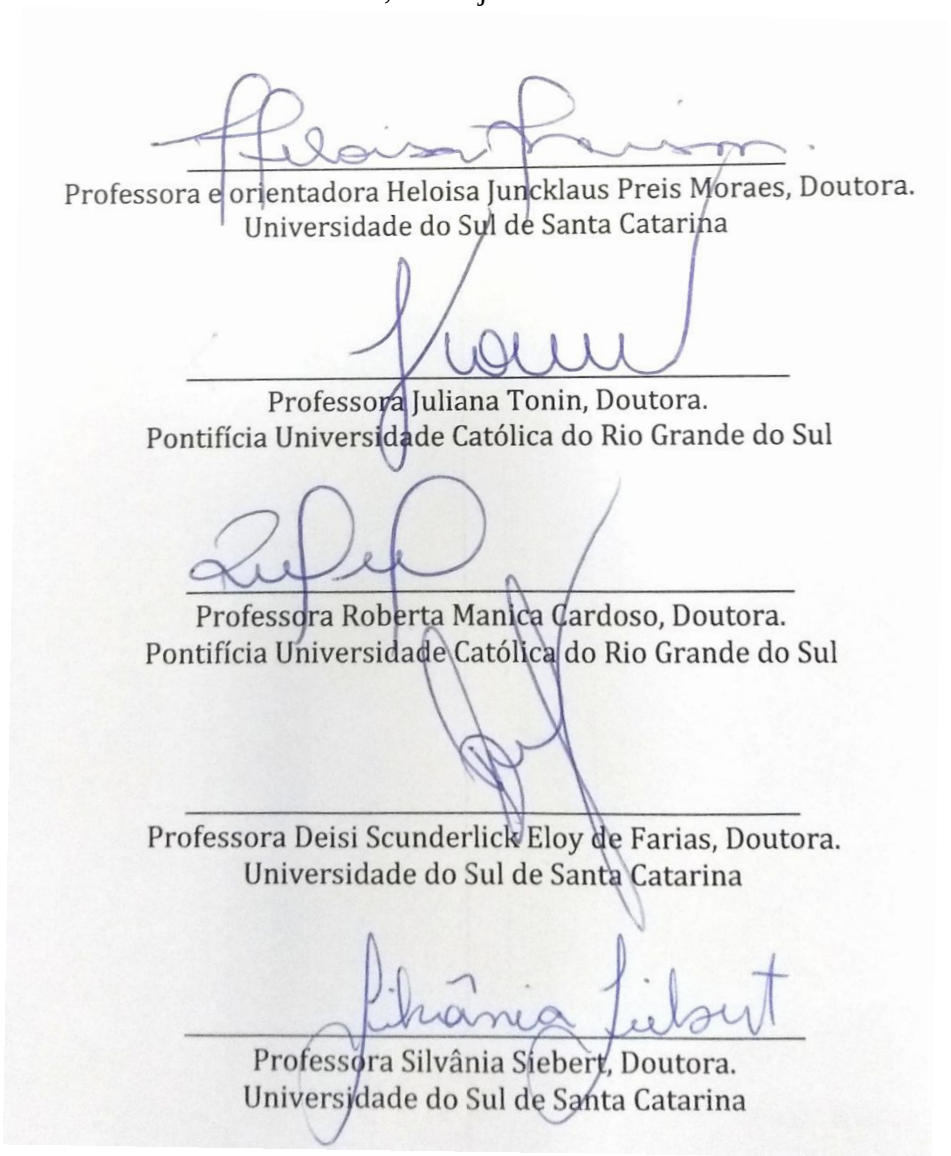
Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Universitária da Unisul

GRAZIELA BRUNHARI KAULING

AS REDES SOCIAIS COMO DISPOSITIVOS DO IMAGINÁRIO E POTENCIALIZADORAS SIMBÓLICAS DE NOVAS FORMAS DE CRIAÇÃO DE MODA

Esta Tese foi julgada adequada à obtenção do título de Doutora em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Doutorado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão, 30 de junho de 2017.



Professora e orientadora Heloisa Juncklaus Preis Moraes, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Professora Juliana Tonin, Doutora.
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Professora Roberta Manica Cardoso, Doutora.
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Professora Deisi Scunderlick Eloy de Farias, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Professora Silvânia Siebert, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Aos meus pais, Cláudio e Regina.

Aos meus irmãos, Cláudia e Augusto.

Ao meu Amor, Rimenez.

Aos Mestres-Professores.

A Deus.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a oportunidade de fazer parte deste Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem (PPGCL), que muito admiro, por terem me recebido com tanto respeito e carinho. Às meninas da secretaria, Suelen, Elaine e Patrícia, por cuidarem de nossa vida acadêmica com tamanha organização e dedicação.

Aos professores do programa dos quais tive a honra de ser aluna. Professoras Heloísa, Alessandra, Ramayana, Deisi, Silvânia, Jussara, Maria Marta e Professor Maliska. Obrigada pelas aulas enriquecedoras, as quais me fizeram pensar diferente e abrir minha mente, tendo um amadurecimento pessoal e profissional visível. Ao professor Fábio pela dedicação que dispõe ao curso.

Em especial, à minha Orientadora e Professora, Drª Heloisa Junckaus Preis Moraes, a quem reservo todo meu carinho e admiração. Quase me faltam palavras para agradecer por todo o carinho e conhecimento dispendido a mim nesses quatro anos. Minha profi mais linda! Muito aprendi contigo, és um grande exemplo para mim. Obrigada pela compreensão nos momentos difíceis que passei com as doenças do meu sogro, da minha sogra e do meu pai. Nunca me senti pressionada, pelo contrário, sempre fui amparada com suas palavras de apoio e compreensão. Obrigada por me colocar no centro nos momentos de desespero em relação à tese e qualificações. Por ter desconstruído a ideia de que esse processo precisa ser doloroso e solitário. Companheirismo foi o que mais encontrei no caminho. Orgulho por ter uma orientadora com esse coração enorme e por ser tão competente!

Ao chapeleiro Du E-Holic, por ter dado a oportunidade de realizar esse estudo.

Aos meus amigos, Juliene, Juliano, Aurélia, Anamélia, Jozimar, Lilian, Raissa, Júlio, por me acolherem em seu grupo e firmar uma amizade que prezo muito.

À revisora deste trabalho, Juliene, que muito me auxiliou e a quem tenho grande apreço, carinho e gratidão.

Aos meus amigos de jornada, Karina, Jackson, Rose, Eliane, Leila, Daniela, Ketlin, Camila e a todos os colegas que entraram na turma 2013/2.

Aos meus amigos imaginantes, que adoro de paixão e que ajudaram a compor o Grupo de Pesquisa Imaginário e Cotidiano do qual hoje faço parte com orgulho, Leidiane, Luiza, Elton, Lucas, Reginaldo, Marília, Willian.

Aos meus amigos do IFSC, Rafaela, Jozimar, Lilian, Aline, Anamélia. Em especial, à Anamélia por tantas vezes me escutar e tentar me ajudar, sendo uma coorientadora sem igual. Por ter me apresentado ao PPGCL, por me auxiliar nos estudos da prova de seleção

e durante todo o processo, nesses quatro anos. Além de uma amiga maravilhosa, uma excelente profissional que muito admiro.

À minha amiga Rose pelas conversas e desabafos, pessoa incrível com quem convivi durante esse tempo e tenho a maior satisfação em ter como amiga.

Ao IFSC por me conceder dois anos de intensa dedicação aos estudos.

Aos meus pais, pelas horas de conversa ao telefone, no *whatsapp*, ouvindo-me e escutando minhas lamúrias, sempre, sempre tentando me ajudar. Pelas idas e vindas a Araranguá, pelo suporte e tranquilidade que sempre me repassam. Ao meu papis, Cláudio, pela sabedoria e calma transmitida. A minha mamis, Regina, que sofria junto a cada trabalho e até se oferecia para ler os textos e me ajudar a entender determinadas leituras, gratidão mamis! Obrigada meus amores, meu porto seguro! Amor maior não há!

À minha irmã, Cláudia, por estar tão presente sempre. Por me aconselhar por meio de orações, conversas infindáveis, mensagens carinhosas e ouvir minhas choradeiras, acalmando-me. Pela paciência de sempre! Por me incentivar, sempre falando que meu trabalho era bom e que daria tudo certo. E, principalmente, por ser alguém com quem posso contar incondicionalmente. Por ser minha alma gêmea da amizade, que admiro tanto.

Ao meu irmão, Augusto, que, em suas visitas a Araranguá, alegrava-me com sua leveza ao dizer que daria tudo certo e por pegar no meu pé, perguntando "e a tese Graziela?" nos momentos mais difíceis. Por ser mais que um irmão, ser um amigo que admiro muito.

À minha cunhadinha, Caroline, pelas energias positivas, mensagens carinhosas de motivação e pela torcida de sempre. Por ser uma amiga querida pela qual tenho muito carinho.

Aos meus filhos de quatro patas por, em muitos momentos, terem me acalmado com seu amor incondicional e pela fiel companhia na escrita. Nunca estive sozinha.

Ao meu sogro, Abílio, e minha sogra, Vilma, pelas orações para que tudo desse certo sempre.

Aos amigos Douglas, Rosele, Jaque e David por acompanharem de perto essa jornada.

E ao meu amor, Rimenez, meu companheiro que sempre me apoiou e me incentivou na realização dos meus sonhos. Marido mais parceiro não há. Que descontruiu minha tese algumas vezes na tentativa de me ajudar. Obrigada pelo esforço, pelos cafés e almoços na mesa, pela compreensão nos momentos de *stress*, pelo incentivo nos momentos de desânimo, por cuidar da nossa casa quando estive ausente, pela paciência nas madrugadas ausentes e pelos momentos que estive indisponível. Sem o seu apoio, jamais conseguiria. Foi você que esteve comigo no dia a dia, obrigada por tudo meu amor!

“Os cientistas tentam nos convencer que somos feitos de átomos, mas um passarinho me contou que somos feitos de histórias”. (GALEANO).

RESUMO

A partir de novas perspectivas e novos olhares, esta pesquisa procura entender a sociedade pós-moderna sob um viés sociológico e compreensivo, em que a moda é um dos pontos centrais. A potência social, juntamente com a moda, é amparada pela teoria do imaginário cuja análise apresenta novos apontamentos para as formas de pensar e criar moda. A problemática desta tese surge com os aspectos insustentáveis da moda contemporânea, fruto de uma modernidade utilitarista e progressista. Hipoteticamente, as redes sociais, enquanto dispositivos do imaginário, dão suporte a esse processo de produção sustentável, dando visibilidade à narrativa, permitindo a identificação e materializando a subjetividade do imaginário social. A autora propõe *Seis Caracteres Essenciais* que devem servir como eixos norteadores para uma análise fenomenológica. São eles: *sustentabilidade virtualizada*; *artesania pós-moderna*; *nomadismo potencializador*; *narrativa tecnológica; tempo e espaço on-line* e *objeto com aura*. O intuito foi criar um alinhamento de análise cuja inspiração dicotômica dos termos surgiu a partir das leituras de Maffesoli, e visa principalmente propor uma forma de disseminação de imaginários sociais, das quais as redes sociais devem funcionar como potencializadoras simbólicas para novas formas de criação de moda. A metodologia escolhida permeia o estudo desde o referencial teórico até a técnica de análise, que é a narração do vivido. O caráter compreensivo traz possibilidades e não apresenta resultados concretos, pois é um discurso do social. O resultado da análise vem do entrecruzamento entre esses caracteres e o estudo de caso do chapeleiro. Assim, foi possível concluir que Du E-holic materializa suas potencialidades no chapéu, um objeto não obrigatório na vestimenta atual, mas que é adquirido pelo que representa, pelo valor simbólico que envolve, pela magia, pela aura que emana. Além disso, sem as redes sociais como dispositivos do imaginário, Du E-holic não teria visibilidade suficiente para instituir possibilidades sobre a sustentabilidade na moda.

Palavras-chave: Imaginário. Potência Simbólica. Moda. Du E-Holic. Sociologia Compreensiva.

ABSTRACT

Under new perspectives and new looks, this research seeks to understand postmodern society under a sociological and understanding bias, where fashion is one of the central points. The social power along with the fashion, are supported by the theory of the imaginary whose analysis presents new notes for the ways of thinking and creating fashion. The problematic of this thesis arises with the unsustainable aspects of the contemporary fashion, fruit of a utilitarian and progressive modernity. Hypothetically, social networks as devices of the imaginary support this process of sustainable production giving visibility to the narrative, allowing the identification and materialization of the subjectivity of the social imaginary. The author proposes Six Essential Characters that should serve as guidelines for a phenomenological analysis. They are, virtualized sustainability; Postmodern crafts; Nomadism; Technological narrative; Time and space on-line; And object with aura. The aim was to create an analysis alignment whose dichotomous inspiration of the terms came from Maffesoli 's readings, and its main purpose is to propose a form of dissemination of social imaginaries, from which social networks should function as symbolic enhancers for new forms of fashion creation. The chosen methodology permeates the study from the theoretical reference to the technique of analysis, which is the narration of the lived. The understanding character, brings possibilities and does not present concrete results, is a discourse of the social. The result of the analysis comes from the intertwining between these characters and the hatter's case study. Thus, it was possible to conclude that Du E-holic materializes its potentialities in the hat, an object not compulsory in the current dress, but which is acquired by what it represents, by the symbolic value that it involves, by the magic, by the aura that emanates and without Social networks as devices of the imaginary, Du E-holic would not have enough visibility to instill possibilities about sustainability in fashion.

Keywords: Imaginary. Symbolic Power. Fashion. Du E-Holic. Comprehensive Sociology.

RESUMEN

Bajo nuevas perspectivas y nuevas miradas, esta investigación busca entender a la sociedad posmoderna bajo un sesgo sociológico y comprensivo, donde la moda es uno de los puntos centrales. La potencia social junto con la moda, son amparadas por la teoría del imaginario cuyo análisis presenta nuevos apuntes para las formas de pensar y crear moda. La problemática de esta tesis surge con los aspectos insostenibles de la moda contemporánea, fruto de una modernidad utilitarista y progresista. Hipotéticamente, las redes sociales como dispositivos del imaginario dan soporte a ese proceso de producción sostenible dando visibilidad a la narrativa, permitiendo la identificación y materializando la subjetividad del imaginario social. La autora propone *Seis* Caracteres Esenciales que deben servir como ejes orientadores para un análisis fenomenológico. Son ellos, sostenibilidad virtualizada; Artesanía posmoderna; El poder adquisitivo, el poder adquisitivo. Narrativa tecnológica; Tiempo y espacio en línea; Y objeto con aura. La intención fue crear una alineación de análisis cuya inspiración dicotómica de los términos vino de las lecturas de Maffesoli, y pretende principalmente proponer una forma de diseminación de imaginarios sociales, de las cuales las redes sociales deben funcionar como potencializadoras simbólicas para nuevas formas de creación de moda. La metodología elegida permea el estudio desde el referencial teórico hasta la técnica de análisis, que es la narración de lo vivido. El carácter comprensivo, trae posibilidades y no presenta resultados concretos, es un discurso de lo social. El resultado del análisis viene del entrecruzamiento entre esos caracteres y el estudio de caso del sombrerero. Así, fue posible concluir que Du E-holic, materializa sus potencialidades en el sombrero, un objeto no obligatorio en la vestimenta actual, pero que es adquirido por lo que representa, por el valor simbólico que envuelve, por la magia, por el aura que emana y que sin las Las redes sociales como dispositivos del imaginario, Du E-holic no tendría visibilidad suficiente para instituir posibilidades sobre la sostenibilidad en la moda.

Palabras clave: Imaginario. Potencia Simbólica. Moda. Du E-Holic. Sociología Comprensiva.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Campanha do Movimento “Compro de quem faz” 83
Figura 2 – Desenho da Pesquisa 101
Figura 3 – Chapéu e Estilo de Vida 103
Figura 4 – Costurando chapéus 104
Figura 5 – Du E-holic em seus locais temporários. Comentário de seus seguidores na rede social 106
Figura 6 – Chapéus inspirados na cultura local e suas narrativas 108
Figura 7 – Reaproveitamento de materiais na construção dos chapéus (Saco) 111
Figura 8 – Reaproveitamento de materiais na construção dos chapéus (Guarda-chuva) 112
Figura 9 – Compartilhamento de inciativas sustentáveis por Du E-holic 113
Figura 10 – Tingimento caseiro na confecção dos chapéus 116
Figura 11 – Tecelagem manual, Pirografia e Serigrafia Manual na confecção dos chapéus . 117
Figura 12 – Du E-holic: *O chapeleiro Sem CEP* (Viajante) 121
Figura 13 – Narrativas do Narrador 123
Figura 14 – Narrativas dos seguidores 124
Figura 15 – O tempo esboçado nas narrativas 126
Figura 16 – A compra de um chapéu com aura 129

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 13
2 REVISÃO TEÓRICA 17
2.1 A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA 17
2.1.1 Noções maffesolianas do mundo contemporâneo (tribalismo, identificação e pertencimento) 25
2.1.2 Noções sobre imaginário e a potência simbólica 37
2.1.2.1 O chapéu como símbolo de expressão 44
2.1.3 A sociedade contemporânea tecnológica e as relações sociais digitais 50
2.1.4 As redes sociais *Facebook* e *Instagram* como dispositivos do imaginário 58
2.2 A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E A MODA 63
2.3 PROPOSTA DOS *CARACTERES ESSENCIAIS* PARA ESTUDO FENOMENOLÓGICO 75
2.3.1 A sustentabilidade virtualizada 76
2.3.2 A artesania pós-moderna 80
2.3.3 O nomadismo potencializador 86
2.3.4 A narrativa tecnológica 88
2.3.5 O tempo e o espaço *on-line* 90
2.3.6 O objeto com aura 92
3 METODOLOGIA 96
3.1 POR UMA METODOLOGIA COMPREENSIVA 96
3.2 MÉTODO DE PESQUISA: DELIMITAÇÃO, DESENHO E TÉCNICA 99
3.3 ESTUDO DE CASO: *DU E-HOLIC, O CHAPELEIRO SEM CEP* 102
4 ANÁLISE DOS *CARACTERES ESSENCIAIS* 109
4.1 UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE A MODA 131
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 133
REFERÊNCIAS 138
ANEXO A – Currículo Lattes 144

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa inicia-se com uma explanação teórica sobre a transição de uma época em que intelectuais apoiavam o devir industrial e mercantil, baseados numa filosofia progressista e utilitarista com a prevalência da razão. Caraterizada pela mitologia do progresso e do fazer, a modernidade tentou minimizar as diferenças sociais e reduzir as inúmeras manifestações simbólicas como o lúdico, o imaginário e os sonhos coletivos. Essa Era ficou conhecida pela prioridade à economia, ao trabalho e à produtividade. Contudo, após a década de 50 do século XX, iniciou-se uma movimentação social causada pelo desenvolvimento tecnológico, no qual outra forma de pensar estava emergindo. A pós-modernidade trouxe o retorno da ordem simbólica, em que a ordem racional passa a ser emocional, e o *querer viver* instintivo vira potência societal, substituindo o *dever ser* instituído. A pós-modernidade é movida por uma vitalidade intrínseca e por forças silenciosas do cotidiano que servem como cimento coletivo do conjunto social.

Assim, as formas de relações sociais mudaram consideravelmente da Era moderna para a pós-moderna, porém, ambas mantêm algo em comum: a interação e a interferência humana. A sociedade contemporânea tecnológica transformou o ciberespaço em um lugar de socialidade, identificação e pertencimento. Mesmo na Era tecnológica, quem media as relações sociais é o homem, e as novas tecnologias funcionam como dispositivos que permitem revitalizar o lúdico, o comunitário e o imaginário da vida social (MORAES, 2012).

O imaginário é esse conhecimento entre saberes que acentua os pensamentos coletivos e remete a essa paixão comum cujos efeitos são de difícil contabilização. Conforme Silva (2012), a construção do imaginário se dá pela identificação, apropriação e distorção, ou seja, é preciso reconhecer-se no outro, ter um pouco do outro em mim, e reestruturar o outro para mim. Por isso, o imaginário corrobora essa descentralização pós-moderna, permitindo o estudo das frivolidades banais contidas no dia a dia.

Como um dos eixos centrais desta pesquisa, temos a moda. A reflexão sobre a moda na sociedade contemporânea também se faz necessária, visto que as maiores contribuições envolvem-na diretamente. Cabe ressaltar que a moda é um tipo de “forma matricial” da qual citou Maffesoli (2010a), ao entendê-la como uma tendência afetual cuja aura nos embebe, podendo ser expressa de maneira pontual ou efêmera. A moda, tal como o objeto, é capaz de representar as efervescências sociais de maneira constante, por isso muitas

vezes é considerada volátil, mas sabemos que ela tem uma potência instituinte, pouco explorada, de entender as sensibilidades sociais e materializar-se com uma frequência angustiante. Ela é vida e morte, consagra o novo levando-o ao declínio, para assim nascer de novo. A moda atual segue os preceitos instituídos pela modernidade, cujo foco no utilitarismo (o objeto somente como objeto inerte) originou uma série de ações nocivas para contemplar a sobrevivência econômica, tal como o *fast-fashion*. A problemática desta tese surge com os aspectos insustentáveis da moda atual. Como tornar a moda mais consciente e sustentável em um mundo acelerado, pós-moderno? Ao analisar a dicotomia entre o *fast* e *slow*, como seria possível mobilizar o imaginário social a sensibilizar uma nova forma de criar e produzir moda? Partindo dessas questões de pesquisa, esta tese tem como objetivo principal discutir as tecnologias (*dispositivos*) do imaginário, principalmente as redes sociais, como potencializadoras simbólicas de novas formas de criação de moda, tendo como estudo de caso o chapeleiro Du E-holic.

Os objetivos específicos desta pesquisa pretendem refletir sobre a ética da estética pós-moderna, frente às decorrências da modernidade para a pós-modernidade, percebendo as tecnologias do imaginário como potencializadoras simbólicas de pertencimento e identificação; explanar sobre a moda na sociedade pós-moderna e entender seu direcionamento atual; propor *Seis Caracteres Essenciais* para análise fenomenológica das tecnologias do imaginário (especificamente as redes sociais *Facebook* e *Instagram*) como potencializadoras simbólicas, tendo como estudo de caso o chapeleiro Du E-holic; relacionar o processo criativo e produtivo do chapeleiro aos *Caracteres Essenciais* relacionados ao imaginário pós-moderno.

A metodologia escolhida permeia o estudo desde o referencial teórico até a técnica de análise. O caráter compreensivo traz possibilidades e não apresenta resultados concretos, é um discurso do social. Assim, na metodologia compreensiva, segundo Silva (2012), o pesquisador de imaginários deve ser como um mediador e nutrir-se da compreensão sociológica e fenomenológica. Desse modo, a análise fenomenológica relacionará o objeto de estudo, seu contexto social e teórico a *Seis Caracteres Essenciais*, eleitos para fins de análise, sobre os quais falaremos adiante.

Para tanto, esta pesquisa inicia-se com um referencial teórico sobre a sociedade contemporânea, expondo a transição das *Eras* moderna e pós-moderna (MAFFESOLI, 2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2011; BAUMAN, 2001, 2008; GIDDENS, 2012; LIPOVETSKY,

2004), alongando-se para as noções maffesolianas sobre a ética da estética, tribalismo, identificação e pertencimento. Segue-se então para as noções sobre imaginário (MAFFESOLI, 2001a, 2010a, 2010b; DURAND, 2002), poder e potência (SPINOZA, 1957; NIETZSCHE, 1945; CASTELLS; CARDOSO, 2005; CASTELLS, 2013; SILVA, 2012), potência simbólica (CASSIRER, 2001) e chapéu como símbolo de expressão (SIMMEL, 2008), para entender as novas formas de socialidade (RECUERO, 2009) sob o ponto de vista do imaginário tecnológico (SILVA, 2012; FELINTO, 2006), ciberespaço (CASTELLS; CARDOSO, 2005; CASTELLS, 2013) e redes sociais (LONGO, 2014; VERGILI, 2014). A abordagem sobre a moda e a sociedade contemporânea se faz com o *fast-fashion*, citado por Cietta (2010), e o *slow fahion*, segundo Gwilt (2014), em aspectos gerais da moda (MAFFESOLI, 2010b, 2010d; SIMMEL, 2008). Uma parte importante desta pesquisa é a composição de *Seis Caracteres Essenciais*, que devem servir como eixos norteadores para uma análise fenomenológica. São eles: *sustentabilidade virtualizada*; *artesania pós-moderna*; *nomadismo potencializador*; *narrativa tecnológica; tempo e espaço on-line* e *objeto com aura*. O intuito foi criar um alinhamento de análise cuja inspiração dicotômica dos termos veio das leituras de Maffesoli (2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2011), e visa principalmente propor uma forma de disseminação de imaginários sociais, cujas redes sociais devem funcionar como potencializadoras simbólicas para novas formas de criação de moda. O resultado da análise vem do entrecruzamento entre esses caracteres e o estudo de caso do chapeleiro Du E-holic.

Como estudo de caso, *Du E-Holic – O Chapeleiro Sem CEP –*, torna-se um exemplo do que esta tese busca defender: a potência de uma moda consciente e sustentável, que apresenta um objeto com aura, peculiar, exclusivo, pautado na imaterialidade, com uma história que encanta, em que seguidores são atraídos instintivamente pelo imaginário social a identificar-se com o objeto e com o criador, cujas redes sociais funcionam como dispositivos desse imaginário e como potencializadoras simbólicas para novas formas de criação de moda. Dessa forma, o objeto (chapéu) deixa de ser somente mais um "pertence" com intenção de venda, pois repassa uma mensagem inscrita pelas vivências e experiências expressas pelo estilo de vida errante do próprio chapeleiro. Este encontra o seu estado de arte por meio da narrativa incorporada nele. A descrição de como foram criados os chapéus, os materiais utilizados, as paisagens inspiradoras, o contexto no qual foi produzido, tudo difere de um sistema de produção escalonado em que o produto perde a sua essência e acaba se tornando

um a mais nas araras das lojas. Essas são as intenções do chapeleiro claramente captadas nesta pesquisa pela metodologia da sociologia compreensiva, que visa à compreensão do social, por meio de evidências qualitativas e variáveis.

As redes sociais, *Facebook* e *Instagram*, permitem que os seguidores sejam seduzidos[1] pelas narrativas apresentadas em cada postagem do chapeleiro. Consideramos, como tese, que as redes sociais funcionam como tecnologias (dispositivos) do imaginário, pois são elas que possibilitarão a identificação do seguidor com Du E-holic. Hipoteticamente, as redes sociais, enquanto dispositivos do imaginário, dão suporte a esse processo de produção sustentável, dando visibilidade à narrativa, permitindo a identificação e materializando a subjetividade do imaginário social.

A partir de novas perspectivas e novos olhares, esta pesquisa procura entender a sociedade pós-moderna sob um viés sociológico e compreensivo, em que a moda é um dos pontos centrais. A potência social juntamente com a moda, são amparadas pela teoria do imaginário cuja análise apresenta novos apontamentos para as formas de pensar e criar moda.

[1] Tomamos como referência o termo “sedução” utilizado por Silva (2012).

Mas essa fila indiana que parece interminável
Está aos poucos perdendo gente,
Gente que está embarcando no navio do contra-fluxo
Um barco que navega no mar do Agora
Onde os tripulantes se vestem de sonhos
Que ficaram pendurados em cabides esquecidos
(Danilo Tomilhero)

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Consideráveis modificações sociais efluíram após a década de 60 do século XX e, com elas, uma nova arte de pensar estava a emergir ante aos nossos olhos. São notáveis as vertentes de pensamento que versam sobre a sociedade atual. Nesta pesquisa, procuramos nos valer dos recursos de leituras que enfocam uma perspectivação sociológica compreensiva, a qual se apresenta, por meio de uma abordagem indutiva, farta em matizes e com características paroxísticas, acentuando o valor da socialidade, do imaginário, do cotidiano. É provável que estejamos no início de uma importante fase do desenvolvimento da teorização sociológica. Muitos sociólogos, hoje, consideram que as sociedades contemporâneas se desenvolvem de maneira que os teóricos clássicos não previram e almejam investir em modos alternativos de pensar e teorizar sobre o mundo social, levando em conta pressupostos sensíveis, afetivos, não racionais e imateriais. Assim, para fins teóricos, este trabalho deverá adotar a nominação de *pós-modernidade* para referir-se ao momento atual, pois, apesar das controvérsias em relação ao termo, ele ainda permanece sendo o mais utilizado. Inclusive, optou-se pela utilização desse termo também pelo fato de que os teóricos-base deste estudo são condizentes e defensores da ideia de que muitos acontecimentos presentes nesse período podem ser considerados como um divisor de águas em relação ao anterior. Portanto, não é fácil identificar o momento exato da passagem da Era Moderna à Pós-Moderna, sendo que um dos aspectos dessa Era são as mudanças rápidas. Na segunda metade do século XX, iniciou-se um processo acelerado de mudanças na história, nos padrões e nos modos de pensar a sociedade e suas instituições. Diante disso, uma nova perspectiva social passou a ser estabelecida.

Ao contrário da teoria crítica, que tende a julgar o caráter ideológico e nocivo das produções culturais de massa, e também ao contrário do pensamento conservador que só verá

aí uma ocasião para lucrar, o foco no cotidiano possibilita lembrar que essa teoria se adapta às preocupações da vida presente, muito mais que modelá-las. O empirismo sociológico ressalta que um dos aspectos da vida social é esse impulso vital (MAFFESOLI, 2010a). Devemos nos preocupar com os aspectos aparentemente triviais do comportamento social, visto que os estudos dessas formas aparentemente insignificantes de interações sociais são de grande importância na sociologia e, longe de ser desinteressante, é uma das mais absorventes de todas as áreas de investigação sociológica (GIDDENS, 2012). Assim, muitos aspectos marginais da vida cotidiana vêm a ser complexos e importantes nas relações sociais.

A atualidade sucede o fim de um sistema social demasiadamente desgastado. A chamada modernidade, que foi caracterizada por esse sistema de sociedade voltada para o futuro e determinada a tudo controlar, destacou-se por sua filosofia progressista do século XIX, cujo pensamento não valia por si mesmo, mas era remetido a um fim que lhe era exterior: o poder sobre as pessoas (política) e sobre as coisas (economia) (MAFFESOLI, 2001a).

Ainda, evita-se reconhecer que as pedras fundamentais da arquitetônica ocidental ou Moderna (Indivíduo, Razão, Economia e Progresso) estão, de fato, saturadas. No esquema conceitual que se impôs no século XIX, um valor era reconhecido como bom, e o objetivo do intelectual era fazer com que esse universal tomasse força de lei, sendo essa a perspectiva político-moral. Entretanto, para Maffesoli (2010b), a ultrapassagem da monovalência racional como explicação do mundo social não é um processo abstrato e está relacionado à heterogeneização do mundo e desse vitalismo que o permeia. Essa potência não é moralizante, pois se expressa por meio dessa multiplicidade de caracteres, tal como a pluralização e o politeísmo de valores.

Segundo Maffesoli (2010c), a matriz social moderna revela-se cada vez mais infecunda. Corroborando o autor, o sociólogo Zygmunt Bauman foi um dos pensadores que se dedicou a diversas obras reflexivas sobre os tempos recentes. Bauman (2001) afirma que o projeto moderno que se originou no Iluminismo europeu para moldar racionalmente a sociedade não faz mais sentido, pois há alguma coisa em potência, esperando atualização. “Não se trata mais de um simples social de dominante racional, expressado pelo político e pelo econômico, mas uma outra maneira de estar-junto, em que o imaginário, o onírico, o lúdico, justamente ocupam um lugar primordial” (MAFFESOLI, 2010c, p. 26).

Para Durand (2002), a modernidade provocou o afastamento de um passado que estava fortemente ancorado por estruturas míticas, por vezes, desqualificando e silenciando a imaginação. Ao explanar a metáfora do fluxo das águas da bacia semântica, Durand (2002) fala sobre o escoamento (diversas correntes) de possíveis tendências e sobre seu esgotamento, que Maffesoli (2010c) apontou como saturação e ressurgência dessas tendências por meio de novas roupagens. Maffesoli (2010c) complementa o pensamento de Durand ao mostrar a importância de expressar o necessário (re)começo daquilo que já se esclerosou. Não há revelação se não houver ocultamento, e não há novos escoamentos se não houver esgotamento. Cada época fica à espera de seu próprio apocalipse, a época troca de pele. A força imaginal que anima uma sociedade não é a mesma em todas as épocas. Realiza-se um ciclo que a conduz do nascimento à morte, passando pela idade madura, assim, nada é eterno (MAFFESOLI, 2011). Durand (2002) complementa ao mencionar que, em cada época, vários mitos coexistem e formam um sistema, mesmo havendo um mito dominante e um mito dominado, como nas metáforas sobre o mito prometeico e o dionisíaco, de Maffesoli (2011).

Versando na mesma perspectiva, Maffesoli (2010c) traz a metáfora do apocalipse (em seu sentido mais primordial, apocalipse é aquilo que apela à revelação das coisas). O pensamento apocalíptico torna-se revelador daquilo que ali se encontra, mas que havia a tendência de ser esquecido. O espírito de seriedade do produtivismo moderno está sendo substituído por um lúdico ambiente. O racionalismo moderno fez da representação, realidade. Dessa forma, passa a destruir toda a conivência, participação e correspondência poética com as coisas, naturais ou sociais. A representação se torna causa e efeito da separação, da solidão gregária que caracteriza a modernidade que termina. Por meio de um paradoxo instrutivo, a representação inverte-se em coisa esclerosada, enrijecida, sem vida. Assim, a razão (re)transforma-se como um instrumento descontrolado e inverte-se em razão sensível, reencontrando outra forma e um vigor renovados (MAFFESOLI, 2010c).

O período moderno, no mesmo instante em que multiplicou a possibilidade das relações sociais, esvaziou-se, em parte, de todo o conteúdo real. Assim, o indivíduo encontrava-se como sujeito autônomo, dominante da natureza e do mundo pela razão. Com base na ideia de progresso como uma produção linear, positiva, inexorável, o pensamento se fixava em avançar sem a possibilidade de recuo para um mundo melhor, graças ao progresso científico. Não desmerecendo aqui a importância dos avanços científicos, mas também não resumindo somente a eles o devir social. Os dois polos são, dessa forma, complementares e

devidamente importantes. Para Maffesoli (2010d), a dualidade mostra, de um lado, a ênfase à construção, à crítica, ao mecanismo e à razão, de outro, é de costume insistir na natureza, no sentimento orgânico e na imaginação. Ao lado do progressismo moderno, cuja contribuição seria inútil negar e do qual convém extrair o melhor, talvez não seja inútil colocar em jogo um pensamento progressivo que leve em conta a totalidade do ser. Contra a pretensão do saber absoluto e dogmático, um *pensamento-lembrança*, não mais preocupado com o futuro e com a sociedade perfeita, mas uma presença nesse mundo, aqui e agora, em que passado e futuro se cristalizam num instante eterno, ou seja, isso só faz sentindo na relação, no relativismo de um polo com o outro (MAFFESOLI, 2010c).

Ainda, segundo Maffesoli (2010c, p. 81),

> [...] trata-se aí, strictu sensu, de uma ordem simbólica, que sublinha a identidade profunda entre o homem e as outras manifestações de vida no cosmos. Não mais a simples ordem racional própria da modernidade, mas sim, uma ordem "emocional". Max Weber utiliza esse termo para sublinhar a atmosfera característica da comunidade. *Stimmung*, ambiente forte, viscoso, unindo membros da comunidade entre si e aquilo que os une, ao território, ao terreno, servindo-lhes de suporte. Ligados entre si, porque ligados à terra. Ordem simbólica ou Ordem emocional.

A unidade, a originalidade, o universalismo e o fundamento sólido que tudo explica deram sinais de esgotamento (DURAND, 2002) e de saturação (MAFFESOLI, 2010c). Essa solidez é trazida por Bauman (2001) ao mencionar um tempo em que os conceitos eram sólidos. Ideias, ideologias, relações e pensamento moldavam a realidade e a interação entre as pessoas. O século XX foi espectador das conquistas tecnológicas, dos embates políticos e das guerras, presenciando o apogeu e o declínio desse mundo sólido e dando sequência a um mundo fluido, chamado por Bauman (2001) de modernidade líquida. Maffesoli (2010c) corrobora ao dizer que, em momentos seguidos a uma aceleração ou mesmo uma intensificação de energia, o corpo (físico, social, individual, místico) alcança seu apogeu e, paradoxalmente, inverte-se em hipogeu. É um retorno ao subterrâneo, aos símbolos de uma construção futura. Essa saturação pode estar na bacia semântica de Durand (2002), no apocalipse de Maffesoli (2010c), o que já está ali, indubitável, irrefutável, intangível. São os subterrâneos que servem de fundação para toda a vida social. Significa que, quando a relação já deu o melhor de si mesma, retorna à origem e, invertida, transforma-se em cultura, em outra cultura, em nova cultura. O estado nascente é, em todos os campos, o que forma a cultura de um povo. Mais a diante, vem a formação da rotina política, filosófica,

organizacional. O que era gênesis, espontâneo, enrije-se em instituição. A última fase da bacia semântica de Durand (2002, p. 90) representa isso.

Como já mencionado acima, é o esgotamento dos deltas, no qual formam-se os meandros e a derivações e em que, conforme a metáfora do rio, "a corrente do rio, enfraquecida, se subdivide e se deixa levar pelas correntes vizinhas", o que Maffesoli (2011) chamou também de perda da evidência. Para Maffesoli (2011), um sistema esgota-se por desgaste, claro, por sedimentação de tantas pequenas coisas anódinas, por fraturas internas e, sobretudo, pelo fato de que o centro não tem mais esse papel ou não é mais reconhecido para desempenhá-lo. É a pluralização que força o pensamento social a quebrar o enclausuramento de uma ciência unidimensional, o politeísmo de valores demanda um pluralismo causal (MAFFESOLI, 2010b).

Assim, vivemos um momento dos mais instigantes, em que a eflorescência do vivido apela a um conhecimento plural em que a análise disjuntiva, as técnicas da separação e o apriorismo conceitual devem dar lugar a uma fenomenologia complexa que saiba integrar a participação, a descrição, as narrativas de vida e as diversas manifestações dos imaginários coletivos. Esses sinais de mudança, agora irrefutáveis, estão em vias de aparecer no horizonte de nossa sociedade. Impossível ignorá-los, pois eles tendem a encarnar-se e enraizar-se, e é nesse mundo e não no porvir que se encontra a atenção essencial da socialidade pós-moderna. "Tal procedimento, que leva em conta a vida, poderá ser capaz de expressar a efervescência contemporânea" (MAFFESOLI, 2010b, p. 245). As oportunidades e os momentos vividos em comum se tratam de uma inversão, da qual podemos nos apropriar para compreender esses novos tempos. Gerenciar o saber estabelecido e conectar com o que está prestes a nascer, são, afinal, "os dois polos da tensão constitutiva da harmonia conflitual a todo conhecimento", e essa tensão passa a ser a grande matriz (MAFFESOLI, 2010d, p. 41).

Mediante diversos estudos sobre a sociedade atual, esta investigação se baseia nos pesquisadores utilizados e em seus ideais sobre a nova era. Nesta pesquisa, utilizaremos as noções de pós-modernidade ao nos referirmos à sociedade atual. Para Bauman (2001), a pós-modernidade trouxe a fluidez do líquido, ignorando divisões e barreiras, assumindo formas, ocupando espaços, diluindo certezas, crenças e práticas. Em sua visão, a Era da instantaneidade traz o conceito de liquidez como uma nova forma de analisar as mudanças sociais e humanas de maneira fluida e contínua. Em suas obras *Modernidade Líquida* (2001) e *Vida para Consumo* (2008), Bauman intitula essa sociedade como líquido-moderna,

caracterizada pela aceleração em que as condições de vida de seus membros tendem a mudar, num tempo mais curto do que o necessário para a consolidação de hábitos e de suas formas de agir. A modernidade líquida, como denominou o autor, está em constante fluxo e repleta de incertezas.

Ulrich Beck (2010) chamou a pós-modernidade de segunda modernidade ao dizer que as instituições modernas estão se tornando globais, enquanto a vida cotidiana está se livrando da influência da tradição e dos costumes, tal como Lipovetsky (2004) quando afirma que os valores limitantes sucumbiram e agora há uma liberdade de *poder-fazer*. Houve um declínio da moral e do sacrifício que engessava e obrigava a um *dever-ser*, que impedia a busca do prazer. Lipovetsky (2004) assegura que vivemos o fim das ideologias e a imanência de uma cultura hedonista, que Maffesoli (2011) chama de hedonismo relativista, ou seja, uma vida que se deve viver aqui e agora, da melhor maneira possível. Lipovetsky (2004) declara existir uma nova forma de ver a comunicação, o consumo de massa e a valorização do prazer e da felicidade. Agora, a predominância do utilitarismo, freudismo, marxismo, positivismo, produtivismo e prevalência da razão ficaram para trás, e a direção atual aponta para essa força imaterial incipiente que está servindo de legitimação à sociedade pós-moderna (MAFFESOLI, 2011). O que Giddens (2012) chamou de “democracia das emoções” sobre o potencial que emerge da vida cotidiana.

A hipermodernidade, denominada assim por Lipovetsky (2004), representa os fracassos das metanarrativas, bem como as quedas ideológicas e crise políticas, porém, reforça que o momento hipermoderno se evidenciou pelas novas paixões, novos desejos, novos sonhos e novas seduções manifestadas no dia a dia. Segundo Silva (2012), sem a prisão em narrativas legitimadoras, não há prisão em maneiras de ser para o sujeito, o que o torna dono de sua própria liberdade (o que nem sempre é bom), de acordo com os ensinamentos de Bauman (2001). Simmel (2008) diz que esse tempo, desponta uma maior consciência ou um sentimento mais vivo de libertação, diminui a pressão ou a dominação dos outros, tornando-se inevitável a transição da homogeneidade para a heterogeneidade, da fidelidade à tradição à participação num mundo cheio de novas e inéditas possibilidades.

Para Maffesoli (2010d), a pós-modernidade é a sinergia, a simbiose do desenvolvimento tecnológico com o arcaico. Entende-se por arcaico tudo aquilo que é da ordem do sentimento, do afetivo, do emocional, do não racional, isto é, tudo aquilo que nos constitui, que nos interessa, as paixões, os ódios, o amor, a ânsia de conquistar, os desejos em

geral. A pós-modernidade é o fim da ideia de utilidade, de uma utopia redentora e a instalação da ideia de que o mundo é feito de jogos, do lúdico, mesmo sabendo que o racionalismo moderno tentou evacuar as diversas manifestações do simbolismo, tal como o imaginário, os sonhos coletivos e o lúdico. Ser pós-moderno é aceitar a diferença e misturar tudo (MAFFESOLI, 2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2011). Complementando a visão de Maffesoli (2011), Silva (2012) defende que a pós-modernidade é uma série de discursos sobre um determinado momento.

A passagem da Modernidade para a pós-modernidade foi o momento de questionar, até então, as tão respeitadas evidências. A insatisfação com a história soberana e linear, o projeto político que já não exercia mais intenso fascínio, a natureza que não era mais considerada como um objeto inerte a explorar, o indivíduo não sendo mais a razão de toda a vida em sociedade. Esses elementos ainda existem, é claro, porém, não são mais significativos isoladamente, e sim se inscrevem em um conjunto que ultrapassa e engloba cada um deles. A abstração monoteísta levou a um politeísmo exacerbado. Maffesoli (2010a) relaciona uma volta do barroco ao mundo pós-moderno, e que há, nele, uma lógica interna que garante o equilíbrio das massas, tribos e energias depositárias. O barroco esforçava-se para enraizar o tempo, cujo naturalismo e vitalismo próprio freavam o curso de uma história linear e finalizada. Isso produzia uma espécie de presenteísmo, valorizando o aqui e agora (*hit et nunc*). O espírito clássico remetia a uma perspectiva histórica, o espírito barroco é completamente mítico. O barroco traz uma ordem móvel que, mesmo flexível, esboça-se resistente. Essa é uma revolução epistemológica que põe em ação essa mecânica fluídica. Assim, Maffesoli (2010a, p. 201) afirma que “a razão a ela nos incita, a observação fenomenográfica a ela nos constrange. É a esse preço que se saberá compreender a caótica socialidade que se esboça aos nossos olhos”.

Nesse sentido, a pós-modernidade não se trata de uma subversão ativa contra o sistema, uma batalha frontal e direta como ensinam os revolucionários. Trata-se de uma série de escapatórias, de pequenas astúcias que tornam a vida suportável e criam o conjunto da vida social. Trata-se menos de agir sobre o mundo e mais de aceitá-lo pelo que é. Reforça o querer viver, é a socialidade de base. Colocando em prática, a pós-modernidade refere-se ao predomínio do instantâneo, a uma lógica cultural que valoriza o relativismo e a indiferença, à falência das metanarrativas emancipatórias, à crise do individualismo, à onipresença das culturas de massa, às crises do trabalho e da história, a um conjunto de processos intelectuais

flutuantes e indeterminados, à perda de fronteiras sólidas, a rituais, às emoções e paixões coletivas, ao aparecimento de novas formas de nomadismo, ao quotidiano, à ideia de que o mundo está cada vez menor através do avanço da tecnologia.

Estamos diante de um mundo virtual, de imagens, sons, textos e espetáculos, em uma velocidade incomparável (MAFFESOLI, 2010b; GIDDENS, 2012). O conjunto desses saberes firma-se ao fenômeno do tribalismo que trará o valor (no seu sentido simbólico, e não econômico) prevalecente para as décadas seguintes. Maffesoli (2011, p. 115) afirma que a vida social perdeu sua regularidade e sua racionalidade, assim, sonho e realidade se interconectam. O espectro se torna uma concepção da própria coletividade, criando o espírito materializado que é o povo. "Essa criação não possui a consistência nem a solidez pretendida pelo *homo faber* da modernidade, mas lembra que é sempre do caos ilimitado e indefinido que surgem as novas formas". Bauman (2013) aduz que os modos de vida atuais flutuam em direções diferentes e não necessariamente coordenadas, entram em contato e se separam, entram em conflito ou iniciam um intercâmbio de experiências e fazem tudo isso flutuando numa suspensão de culturas, todas com uma gravidade específica semelhante, totalmente idênticas ou não. Para Simmel (2008), hierarquias em tese estáveis e inquestionáveis e caminhos evolutivos unidirecionais são hoje substituídos por disputas pela permissão de ser diferente.

Partindo dessa breve, porém necessária, reflexão sobre a contemporaneidade, fica claro que esta é uma sociedade em constante mudança e movimento, com efervescências múltiplas, complexas[2], paralelas, antagônicas, cujas formas de socialidade emergem subitamente e paradoxalmente, mudando rapidamente seu cenário. Não há tempo para estagnar-se em conceitos, visto que a fluidez e o dinamismo dos acontecimentos possibilitam um olhar atencioso ao vivido. As metáforas representam bem as abordagens compreensivas. A pós-modernidade é altamente pluralista e diversa, evidenciando o fim da ideia de futurismo, para ter uma afirmação do vitalismo, do presente, do aqui-agora. "*Be here now*" uma das frases mais tatuadas no último ano, parece transparecer esse presenteísmo pós-moderno. Presenteísmo que, de diversas maneiras, permite compreender a transfiguração do político, marca essencial da pós-modernidade. Este pode também ser comparado à sensibilidade barroca, um barroco que se integra na vida cotidiana.

---

[2] De acordo com o conceito de Morin (1991).

Maffesoli (2010d) expõe a necessidade de desenrolar com paciência os emaranhados de nós que tecem a complexa realidade social, ao invés de simplesmente cortá-los e eliminá-los. Diminuir tudo à unidade restringe-se ao período moderno, tal como expelir as diferenças e homogeneizar os modos de ser. O intuito é exprimir o que cada época de fato é. Sobre essa inegável mudança no modo de viver as relações sociais, cabe analisar a sociedade sob o ponto de vista estético, analisando as emoções comuns bem como sua eficácia. Essa perspectiva emergente da cultura do sentimento toma consciência do pluralismo cultural e da multiplicidade de verdades parciais e sucessivas. Segundo Maffesoli (2011, p. 115), "a transfiguração do político completa-se quando a ambiência emocional toma o lugar da argumentação ou quando o sentimento substitui a convicção". Independentemente das racionalizações e legitimações políticas, há, no fundamento do todo estar-junto, um aparato de emoções e sentimentos partilhados.

2.1.1 Noções maffesolianas do mundo contemporâneo (tribalismo, identificação e pertencimento)

Para compreendermos a nossa época e definirmos os contornos da socialidade (re)nascente, é preciso entender a saturação dos grandes sistemas e das diversas macroestruturas. É essa sociedade fragmentada, porém agrupada de forma orgânica em comunidades afetivas, que Maffesoli (2011) denomina de socialidade. Na modernidade, a socialidade se caracterizava por um social racional, mecânico e demarcado, que na pós-modernidade passa a ser movediça, confusa e heterogênea, representando o novo "espírito do tempo" ou uma nova memória coletiva (MAFFESOLI, 2010a, p. 240). É perceptível a transição do social racional para uma socialidade empática. Essa memória coletiva torna-se representativa na compreensão de um sistema simbólico formado por arquétipos, em que os grupos se esforçam para ajustá-los e habitá-los, da qual a sinergia grupal despendida produz esse espírito do tempo.

A efervescência subterrânea, tão logo explosiva das ideias comuns, exprime períodos de passagem a uma nova era, de uma cultura nascente. Essa cultura é uma questão de ambiência, e toda cultura nascente emerge desse presenteísmo – o que Maffesoli (2010a) chamou de hedonismo cotidiano. Essa ambiência mencionada pelo autor representa a "nebulosa atmosférica" que tem a eficácia de compor um corpo coletivo e criar um *ethos*.

Esse *ethos* (vitalismo, modo de ser) depende de usos e costumes, originados de um determinado lugar. Assim, constrói-se uma ética, que pode ser imoral, manifestada nas incontáveis efervescências da vida social, cuja contemplação leva a uma motivação, chegando ao epicentro de uma estética, por meio do compartilhamento de paixões e emoções coletivas.

Maffesoli (2010c, p. 25), complementa ao expor que "existe um neologismo, que bem expressa o emocional e ele manifesta, não um caráter psicológico individual, mas um ambiente específico em que está imersa a tribo à qual pertence". A ética, sob o ponto de vista maffesoliano, opera como um "julgamento da existência", o que em muito excede um "julgamento de valor". Segundo Koenig (2015), tal sensibilidade teórica dedica-se à diminuição da dicotomia imposta na modernidade entre a razão e o imaginário (sensível). Maffesoli (2010d) destaca que a estetização da existência traz à estética um sentido pleno, sobre a necessidade de tornar emocional o laço social. Para Maffesoli (2010a, p. 304), "A estética da imagem corresponde a sua função dinâmica (*aisthesis*[3]), a de fazer experimentar junto emoções e, com isso, fortalecer o corpo social que é seu portador". A estética permeia uma intersubjetividade.

Em suas abordagens sobre a contemporaneidade, Maffesoli (2010b), em seu livro "*Tempo das Tribos"*, traz, como linha central de suas prospecções, a vida cotidiana em grupos e comunidades. O autor defende o esgotamento do individualismo em prevalência do tribalismo, que é esse enraizamento dinâmico[4] limitante, canalizador, mas, ao mesmo tempo, faz a vida ser o que ela é, por meio de uma articulação inesperada entre a alta tecnologia e o vital, o arcaico e o tecnológico, o passado profundo, fortalecido e multiplicado pelas novas tecnologias (MAFFESOLI, 2010b). Corroborando Maffesoli, Longo (2014, p. 116) expressa que a riqueza da troca, a facilidade da colaboração e do desenvolvimento de relacionamentos sociais típicos do mundo "pós-digital" (termo do próprio autor para definir a sociedade atual) colocaram em xeque as atitudes individualistas. Assim, há, de fato, uma potência de massa que ultrapassa o indivíduo, fazendo-o um membro do "gênio coletivo". É provável que exista, na massa pós-moderna, uma energia criadora, tendo por fonte uma forte força vital indiferenciada, reatando assim o substrato arcaico, fundamento de todo estar-junto (MAFFESOLI, 2011, p. 164).

---

[3] A etimologia da palavra Estética (*aisthésis*) visa à partilha de emoções sem considerar critérios utilitários e identificáveis definidos pela razão (MAFFESOLI, 2011, p. 128).

[4] Termo utilizado pelo autor para representar a dualidade dos polos na era pós-moderna.

Assim, a ética da estética equivale à necessidade do inútil para fortalecimento do corpo social. Tudo serve para celebrar um estar-junto cujo fundamento é menos a razão universal do que a emoção compartilhada, o sentimento de fazer parte. O sentimento de pertencimento na contemporaneidade surge de maneira híbrida, e esse hibridismo reordena a sociedade em comunidades que dialogam entre si. É dessa forma que o corpo tribal se fragmenta em pequenos corpos tribais. Segundo Hall (2006), conceitos como deslocamento, desterritorialização, nomadismo, hibridismo, diáspora, tentam dar conta da instabilidade, complexidade e dos vários fragmentos que se instauraram no meio social atual.

O tribalismo é esse algo que valoriza o nativo, o que vem da origem, o criativo, o étnico, ou seja, o natural. É o favorecimento da espontaneidade, das novas formas de solidariedade, da generosidade. Pode ser manifestado por meio de reuniões e movimentos em nível global que apoiam – com a ajuda do desenvolvimento tecnológico – a democracia, os direitos humanos, a proteção ambiental, ao invés de focar somente nos interesses econômicos. O tribal também pode estar manifestado na banalidade diária, pois existe eclosão espontânea na criatividade cotidiana, na estética do dia a dia, nas formas de arte que se diluem na moradia, na vestimenta, nos cuidados pessoais, nas dietéticas, no culto ao corpo. Nesses casos, o privilégio perpassa o bem-estar econômico, para priorizar um bem-estar existencial. Para compreender de fato essa abordagem de Maffesoli (2010b) sobre o neotribalismo, faz-se necessário ter grande capacidade para relativizar fatos e ações. De acordo com Sousa (2010), os sentimentos de pertencimento, na sua atualidade e complexidade, são marcados por um imaginário social que considera as diferentes formas de organização da vida individual e coletiva, demarcando e desenvolvendo interesses que os mantêm.

Segundo Sousa (2010, p. 38) a sociedade contemporânea traz a volta da comunidade. Em sua concepção, essa dimensão tradicional (que, segundo o autor, equivale ao afetivo, ao emocional) de pertencimento-comunidade (que equivale ao compartilhamento) percebe-se ampliada a partir do objeto-fim que a define e a constitui como um todo: “comunidade imaginada, comunidade virtual, comunidade de apropriação, comunidade interpretativa, comunidades hermenêuticas”, isso não cogitando as várias expressões que a definem, tanto por meio de processos mediáticos quanto por práticas de movimentos sociais, políticos e culturais, além das redes contemporâneas de relacionamento mediadas por novas tecnologias. Essas observações possibilitam introduzir os diversos aspectos que hoje permeiam e atualizam a temática do pertencimento, tais como a identificação e a tecnologia.

Segundo Bauman (2005), as identificações que o indivíduo realiza ao longo de sua vida são as respostas a esse desejo de buscar suportes sociais que lhe ofereçam a ideia de unicidade. Assim, percebe-se a relação de pertencer e ser excluído como tópico do processo cuja questão da construção da identidade é uma função árdua e intimidadora de "alcançar o impossível". Stuart Hall (2006) elabora suas discussões falando da complexidade sobre o conceito de identidade, até então pouco desenvolvido e pouco compreendido na ciência social, e afirma que não existem conclusões ou julgamentos seguros que possam estabilizar o conceito, mas alega ter uma afinidade com as reflexões que visam à descentralização do sujeito. Hall (2006) distingue três concepções de identidade a iniciar-se com o Sujeito-Iluminista. Há evolução do termo desde o Iluminismo, época em que o sujeito se caracterizava por ser centrado, unificado, munido das capacidades da razão, de consciência e de ação cujo "centro" fundamentava-se num núcleo interior, que aflorava quando o sujeito vinha ao mundo em seu nascimento e com ele se desenvolvia, permanecendo substancialmente o mesmo ao longo da sua existência. O cerne essencial do eu era a identidade de uma pessoa.

Surge, posteriormente, a percepção de que o Sujeito-Sociológico passava a representar a progressiva complexidade do mundo moderno e a consciência de que o cerne interior desse sujeito não era tão autônomo assim, pois se formava na relação com outros seres humanos por meio de uma aprazível convivência, ao se repassar para o sujeito os valores, sentidos, símbolos e a cultura a que pertencia. Baseado nesse ponto de vista interacionista, que se tornou a concepção sociológica clássica da questão, a identidade passa a ser formada partindo da inteiração entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo/cerne de sua natureza interior que é o seu próprio eu, um eu real que é formado e alterado num diálogo constante com mundos culturais externos e com as identidades que esses mundos promovem. A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o interno e o externo, o pessoal e o público (HALL, 2006).

Ao projetar a si próprio na identidade cultural o sujeito, ao mesmo tempo em que internaliza seus significados e valores, torna-se parte de nossa construção interior, o que auxilia para alinhar os sensos subjetivos aos lugares objetivos ocupados por nós na esfera social e cultural. A identidade alinhava o sujeito à estrutura, consolidando tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando-os mais unos e visionados (HALL, 2006).

A mudança conceitual do termo passa a prever que o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se fragmentando ao se compor, não unicamente de uma, mas de inúmeras identidades. Reciprocamente, as identidades constituintes dos cenários sociais externos, que asseguravam a conformação subjetiva com as objetividades necessárias da cultura, estão entrando em crise, como resultado de mudanças estruturais e institucionais.

O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos nas identidades culturais, tornou-se veementemente mais efêmero, cambiante e confuso. O sujeito agrega diferentes identidades em diferentes circunstâncias, identidades que não são unificadas ao redor de um único eu. O ser humano é composto de identidades antagônicas, que migram em diferentes direções, de tal forma que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Assim, a identidade finalizada, unificada, estática e linear não se torna possível devido à propagação dos sistemas de significação e representação cultural, ao contatar com uma pluralidade perturbadora e variável de identidades, das quais seria admissível identificar-se mesmo que provisoriamente (HALL, 2006). Dessa forma, predominam as identidades abertas, contraditórias, inacabadas e fragmentadas, características do sujeito pós-moderno.

Sobre as noções de Identidade, Maffesoli (2010a) afirma que a passagem de uma forma de identidade com conotação ideológica seria uma característica da modernidade, enquanto a forma de identificação seria uma conotação imaginal, e o imaginário seria da pós-modernidade. O autor argumenta, aproximando-se de Hall (2006), e vice-versa, que pode haver uma saturação nessa lógica clássica da identidade. O que Maffesoli (2010a) põe no lugar é uma lógica da identificação, sustentada pela tese da existência de um processo, um deslize da identidade rumo à identificação, sem que aquela desapareça para ceder lugar, totalmente a esta.

O sujeito cede lugar à pessoa. Para ele, a pessoa é, estruturalmente, plural, não mais uma identidade, mas, antes, pertencente ao universo das identificações múltiplas. Maffesoli (2010a) ressalta que a discussão sobre o individualismo e, automaticamente, da identidade, deve ser tratada, agora, juntamente com a reflexão sobre a socialidade, de forma relativa e não como algo linear nos diferentes percursos históricos. É nesse momento que o autor traz a ideia de identificação. A identidade, como foi conhecida e consolidada na modernidade, não serve mais para explicar as relações e compartilhamentos que envolvem afeto e sentimentos.

Considerando a relação entre identidade e identificação, Maffesoli (2010a) expõe que essa transição é decorrente de um processo, uma passagem. Uma forma de identificação, pautada pelo mito que assegura a convivialidade de um grupo, no intuito do estar-junto coletivo. O sujeito, no decorrer de sua vida, modifica-se constantemente tanto nos gestos, gostos, aparência bem como sua relação com os outros. Para Maffesoli (2010a, p. 293):

> A identificação ressalta que a pessoa é composta de uma série de estratos que são vividos de modo sequencial, ou mesmo que podem ser vividos concorrentemente, ao mesmo tempo. É essa estratificação que engendra todos os territórios delimitados pelas diferentes tribos contemporâneas. Num esquema ao mesmo tempo simples e complexo, cada um desses elementos, pessoa, tribo, território, arrasta o outro, e todos retroagem uns sobre os outros.

Maffesoli (2010a) defende a lógica da identificação, que é sempre temporária, sem um compromisso contínuo e sem a necessidade da contiguidade geográfica e espacial. A identidade passa a se constituir, prioritariamente, considerando fatores relacionais, em uma época em que se pode perceber claramente o declínio do individualismo, emergindo novos tipos de agrupamentos sociais, baseados no afeto e no prazer de estar-junto. Essa nova forma de estar-junto torna-se um comportamento tribal nas grandes metrópoles; diferentemente à lógica da reclusão e indiferença, novos grupos surgem a cada momento, com outras identificações que lançarão novas disposições de identidade.

Hall (2006) afirma que a identidade múltipla, característica do sujeito pós-moderno, é fruto de inúmeras mudanças nas estruturas sociais, fenômeno reconhecido por globalização, que caracteriza uma sociedade de mudanças rápidas e constantes, pautada na novidade, em que as culturas e etnias mais distantes estão conectadas e influenciadas diretamente umas pelas outras, ilimitadamente.

Maffesoli (2010a, p. 307) encerra parcialmente sua tese afirmando que:

> O que salta de tudo isso é uma inegável mudança no modo de viver das relações sociais. Todos os pontos fortes, a partir dos quais a Modernidade o concebera, indivíduo, identidade, organizações contratuais, atitude projetiva, dão lugar a uma outra realidade muito mais confusa, sensível, emocional, de contornos pouco definidos e do ambiente evanescente. [...] leva-me a propor uma mudança de perspectiva epistemológica que, utilizando noções como as de persona, de tribo, de atração, de participação, quer atrair a atenção para essas afinidades eletivas [...] inúmeros casos de experiência estão aí para nos lembrar que o pertencer a uma comunidade, a busca de uma proximidade fusional, os processos de imitação, o contágio afetivo retorna com força na vida pública.

Assim, o processo de identificação pode ser pautado nas subjetividades das sociedades, que acompanham mudanças de comportamento, gostos e estilos de vida, fruto das (re)construções e (re)criações coletivas. Segundo Maffesoli (2010a, p. 304), "o imaginário, no seu sentido dinâmico representa um papel primordial", certamente porque há a participação de heróis míticos, de políticos conhecidos ou estrelas desejadas. Trata-se de uma pista de pesquisa que é surpreendentemente ignorada pela maioria dos pesquisadores. Porém, essa participação torna-se efetiva e, ao se comunizar, fortalece e desenvolve sua força de atração. O que caracteriza a identificação é que cada uma constitui um corpo social no seu conjunto, fortalecendo o processo, cujo encontro é a própria identificação. Em resumo, para Maffesoli (2010b), a lógica de identidade representada pelo profissional, político e sexual, no período moderno, desliza para um procedimento de identificação por grupos, emoções e determinadas modas, fortificando a potência societal fundadora que constrói o vínculo simbólico. Na perspectiva de Cassirer (2001), a produção do simbólico é espontânea e também condição necessária para a captação do sentido. Toda a relação do homem com o mundo se dá no âmbito das diversas formas simbólicas.

Maffesoli (2010a) disserta sobre a identificação simbólica na composição dos grupos pós-modernos e que esta pode acontecer por meio de um formismo, de uma autonomia das formas em relação a outras formas. Trata-se de uma autonomia relativa, pois o que significa para um grupo pode não significar para outro. Essa atribuição de reconhecimento, esse efeito estético de um determinado signo é outra forma de falar do simbolismo. O simbolismo difuso, que migra numa dinâmica de ações e retroações, que só é reconhecido se reconhecido com os outros, assim, identificando o que de fato nos une aos outros. Segundo Maffesoli (2010a, p. 34) "essa função signo, ou a emoção coletiva em relação a um signo, pode-se se exprimir graças a uma vestimenta, um hábito, um gosto, uma literatura, uma música", ou na combinação de vários desses elementos. A admiração causada, cada uma a seu modo, possui uma função estética de atrair sensibilidades. Essa subjetiva admiração leva a um sentimento de afinidade e familiaridade (identificação), consequentemente à sensação de pertencimento. É a mistura dessas vivências, experiências vividas e trocadas que alimentam esse processo tribal da identificação e do pertencimento.

Da mesma forma, a não-identificação e o sentimento de rejeição podem dar origem a uma nova cultura ou mesmo a uma contracultura por grupos não-representados, movidos por esse espírito do tempo. Diferentemente da modernidade, em que a negação da

tribo e a imposição de ideais universalistas, generalizados se faziam mais fortes, Maffesoli (2010b, p. 12) cita que "os clãs reunidos em torno de um herói epônimo, manipulavam à vontade o exclusivo, a exclusão, o desprezo ou a estigmatização. Aquele que não tem o cheiro da matilha, é, infalivelmente rejeitado". Na Era pós-moderna, esses sentimentos de rejeição, tal como uma fagulha de fogo, projetam as faíscas encrustadas de novos simbolismos, gerando um novo grupo, um novo ideal, outras culturas, outros valores no conjunto social.

Como diz Maffesoli (2010b, p. 19), essas sedimentações sucessivas e orgânicas que constituem o tribalismo têm como características essenciais a colocação em rede horizontal, o sentimento de pertencer, a simbiose afetual bem como os processos de contaminação que tudo isso proporciona. Assim, a potência irresistível do 'nós' fusional, cujo cimento é feito de ideias comuns, vai contaminando um a um.

Mesmo em sua complexidade, não há como negar o tribalismo em um momento em que as relações sociais digitais possibilitam, transversalmente, esses escoamentos ideológicos diversificados, pluri-multiculturais. Trata-se do pior e do melhor ao mesmo tempo. Esse pipocamento de ressurgências – termo de Durand (2002) – simultâneas, muitas vezes paradoxal, traz a lógica interna e a essência íntima desse fenômeno.

Simmel (2008) mostra que, em tempos anteriores, a tribo com seus clãs, as linhagens ou outros grupos exigiam participação direta. Os círculos sociais não admitiam entre si profundas intersecções, cruzamentos ou sobreposições. Tudo muda na vida contemporânea, multiplicam-se, progressivamente, as esferas sociais, nas quais um indivíduo pode ser membro de muitos círculos bem definidos que se concatenam e co-implicam à maneira de círculos concêntricos, sendo que nenhum desses controla sua personalidade total. Em vez da simples inclusão num âmbito singular que decretava e determinava a existência pessoal e demarcava o horizonte do seu agir ou pensar, o indivíduo descobre-se cada vez mais na encruzilhada ou intersecção de muitos círculos com fidelidades e finalidades diversas, por vezes, antagônicas. Cessa a imposição parentesca e religiosa, despontando, seguidamente, uma maior consciência ou um sentimento mais vivo de libertação.

Simmel (2008, p. 15) traz a ambiguidade da modernidade (termo utilizado para se referir à pós-modernidade) ao mencionar a transição do estatuto para o contrato; da solidariedade mecânica do grupo restrito e fechado para a solidariedade orgânica entre associações de fins e valores divergentes que obrigam à escolha e à contaminação; da rigidez do costume para um cenário de inúmeros empenhamentos e acordos que fomentam a

emergência da unicidade e da autonomia individual. O indivíduo se vê confrontado com a multiplicidade de objetos culturais em um mundo cada vez mais marcado pelo pluralismo, pelo contraste entre estilos de vida. Ele interioriza tais objetos, mas esses surgem cada vez mais aos seus olhos como poderes intrínsecos que podem alienar. Sem conseguir subvertê-los, pois, sua riqueza humana singular se conquista, justamente, através da absorção dos valores culturais exteriores.

Maffesoli (2011, p. 111) acrescenta que "o indivíduo que não é mais dono de si, o que não significa não ser ator". Ele certamente o é, mas como quem recita um texto escrito por outro, que pode trabalhar a maneira de contar, de usar a entonação, e que, no entanto, continua refém de uma forma a qual não se pode alterar por conta própria. Nesse tempo em que o individualismo parece enaltecer-se por alguns, é árduo confrontar esse pensamento institucionalizado. A evidência empírica da imitação apaixonada evidencia-se por meio de nosso instinto animal que nos impulsiona a fazer como os outros. Simmel (2008) abordava isso como um instrutivo fenômeno sociológico, em que o indivíduo, arrastado pela ambiência frenética da massa, por meio de uma força exterior, imparcial ao seu ser e à vontade individual, constituía a massa formada exclusivamente por tais indivíduos. Portanto, para Simmel (2008), o homem é produto da sociedade e sua forma de agir está estreitamente ligada ao seu local de origem, ao seu ambiente e a sua própria interação com os outros indivíduos.

Maffesoli (2011) retoma a discussão ao enfatizar que o indivíduo pode até ter a noção de que é puxado para essa correnteza, mas não faz nada para impedir, e afasta-se de si mesmo. Entretanto, com as constatações cotidianas, é possível manter-se lúcido em relação aos outros, mas não quanto a si. É só observar o conformismo do pensamento. Assim, o autor retoma sua tese de que há épocas em que prevalecerão os fenômenos emocionais, dominadas pelo imaginal, formando um tribalismo em excesso, do qual a massificação do lazer, do turismo e da cultura ocorre como ação e reação. O autor ressalta que o tribalismo só nasce ou renasce quando a ambiência contrapõe-se à razão. Os pequenos agrupamentos são beneficiados pelo imaginário, pela natureza dos sonhos coletivos que servem de moldura, que os protegem e realçam. Para Maffesoli (2010b) a forma partilhada cria a sociedade que tem por função levar à agregação. O clã, seja essa denominação ou outra, perdura em todas as sociedades. Segundo Maffesoli (2011, p. 114) a busca pela fundação, independente da agregação social, "leva sempre ao encontro da partilha de ideias comuns, de sentimentos

coletivos ou outras imagens emblemáticas, cuja estrutura de base constitui uma ambiência matricial e assegura assim o enraizamento dinâmico da sociedade em questão".

Da sociedade atual emerge a "estética do sentimento", que nada tem de interior, individual, bem pelo contrário, visa à abertura para o outro. Essa abertura sugere o espaço, o local e a proxemia da qual se configura o destino comum, estabelecendo o estreito laço entre a aura estética e a experiência ética (MAFFESOLI, 2010b). Vale ressaltar que a ética originária de um determinado grupo é não-normativa e fortemente empática. É essa persistência de um *Ethos* de grupo, essa tendência comunitária, que se concilia plenamente ao desenvolvimento tecnológico, que reforça o que é comum a todos. Nesse sentido, os integrantes do grupo se esforçam em tentar cumprir com os interesses comuns em vez de, simplesmente, refugiar-se nele, ou seja, há uma doação dos membros, mesmo que inconsciente, no que se refere ao envolvimento com os ideais do grupo, ressaltando a força de identificação que salienta aquilo que se faz comum a todos.

A proximidade, existente nos grupos devido à partilha de um mesmo território (real ou simbólico), faz surgir a ética e a ideia comunitária, que logo cria laços com a solidariedade. Isso ocorre quando a comunidade dá sinais de esgotamento e, dessa ligação, desenvolve-se o ritual, que tem por função reafirmar o sentimento que um dado grupo tem de si mesmo. O ritual é um vínculo simbólico, sem necessidade de verbalização, cuja repetitividade demonstra a segurança desse esgotamento, sendo isso que garante a permanência do grupo. Segundo Maffesoli (2010b), o rito é essencialmente tribal, constitui o próprio fundamento da memória coletiva e serve de cimento às representações comuns, lembrando a eficácia renovada delas. Desse modo, o rito é repousante e restitui a energia ao grupo, com necessidade de se recompor após grande efervescência. Assim, o interesse paradoxal da estética é favorecer a identificação e, dessa maneira, fazer sociedade.

No contexto de uma sociedade complexa, as experiências individuais só têm sentido dentro de uma conjuntura global. O indivíduo pode associar-se a uma multiplicidade de tribos que podem se situar umas com as outras, vivendo a pluralidade intrínseca por meio de diversas facetas incorporadas, mesmo que sejam as mais insignificantes. É a tribo ou são as tribos que fazem do indivíduo o que ele é, que impõem os códigos, as vestimentas, o tipo de linguagem a utilizar. A imitação tende a se generalizar. Maffesoli (2011) e Simmel (2008) utilizam como exemplo o fenômeno da moda, que surge da necessidade de singularizar-se e que só existe porque é induzido à imitação. Simmel (2008) chamou de "inflação do

sentimento" essa atmosfera dominante. Para o autor, a moda é vista como forma de vida, como marca das distinções de classe, como jogo incessante de imitação, como meio da inserção dos indivíduos num grupo ou corrente. Ela traduz justamente essa efervescência sem rumo, por ser indiferente aos conteúdos, inclusive à beleza ou ao conveniente. "É simples, variação, mero arreio, desprovida de motivação, entregue apenas à vertigem do movimento e do momento, da novidade injustificada, porque vive do capricho e da extravagância" (SIMMEL, 2008, p. 17-18). Ela persiste destruindo, mas é simultaneamente a recuperação lúdica de formas do passado e invenção de gestos futuros também condenados à evanescência. Silva (2012) complementa ao dizer que a necessidade da cópia permeia a criação, nunca se parte do meio das águas, mas sempre de alguma ponta. Já retrava Benjamin (2012) que o declínio da aura, deriva de dois aspectos ligados à crescente difusão dos movimentos de massa, que constam sobre a necessidade incansável das massas modernas de possuir objetos e fazer as coisas ficarem mais próximas. Segundo Benjamin (2012, p. 170), "retirar o objeto do seu invólucro, destruir sua aura, é a caraterística de uma forma de percepção cuja capacidade de 'captar o semelhante no mundo' é tão aguda que graças à reprodução ela consegue captá-lo até no fenômeno único". Segundo Valentin (2013, p. 87) a imitação na moda pode "estabelecer analogias entre a democratização da cultura que é atingida pela mídia, a mesma aproxima o erudito do popular, e permite o entendimento dos signos outrora restritos a um grupo e que agora passam a ser compartilhados por uma maioria".

Para Giddens (2012), a vida cotidiana se faz importante sociologicamente devido à riqueza que traz as nossas rotinas. As interações sociais, quase constantes com os outros, conferem estrutura e formam aquilo que fazemos. Podemos aprender muito sobre nós mesmos como seres sociais e sobre a própria vida social, estudando-as. O estudo do cotidiano revela como os indivíduos são capazes de agir criativamente. Complementando, Maffesoli (2010b) evidencia esse cotidiano como uma socialidade de base (a vida de bairro, a vida banal de todos os dias) tida como desprezível dentro da perspectiva macroscópica e que retoma sua importância proxêmica. Embora o comportamento social seja orientado por experiências compartilhadas, os indivíduos percebem a realidade de forma diferente, segundo suas origens, seus interesses e suas motivações. Assim, são capazes de atos criativos que moldam a sociedade continuamente por meio de suas decisões e ações. Todos os sistemas sociais dependem desses pequenos padrões de interações que travamos diariamente (GIDDENS,

2012). Mesmo que, em alguns aspectos, soem divergentes, Maffesoli (2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2011) – que defende a ideia de pós-modernidade – e Giddens (2012) – que acredita na vigência da modernidade –deixam claro, em suas obras, os impactos e transformações que ocorreram nas relações, estruturas e instituições de nossas sociedades.

Os entrelaçamentos e os encadeamentos sucessivos são características da agregação social da qual nos apropriamos. A ideia de rede social apontada por Maffesoli (2010b) é movida, em suas diversas formas, pelo sentimento que serve de liga a todos os elementos que compõem as redes, que, por sua vez, reconfiguram-se, movem-se e se modelam formando a rede das redes. Para Vergili (2014), a sedução das redes, das tecnologias e da inovação incessante leva ao pensamento de como se criam as opiniões públicas, grupais. Estamos cada vez mais envolvidos pelo uso de novas tecnologias, através de um sistema de símbolos que possibilita a comunicação e que permite dar sentido às coisas. O valor e vínculo simbólico são extremamente poderosos em transformar indivíduos em fabricantes de mundos paralelos. Como já mencionado anteriormente, de acordo com Sousa (2010, p. 34):

> [...] o sentimento de pertença na sociedade atual, demarca-se pela presença dos *media*, bem como pela tecnologia, que atuam no imaginário social, produzindo uma fusão afetiva simbólica seja nas condições de vida individual ou coletiva, na delimitação e criação de interesses que os condicionam.

Paiva (1998) complementa ao afirmar que os *media* possibilitam o reforço dos laços comunitários e as relações de pertencimento.

Segundo Maffesoli (2010b), estamos vivenciando um momento fascinante em que o surgimento do vivido invoca um conhecimento plural no qual as técnicas de separação e as doutrinas que fundamentam o raciocínio, o conceito e as ideias cedem a uma fenomenologia complexa que saiba agregar a participação, a descrição, as narrativas de vida e as inúmeras manifestações dos imaginários coletivos. O tribalismo é a volta aos elementos que a modernidade julgava ultrapassados, arcaicos, fundamentais. É um novo humanismo, mais completo, rico, em que o trabalho tem o seu lugar, mas ao lado do prazer, da estética, da criação. O sentimento tribal se trata desse humanismo, dessa verdadeira solidariedade juvenil, desse novo tipo de fraternidade. O fenômeno do tribalismo é fomentado por essa lógica de identificação e pelas redes de relacionamento intermediadas pela tecnologia, ao mesmo tempo, tem como referência a orientalização do mundo, cujas pequenas tribos, por

concatenações e entrecruzamentos diversos, aparecem como cultura. Não há cultura sem identificação, afirma Maffesoli (2010d, p. 286).

A dimensão simbólica, compartilhada em rotinas que geram identificação, permite o traço constitutivo da comunidade. De acordo com Paiva (1998, p. 68), "hoje não se vincula necessariamente a territórios físicos delimitados, não pressupõe lugares nem o contato face a face, mas resguarda-se na materialidade visível de interesses sendo compartilhados e que envolvem participação", assegurando-se como linguagem de pertencimento. Assim, o imaginário é determinado pela ideia de fazer parte de algo e tem por função estabelecer um papel como estruturante social.

2.1.2 Noções sobre imaginário e a potência simbólica

Pela perspectiva teórica que temos trilhado, podemos afirmar que a sociedade atual é o retorno da ordem simbólica, movida por uma vitalidade irreprimível, cujos jogos das paixões, a importância das emoções e a pregnância (força da forma) servem de cimento coletivo. Essa potência subterrânea carrega desejos que borbulham uma inegável energia ao percorrerem silenciosamente o corpo social. Na atmosfera social, ela é capaz de efetuar mudanças por meio de forças ocultas que não sabemos precisamente de onde vem.

Eis o imaginário, um dos temas centrais desta pesquisa. Seu conceito está em alta, porém, a generalização do termo reduz o sentido à subjetividade, à imaginação e ao não real. No entanto, o conceito de imaginário ultrapassa os limites do senso comum desde que passou a ser considerado ciência. Absorvido pelas Ciências Humanas, que visa compreender as experiências humanas mutáveis por meio da interpretação desses sentidos e agregado ao suporte metodológico da sociologia compreensiva de Weber, o imaginário abre espaço para as teorias de subjetividade. Muitas teorias intelectualistas minimizam o poder da imaginação ao ignorar a imagem como símbolo. Nessas teorias, há uma separação da concepção das imagens a um pensamento puramente lógico.

É importante identificar que o conceito de imagem nessa teoria trata das imagens arquetípicas, metáforas de base, grandes imagens, imagens-matrizes, compreendendo imagem, portanto, como manifestação sensível do abstrato ou do invisível – algo próximo de imagem literária, e não como imagem pictórica. Para Maffesoli (2010b), não é a imagem que produz o imaginário, e sim o imaginário que produz a imagem. Na visão do autor, não é

possível separar a expressão pura sem a interferência do meio, ou seja, o inconsciente e o social se difundem. Dessa forma, nada nos é apresentado, tudo é representado, e o imaginário é essa pulsão criadora que está na origem da realidade. O real é acionado pela eficácia do imaginário.

A abordagem de Durand (2002) sobre o imaginário parte de uma visão antropológica, na qual o ser humano, antes de tornar-se um ser social, é um ser simbólico. A antropologia do imaginário se forma por meio do biológico, da linguagem corporal e trilha pelo caminho sociocultural. O trajeto antropológico do imaginário construído por Durand (2002) é composto pela *schème*, que é a forma mais abstrata da imagem e considera o gesto como a primeira forma de linguagem; o arquétipo, que são as imagens primordiais; o símbolo, que é a representação; e o mito que é o discurso, a narrativa, a racionalização. Assim, o trajeto antropológico é o caminho que a imagem percorre para transformar algo abstrato em representacional, considerando o polo subjetivo e o polo sociocultural (tempo e espaço). A bacia semântica é a metáfora do rio utilizada por Durand (2002) para expressar o conjunto de ideias, significados e expressões sobre dada sociedade, na qual o indivíduo nasce e se nutre dos sentidos ali já armazenados, podendo gerar novas efervescências da potência fundadora. A bacia semântica é incessantemente nutrida pelas imagens que estão em constante movimento e fluxo, por meio dos escoamentos, confluências, esgotamentos e ressurgências (LEGROS et al., 2014).

Pitta (2005, p. 15), com base nos ensinamentos de Durand, sugere que o imaginário possa ser considerado como "essência de espírito, à medida que o ato de criação, é o impulso oriundo do ser (individual ou coletivo) completo (corpo, alma, sentimentos, sensibilidades, emoções), é a raiz de tudo aquilo que para o homem, existe".

Continuando as noções de imaginário, porém em outra linha de abordagem, a sociologia do imaginário é estudada a partir do símbolo. Assim, sob o ponto de vista de Maffesoli (2010a), só existe o imaginário coletivo, diferentemente de Durand (2002), que afirma o equilíbrio entre os polos subjetivos, da natureza humana, e o polo objetivo, das manifestações culturais, representadas pelos signos, símbolos, esquemas e arquétipos. Segundo Maffesoli, em entrevista cedida à Revista Famecos (2001a, p. 76):

> O imaginário pós-moderno, por exemplo, reflete o que chamo de tribalismo. Sei que a crítica moderna vê na atualidade a expressão mais acabada do individualismo. Mas não é essa minha posição. Pode-se falar em "meu" ou "teu" imaginário, mas quando

> se examina a situação de quem fala assim, vê-se que o "seu" imaginário corresponde ao imaginário de um grupo no qual se encontra inserido. O imaginário é o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-Nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual.

Partindo do conceito de imaginário coletivo, Maffesoli (2010b) disserta sobre as massas e aborda o declínio do individualismo. Para ele, o surgimento e ressurgimento torna-se significativo devido ao dinamismo da sociedade atual ao perpassar o corpo social através da capacidade de criação dos microgrupos. Essa capacidade de auto criar-se é a mais pura essência da criação, cujo autor denomina como criação pura.

Os grupos surgem e constituem seus objetivos, porém, o primordial não é a constituição do grupo em si, e sim o esforço e articulação dispendida para o constituírem. A energia movida que antecede o surgimento da tribo ou do microgrupo é que se torna a criação plena. Com base nisso, Maffesoli (2010b, p. 165) afirma que "a constituição em rede dos microgrupos contemporâneos é a expressão mais acabada da criatividade das massas". Para Maffesoli (2010d), a vida social só se torna viável porque existe uma aura específica de que participamos, da qual o território é a cristalização específica. Dessa forma, a socialidade passa a ser composta frequentemente por uma sedimentação que faz trilhos, esses tais territórios. Portanto, o imaginário social estrutura-se principalmente por contágio, por meio da aceitação do modelo do outro (tribalismo), da disseminação (igualdade na diferença) e da imitação. Esta pesquisa será conduzida pelas noções de imaginário social, de Michel Maffesoli.

O imaginário concentra uma dimensão ambiental, uma matriz, uma atmosfera, aquilo que Walter Benjamin (2012) chama de aura. É possível perceber certa conexão entre o imaginário de Maffesoli (2001a) e a aura de Benjamin (2012). Maffesoli (2001a, p. 75) inclusive cita Benjamin:

> O imaginário permanece uma dimensão ambiental, uma matriz, uma atmosfera, aquilo que Walter Benjamin chama de aura. O imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável. Na aura de obra – estátua, pintura – há a materialidade da obra (a cultura) e, em algumas obras, algo as envolve, a aura. Não vemos a aura, mas podemos senti-la. O imaginário para mim é essa aura, é da ordem da aura: uma atmosfera. Algo que envolve e ultrapassa a obra.

Benjamin (2012, p. 184) afirma que "a aura é uma teia singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante por mais perto que ela

esteja". Maffesoli (2010c) propôs chamar esse valor englobante de "transcendência imanente", uma ética para diversos grupos que participam desse espaço-tempo. Para Silva (2012), num sentido mais convencional, o imaginário opõe-se ao real, na medida em que a imaginação representa esse real, distorcendo-o, idealizando-o, formatando-o simbolicamente. Numa noção de viés antropológico, o imaginário é uma introspecção do real, uma aceitação inconsciente, uma maneira de ser, partilhada com outros. É o antes, o durante, o depois. O imaginário é uma língua. Silva (2012, p. 9) diz que "o indivíduo entra nele pela compreensão e aceitação de suas regras; participa dele pelos atos de fala imaginal (vivências) e altera-o por ser também um agente imaginal (ator social) em situação". Ao compreender o imaginário como a "aura" de Benjamin (1987), Silva (2012) corrobora a ideia de Maffesoli (2001a). A própria ciência possui sua subjetividade que, mesmo ignorada, se faz presente. Ela contém sua aura onde o cientista age envolvido nessa atmosfera. Para Silva (2012, p. 18), "o imaginário é uma aura, sem peso unitário" que se encontra em constante mutação.

Essa atmosfera (Maffesoli), essa aura (Benjamim) citada acima, representa aspectos complexos e impalpáveis da subjetividade, tal como a essência dos indivíduos e das coisas em si. Para Spinoza (1957), filósofo moderno do século XVII, a essência é a própria potência. Para entender essa potência, é preciso partir de sua definição de Deus como uma entidade infinita, ou seja, uma substância com infindáveis atributos em que cada um deles expressa uma essência eterna e infinita. É preciso pensar a essência como potência. Dessa forma, a potência de cada coisa, de cada ser permanece única. Logo, a essência, enquanto potência, não pode ter uma forma, senão não haveria identidade de cada ser.

Spinoza (1957) afirma que nossa essência enquanto potência é uma força, uma intensidade que deveria ser exercitada com liberdade e levada ao limite. Entretanto, os indivíduos deparam-se com as barreiras da sociedade moralista, sendo possível perceber que liberdade se opõe a constrangimento. Assim, ao querer viver essa liberdade e essa ética da potência na vida, o indivíduo precisa agenciar sua potência com outras, por meio de uma relação produtiva que a faça expandir, evitando aquelas que constrangem e diminuem a sua própria potência e, automaticamente, a sua liberdade de expressão. Efetuar sua potência é necessariamente agir para gerar bons encontros, ou seja, compor e interagir com o mundo. Na perspectiva de Maffesoli (2011), o instituído nada é sem o instituinte, o poder deve tudo à potência que lhe serve de suporte. Dessa forma, existem momentos em que a potência subterrânea mostra sua força e estremece as estruturas mais sólidas.

Nietzsche (1945) traz o conceito de vontade de potência agregando novas perspectivas em relação à visão de Schopenhauer, ao mencionar que a vontade é inextinguível, uma força que perpassa os sentidos. Porém, para Nietzsche (1945), essa força não é una e se faz da relação, tornando-se múltipla. Diferentemente de Spinoza, Nietzsche não relaciona a existência das coisas a uma vontade divina e transcendente.

De acordo com Nietzsche (1945), os corpos e os pensamentos são constituídos por uma pluralidade de forças que, em conflitos contínuos, geram tudo aquilo que existe. Essa força não está isolada de outra; a força ativa (criação) domina a força reativa (adapta-se ao meio), e o querer dessas forças é a vontade de potência, ou seja, toda força quer expandir essa potência que anseia pelo domínio. Quando a própria potência supera uma resistência (que é outra potência), o sujeito experimenta a felicidade. A vontade de potência se apresenta sempre no plural, sendo que a vida, o mundo é a própria vontade de potência. Para Nietzsche (1945), essa vontade de potência está em tudo, desde a vida orgânica até as reações químicas da psique humana.

Spinoza (1957) acreditava que a potência só trazia bons encontros. Deleuze (2004) corrobora essa ideia, entretanto afirma que é preciso especificar que não existem potências ruins. O ruim é o menor grau da potência e esse grau é o poder. A maldade visa impedir alguém do que pode ser feito e impedir que esse alguém efetue sua potência. Dessa forma, não há potência ruim, há poderes maus. A vontade de potência, para Deleuze (2004), é algo que se quer sem ter plena consciência, são forças incontroláveis e inconscientes. A potência lidera uma transvaloração de todos os valores. É nela que as relações se constituem harmoniosamente, em que o instituído e o instituinte ganham. O homem potente tenta criar junto, sem dominação, sendo causa de si mesmo, não necessitando apropriar-se do outro.

Já a vontade de poder, segundo Deleuze (2004), está no nível dessa consciência que coloca a vontade psicológica subjetiva acima de tudo. O poder impede alguém de se realizar pelo ato, pois ele despotencializa, coage, desvia a potência do que ela é capaz. O poder é imponente e triste, torna-se um obstáculo mediante a efetuação das potências, pois ele não suporta a potência. Poder é uma ilusão, que quer dominar utilizando-se do outro, é, na verdade, a sensação de impotência. Para concluir o pensamento, Deleuze (2004) fala que é preciso eliminar o poder dos indivíduos, pois este os afasta deles mesmos e, automaticamente, afasta-os da própria potência. Tal como Maffesoli (2010c) ao afirmar que o poder moderno é

fruto de um homem domesticado, tranquilizado, da ciência política. A "potência societal" é caracterizada por um homem mais asselvajado. Essa potência traz um querer-viver instintivo.

Leitor de Nietzsche, Heidegger (1971) propõe um pensamento além da metafísica da vontade de potência de Nietzsche, cuja metafísica do sujeito pensante encontra o lugar de sua consumação na metafísica da vontade de potência e na ideia de além do homem. Para Heidegger (1971), toda organização e planejamento planetário da ação humana não seriam senão a maneira como a vontade de potência, convertida numa vontade de vontade, mantém-se atendendo ao seu contínuo superar a si mesma. A técnica se tornaria o modo fundamental sob o qual a vontade de vontade surge, instalando-se a si mesma na não historicidade do mundo da metafísica acabada. A técnica é um prolongamento da metafísica.

Segundo Silva (2012, p. 42), "se a técnica se põe como problema para Heidegger, dilui-se em Nietzsche enquanto fenômeno contingente. Para Rosnay, a técnica seria antes de tudo potência, potencial, possível, possibilidade". A potência, conforme Maffesoli (2011, p. 90), estrutura o social, e, por meio dela, afirma que a energia coletiva, a força do imaginal, do estar-junto encontra o caminho fora das vias balizadas por um racionalismo da Era moderna, sempre preservando a exigência da ética básica de toda a sociedade, ao descobrir essa vivência, saindo de si, com o outro. Silva (2012, p. 43) finaliza ao afirmar que "a internet, emblema da técnica em seu apogeu pós-cartesiano, seria a prova do que diz o pensador do tribalismo urbano: não há poder sem potência, não há técnica que não sofra distorção. Todo o controle enfrenta a corrosão da potência do controlado".

Segundo Silva (2012), a técnica muitas vezes é percebida como vontade de poder e raramente vista como vontade de potência. Quando definida como vontade de poder, daria-se como um sintoma da impotência humana em dirigir seu próprio destino. Quando definida como vontade de potência, provoca a relativização do dispositivo do poder como emblema fálico da razão. O poder e a potência são antagônicos.

Sobre o poder, Castells (2013) parte do pressuposto que as relações são constitutivas da sociedade, porque os que detêm o poder arquitetam as instituições conforme seus interesses e valores. O poder é executado partindo da coerção, que equivale ao monopólio da violência pelo controle do Estado, bem como pela criação de significados na mente dos indivíduos, por meio de mecanismos de manipulação simbólica. Entretanto, as sociedades são paradoxais e conflituosas, portanto, onde há poder, há o contrapoder, que é a capacidade dos indivíduos em desafiarem o poder incrustrado nas instituições a fim de

reivindicar o entendimento de seus próprios valores e interesses. O contrapoder é a potência. Para Castells (2013), a real configuração do Estado e das instituições que detêm o poder regula a vida social e necessita dessa contínua relação entre poder e contrapoder. Segundo Maffesoli (2011), a potência do instituinte sacode com tranquilidade os poderes instituídos.

O político se opõe ao espiritual, o homem do poder cede ao homem da potência. A potência subterrânea é instituinte e demonstra sua força em determinados momentos, causando turbulência e agitação que geram modulações específicas, dependo dos lugares onde acontecem, tais como "explosões brutais, indiferença política, reserva astuciosa, reinvindicações étnicas, tribalização excessiva" (MAFFESOLI, 2011, p. 16). Ela é a força do vínculo comunitário e da incrível dinâmica social.

Como já citado anteriormente, a sociedade contemporânea trouxe de volta a ordem simbólica, na qual a potência instituinte se transforma em potência simbólica, cuja capacidade está mais para a produção de sentido do que propriamente simbolizar. Para Maffesoli (1999 apud SILVA, 1999), a potência simbólica organiza o social a partir de um imaginário cultural. Segundo Cassirer (2001), a produção sensível é o ponto de partida comum das diferentes formas simbólicas a partir do qual vão transformar a mera expressão sensível num conteúdo significativo dotado de sentido simbólico. Para Cassirer (2001), o sujeito não tem acesso a um "dado sensível puro". Esse dado sensível está imbricado de sentido pela percepção que já é originariamente simbólica. Sendo assim, o conceito de pregnância simbólica, para Cassirer (1994), traz que os sujeitos não recebem os puros dados sensíveis e os transformam, pois, antes, eles já aparecem impregnados de sentido. Sendo assim, o dado sensível surge já fundido com o significado.

A pregnância simbólica é a condição de possibilidade de toda a forma simbólica, visto que ela evidencia o caráter simbólico originário da nossa percepção. Vivência perceptual considerada como vivência sensível. A pregnância simbólica natural provém da essência humana e equivale à capacidade inata da consciência em representar simbolicamente, é um fenômeno originário próprio da sua essência. O homem, enquanto animal simbólico, rompe o afunilamento de uma existência orgânica, conseguindo conservar e repassar os conteúdos da cultura para outras gerações. O que Cassirer (1994) enfatiza, em sua perspectiva de liberação do homem, é a sua atividade, a sua possibilidade de autonomia de ação. A força simbólica, pregnante, de alguns símbolos. E, dado o estudo de caso, o chapéu, especialmente para esta pesquisa, é um símbolo de potência e expressão. Logo, cabe situá-lo dentro dessa perspectiva.

2.1.2.1 O chapéu como símbolo de expressão

O chapéu é um item milenar do vestuário que carrega um imaginário em cada época de sua existência. Em desuso, passa a ser aceitável a composição visual vestimentária sem esse componente. Atualmente, é comum ser utilizado para abarcar necessidades culturais de certos locais, tal como o agricultor para se proteger do sol; em ocasiões específicas, como o uso do capelo em formaturas e rituais religiosos; ou como símbolo de identificação no grupo, sendo um exemplo o cocar, um adereço indígena cuja função pode representar símbolo de *status*, classe na tribo e também complemento da vestimenta. A construção simbólica do chapéu, na atualidade, também auxilia no processo de identificação das tribos pós-modernas. Tais como o chapéu panamá numa roda de samba, o boné com letreiros metalizados dos funkeiros, ou como um item criativo de moda na produção da moça *fashionista*. Esses elementos (chapéus, bonés) representam os sentimentos de um determinado grupo, cujo objeto traz significados simbólicos dessa construção coletiva que serve para identificar e possibilitar identificação. Nesta pesquisa, o chapéu traz esse formismo (termo abordado por Maffesoli, 2010d) como objeto de análise para auxiliar na descrição epistemológica que esteja em congruência com as intenções propostas por esta tese. Como expressão de arte, o chapéu tem vida própria, podendo ser lido em seus aspectos estéticos, místicos e simbólicos. Por isso, uma explanação histórica sobre os simbolismos do chapéu ao longo dos tempos deve contextualizar a importância simbólica e imaginal do objeto estudado.

Para Durand (2002), o símbolo é a expressão do imaginário. Todas as entradas desembocam na mesma altura da malha simbólica. Tudo é nó e conexão no tecido imaginal. O símbolo referido aqui não é o da semiótica. Ao estudar Gilbert Durand, Pitta (2005) afirma que o símbolo é todo signo concreto que invoca, por meio de uma relação natural, algo ausente ou impossível de ser percebido. Trata-se de uma representação que faz surgir um sentido oculto, a epifania de um mistério. Em Cassirer (2001), o símbolo constitui-se num dado sensível que contém significado, esses dados são repletos de sentido por uma percepção impregnada simbolicamente. Assim, para Cassirer (2001), toda a percepção do mundo é simbólica. Ou seja, não existe um dado sensível essencial do qual receba sentidos posteriores, existem dados sensíveis já projetados com sentidos, como por exemplo, os símbolos. A tese de Cassirer (2001) aponta que o sujeito produz o mundo através da sua espontaneidade, mas é preciso de um sistema de signos para fixar seu significado. O signo objetiva a significação do

mundo para o homem, pois aquilo que não se pode nomear, não existe para o mundo. Somente o homem é capaz de criar uma linguagem e uma inteligência simbólica.

O conhecimento pelo símbolo isenta a separação do significante e significado, tal como afirma Cassirer (2001). Geralmente, ao se tratar de simbolismo faz-se referência aos "sistemas simbólicos". Entretanto, para Durand (2002), esses sistemas simbólicos (como o simbolismo religioso, político) tornam-se independentes por decorrerem de uma abordagem de mundo própria, imaginária, equivalente à própria cultura. Segundo Pitta (2005), as imagens tendem a se organizar em torno de um núcleo, formando constelações ao ordenarem-se a um só tempo no entorno das imagens de gestos e objetos favorecidos pela sensibilidade. Seguindo essa lógica, os símbolos se agrupam ao redor desses núcleos organizadores e as constelações de imagens são estruturadas por isomorfismo (que se mostram da mesma forma) dos símbolos convergentes.

Para Durand (2002), há um isomorfismo das *schèmes* (que é a generalização dinâmica e efetiva da imagem), dos arquétipos (imagem primordial de caráter coletivo e inato) e de símbolos (traz o que está ausente, é a representação) contidos nas constelações de imagens. Esse isomorfismo constata algumas formas de representação imaginária, bem estabelecidas e estáveis. As representações reunidas em torno dos *schèmes* originários nomeiam-se estruturas. As estruturas são entendidas como "forma transformável". Para Pitta (2005, p. 22), "cada imagem, seja ela mítica, visual ou literária, se forma em torno de uma orientação fundamental, que se compõe dos sentimentos e das emoções próprios de uma cultura, assim como de toda a experiência individual e coletiva". Ao mencionar a dimensão simbólica, cabe ressaltar que o símbolo se caracteriza por sua ambiguidade e por seus infindáveis significados. Cabe ao símbolo dar sentido e fazer perceber ao domínio da expressão para além do domínio da comunicação. Durand (2002) diz que para criar significado o homem coloca em atividade uma função mental, a imaginação. Assim, o homem exerce essa função que lhe é própria, dar sentido ao mundo. Silva (2012) complementa ao afirmar que o imaginário é a marca digital simbólica do indivíduo ou do grupo na matéria do vivido.

Partindo do pressuposto que o chapéu é um símbolo de expressão social ao longo da história e traz consigo uma complexa carga simbólica, esse objeto também está conectado simbolicamente aos pensamentos e às ideias. Já o chapeleiro é visto como uma figura misteriosa e mística, que não somente desenha, desenvolve e cria o objeto para cobrir a

cabeça, mas que provoca a imaginação de quem o vestirá. Os adereços na cabeça são utilizados desde os primórdios pelos homens pré-históricos, por necessidade de proteção, funcionalidade e adorno. Se o único propósito dos chapéus fosse somente proteção contra o frio, sol e chuva, eles seriam relativamente simples, sem graça e sempre com abas bem largas. Porém, ao longo da história, muitas vezes os chapéus foram usados para preservar a virtude e se aproveitar de formas e tamanhos extraordinários para firmar posição na hierarquia social. Segundo Simmel (2008), adornamo-nos para nós mesmos, mas só o podemos fazer enquanto nos adornamos para os outros. Culturas antigas adotavam toucados que sinalizavam com clareza o *status* do usuário. Para declarar a imponência egípcia, os *nemes*, uma espécie de toucado dos faraós, tornou-se uma das características mais marcantes do traje do governante que transmitia altivez régia. Nessa circunstância, o chapéu expressava poder. Tal como o boné que, atualmente, representa o *street style*, um estilo que vem das ruas, e está conectado ao estilo esportivo. Apesar disso, o boné tem uma trajetória tão antiga quanto os outros tipos de adereços na cabeça, visto que era bastante utilizado no antigo Egito, e seu formato foi se modificando até chegar ao que conhecemos. Já no século XX, ganhou força com a prática do beisebol americano. Hoje, o boné popularizou-se e está presente em vários estilos, mas sempre representando o despojado e o esportivo (SALLY et al., 2013).

Na Grécia, o chapéu *cone grego* passou a ser usado por mulheres ricas e não tinham nenhuma função específica a não ser chamar a atenção para o nível social, o chapéu como expressão de *status* social. Para Simmel (2008), o adorno acrescenta o fascínio sociológico que consiste no fato de ele ser, justamente por isso, um representante do seu grupo e estar, portanto, "adornado" com seu pleno significado. A importância de sua condição social, simbolizada por esse adorno, é, por assim dizer, reconduzida ao indivíduo por aquelas mesmas emanações que, surgindo dele, operam a ampliação de sua esfera, efeito e impressão. O adorno aparece aqui como meio de transformar a força ou a dignidade social em perceptível proeminência social.

Os romanos também usavam chapéus de feltro, mas os *pileus*, uma peça sem abas inspirada no chapéu grego, foram usados como ornamento de maneira mais convencional, sobre cachos bem arrumados (SALLY et al., 2013). Em tempos medievais, as mulheres poderiam ser castigadas se saíssem de casa sem cobrir a cabeça. Na Europa Gótica, o ornamento feminino era o *hennin*, um cone alto, fino e forrado com seda, que se equilibrava em cima da cabeça, tipo chapéu de fada, que poderia chegar a mais de um metro de altura,

como se imitasse as altíssimas torres góticas e expressasse o desejo de aproximar-se dos céus, porém tachado pelos religiosos como artigo demoníaco. Tempos mais tarde, o toucado borboleta, usado tanto pelas trabalhadoras como pelas mais abastadas, caiu nas graças dos religiosos que o adotaram como expressão religiosa. O adorno é, dessa forma, distanciamento e convivência (SIMMEL, 2008).

O arrojado chapéu tricórnio do século XVII foi uma evolução do chapéu redondo de abas largas que os homens, por conveniência, dobravam para cima. Era usado por soldados espanhóis em Flandres para se protegerem da desanimadora e constante chuva flamenga. As dobras, criadas por necessidade de proteção contra a chuva, serviam de calhas e evitavam que a água caísse no rosto. Assim, o tricórnio era um chapéu primeiramente funcional que, com o tempo, foi adotado por Pedro "O Grande", da Rússia, e pelo Rei Luís XIV, figura estilosa que logo o adornou com rendas de ouro e de prata e plumas, o que contribuiu para uma imagem romântica dos mosqueteiros franceses. Entre a população civil, descobriram que era inviável usar o tricórnio sobre a peruca e passaram a utilizá-lo ao lado do braço, para encantar, com gestos elegantes, uma audiência embevecida (SALLY et al., 2013). O chapéu como expressão de atitude. Simmel (2008) fala que as influências sensíveis que transbordam de um ser humano são, de alguma forma, portadoras de uma fulguração espiritual e agem como símbolos desse esplendor, em que, na verdade, são movidos por forças exteriores.

Durante a revolução francesa, com o firme propósito de manter a cabeça em cima dos ombros depois do reinado de terror, foram abandonados excessos de chapeleiros da corte real, na qual a elite era conhecida por usar chapéu em cima da touca. Embora a simplicidade do vestido se mantivesse em voga, as mulheres ainda usavam adereços altos e com penas coloridas para celebrar o fim do antigo regime. A touca do povo, confeccionada em pano com aba franzida ou plissada, recebeu esse nome por ser usada pelas mulheres pobres que aderiram aos protestos durante a revolução francesa (SALLY et al., 2013). O chapéu como expressão política.

O estilo chinês aparece nas antigas pinturas rupestres de Cangyuan, província chinesa, onde foram retratadas pessoas vestindo toucados altos, feitos com materiais de origem animal, como chifres e penas. Ainda hoje, algumas minorias chinesas ainda usam peças elaboradas a partir de animais, plantas e minerais locais que sinalizam idade, estado civil, crenças e qualidades como coragem e força. O chapéu como expressão cultural.

Segundo Sally et al. (2013), o estilo rococó, no século XVIII, perpassa as noções e limites da época. A ostentação chega em forma de alegorias que eram montadas nas cabeças femininas, numa mistura de penteados e esculturas que poderiam chegar a um metro de altura. Geralmente, era preciso segurar com um bastão as esculturas realizadas, que ficavam montadas por meses e geravam surtos de piolho. Os imensos penteados eram adornados com caravelas, cestas de frutas, moinho e qualquer tipo de fantasia escapista incorporada pelo conceito de Jacques Rosseau de retorno à natureza. Esses chapéus eram permitidos apenas para as mulheres abastadas. Toda a elegância da corte era para um estilo cômodo e ocioso. O chapéu como expressão estética e filosófica. Segundo Simmel (2008, p. 61), a figura estética do adorno indica um lugar em que duas direções antagônicas (ser-para-si e ser-para-outros) "são referidas uma a outra, como meio e fim". As tendências centrípeta e centrífuga fundem-se numa particular configuração quando se constata os aspectos egoísta e altruísta do adorno, num movimento de vai-e-vem.

A expressão "chapeleiro maluco" ou "louco como um chapeleiro" antecede os anos 1800. Ao tratar peles de animais, os chapeleiros embebiam as peças em uma solução de nitrato de mercúrio que, inalada por períodos longos, tinha efeito letal, e, com frequência, esses profissionais desenvolviam uma forma de demência. O autor Lewis Carrol e, na segunda versão, o ator Johnny Depp tornaram cômico o personagem chapeleiro maluco em "Alice no País das Maravilhas".

No século XIX, os chapéus-boneca escondiam o rosto das mulheres fazendo com que seus olhares se voltassem ao chão e, lateralmente, só se via a ponta do nariz. O chapéu como expressão da submissão (SALLY et al., 2013). Em 1860, os chapéus com uma pena evoluíram para chapéus taxidermistas, que utilizavam aves empalhadas inteiras com articulação de arame para parecem naturais e em movimento, um modismo bizarro que levou espécies quase à extinção. No auge do comércio de plumas, as penas valiam mais do que o dobro de seu peso em ouro. As populações de aves selvagens diminuíram consideravelmente, até que, em 1913, leis proibiram o comércio de plumas por indústrias chapeleiras. O chapéu como expressão da ostentação humana.

O século XX foi marcado pela simplificação dos chapéus até chegar ao seu desuso no fim do século. Nas primeiras décadas, o *cloche* e o *blinker* (acompanhou a masculinização da silhoueta) eram pequenos e bem justos à cabeça, já o chapéu de sol era grande, de abas largas. Nessa mesma época, os homens utilizavam o chapéu para cumprimentar e expressar

gentileza. Era um artigo inseparável, tanto para os homens, quanto para as mulheres. Os toques (chapéus sem abas) decorados com flores, turbantes, boinas, cossaco russo, foram usados nos anos que antecederam a II Guerra Mundial. Como o chapéu era a única peça de vestuário não racionada durante os anos de guerra, floresceram modelos coloridos, um alegre alívio para a triste moda utilitária da época (SALLY et al., 2013).

A década de 50 marcou o início do declínio da utilização do chapéu, substituído pelo lenço. A cultura jovem dos anos 60 desprezou o uso de chapéus, valorizando o primordial e essencial à roupa. Já com foco na informalidade do vestir, um chapéu chamativo só era visto em ocasiões especiais como em casamentos ou corridas (SALLY et al., 2013). Tal como nos dias de hoje, vemos o chapéu sendo utilizado em situações específicas ou por alguém com personalidade e estilo criativo. Não é um acessório que está em alta, tampouco imprescindível. Simmel (2008) corrobora ao afirmar que, em virtude desse valor ser sempre realizável e reconhecido por todos e possuir uma relativa atemporalidade, o adorno é colocado numa conexão valorativa supra-casual e supra-pessoal. O adorno é um valor que vai além de uma quinquilharia, ele funda suas raízes na ideia de valor do círculo social inteiro e nele se ramifica. O fascínio e o realce que ele comunica ao seu portador individual se alimenta, pois, desse campo supra-individual e seu valor estético, que aqui é justamente também um valor para os outros, transforma-se mediante a autenticidade em símbolo de apreço geral e de pertença a um sistema de valor.

Simbolicamente, o chapéu faz alusão à cabeça pensante e às ideias, uma espécie de protetor dos pensamentos. Com essa breve explanação sobre a construção simbólica dos chapéus no decorrer da história, pode-se perceber o chapéu como expressão de cultura, de política, de economia, de *status* social, de comportamento, de estética, etc., permitindo a lógica de identificação. Simmel (2008) demonstrou que o adereço era essencial para as formas de socialidade e para as formas de configuração social, misturada às paixões, afetos e interesses diversos ilógicos muitas vezes não visivelmente compreendidos. Maffesoli (2010d), baseado em Simmel, fala que essa modulação da aparência, o enfeite, “é em tudo ambivalente”, o autêntico e o inautêntico condensam-se livremente e permitem a desindividualização, bem como permanecer si mesmo. Essa modulação exprime bem a configuração estética da pós-modernidade, em que o sentido de experimentar, juntos, emoções desenvolve a vida social. Cidreira (2014, p. 82) corrobora ao afirmar que “é por meio de certos padrões culturais e conjunto de símbolos significativos, que o homem encontra

sentido nos acontecimentos que vivencia". Essa rede de símbolos significativos (cultura) é que permite ao indivíduo orientar-se a si mesmo num mundo que de outra maneira lhe seria irreconhecível e impenetrável.

Quem veste um chapéu reflete a própria identidade. O chapéu possibilita uma linguagem visual e representa uma forma de expressão (uma forma formante, segundo Maffesoli, 2010d) na interação social. Assim, fica perceptível que, o chapéu cumpre uma função social como forma representada da sociedade por meio de um imaginário da época ao agregar imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, memórias, leituras da vida e, por meio de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e pertencer através desse adorno tão significativo simbolicamente. A vida social só existe em função desse grande simbolismo.

Cabe ressaltar que essa pregnância simbólica, que faz o indivíduo dar sentido às coisas, estende-se à sociedade tecnológica. O ciberespaço torna-se um ambiente simbólico capaz de constituir o vínculo por meio de novas formas simbólicas como as narrativas, as imagens, os símbolos e as linguagens virtuais. O simbolismo virtual, próprio de cada rede social, é responsável pela captação de sentido, cujos signos constituirão novas tribos e comunidades, permitindo a interação social por meio da identificação e do pertencimento.

2.1.3 A sociedade contemporânea tecnológica e as relações sociais digitais

O superestimado enfoque econômico da modernidade trouxe uma visão redutora da vida societal, que agora se expande por meio de uma combinação mais ampla da comunicação, fortemente sustentada pelo desenvolvimento tecnológico. Assim, não há como desvincular a sociedade atual dessa nova forma de relação social. Bem pelo contrário, quando Maffesoli (2010b) disserta sobre a socialidade pós-moderna, enaltece que a união entre o arcaico e a tecnologia tem produzido uma nova forma de estar-junto, da qual esbanja originalidade.

As novas agregações sociais, o surgimento de novos valores corporativos passa pelo que podemos chamar de lógica da rede, ou seja, algo que dá procedência ao calor afetivo, ou demonstra que ele tem lugar privilegiado na estruturação ou no objetivo social (MAFFESOLI, 2010b). Desse modo, paralelo à existência de uma sensação coletiva, é possível assistir ao desenvolvimento dessa lógica da rede, cujos processos de atração e

repulsão se farão por escolha. Segundo Longo (2014), os indivíduos sempre se conectaram por redes, mas com a internet essa conexão se tornou mais intensa. Um dos principais motivos para uma pessoa ingressar em redes sociais *on-line* é a busca de interesse e valores em comum. É a busca de identificação e, consequentemente, do pertencimento por meio da interação social. Contudo, acredita-se que as redes sociais tiveram início muito antes da internet, embora seu modelo fosse outro e estivesse relacionado com a sociabilidade humana, que fez o homem cultivar relações entre si e compor comunidades ou redes de relacionamentos presenciais. Tal como apresenta Vergili (2014), mesmo com todo o conteúdo sobre tecnologia, é possível perceber que o homem continua tendo papel fundamental na constituição dos ambientes.

Segundo Henriques (2010), foi a partir da década de 50 que as tecnologias da informação entraram num processo rápido e constante de melhoria. O que, na década de 50, começou com o desenvolvimento da informática e da cibernética, 40 anos depois se transformou em uma rede mundial de computadores interligados por todo o planeta. Através do rápido progresso tecnológico, surgem novas formas de socialidade que são proporcionadas e difundidas através de redes estabelecidas pelos meios digitais. Conforme Henriques (2010, p. 112),

> [...] novas concepções sociais estão sendo construídas, revelando particularidades que são características da emergência que a sociedade atual tem em interferir no processo comunicacional. Nesse sentido, pode-se observar que as formas dos indivíduos interagirem são alteradas pelo desenvolvimento da internet e da web, e pela potencialidade na qual esta última possui na ampliação do contato entre os indivíduos. Com sua descoberta, as referências de espaço-tempo que determinavam territorialmente o processo de comunicação entre os sujeitos foi sendo caracterizadas pela possibilidade de uma interação virtual mediada pelo computador.

Dessa maneira, com o surgimento da web, as possibilidades de uma maior aproximação entre os sujeitos vêm estimulando a interação social e a interferência deles naquilo que é produzido no ciberespaço. Esse novo contexto mistura-se ao nosso ambiente cultural quase que de maneira imperceptível. De acordo com Longo (2014), a tecnologia deixou de ser privilégio de poucos e passou a permear toda a sociedade. O acesso à informação, que antes era restrito e exclusivo, agora está, de certo modo, democratizado e ao alcance da maioria.

Giddens (2012) afirma que a internet é outro exemplo de como as formas de vida social estão ligadas ao nosso controle do espaço e do tempo. A internet nos possibilita interagir com pessoas que nunca vimos ou encontramos, em qualquer canto do mundo. Essa mudança tecnológica reorganiza o espaço e torna possível interagir com qualquer pessoa sem ao menos levantar da cadeira. Isso também altera nossa experiência do tempo, pois a comunicação eletrônica é quase imediata. Até por volta de uns 50 anos atrás, a maior parte da comunicação, através do espaço, exigia um determinado tempo. Vale ressaltar, entretanto, que a tecnologia potencializa o que continua a ser produzido pelo homem, que é quem deve assumir o papel central, já que produz conteúdo e introduz intencionalidades. Ou seja, a rede precisa do homem para alimentá-la e, por consequência, para sobreviver (VERGILI, 2014, p. 19). Assim, o espaço virtual funciona como um ambiente simbólico, nutrido pelo homem, que ajuda a constituir novas tribos e comunidades virtuais, sempre fomentado pela relação humana e pela interação social.

Maffesoli (2011) explica o paradoxo dessa coisa antiga, arcaica que é a tribo com o atual desenvolvimento tecnológico. O arcaico é aquilo que vem primeiro, são formas antigas de solidariedade. Essa maneira antiga desse ideal comunitário das tribos pós-modernas baseia-se no "retorno de uma sólida e rizomática solidariedade orgânica que são vividas no cotidiano, nascem, expressam-se, confortam-se, graças às várias redes eletrônicas" (MAFFESOLI, 2011, p. 39-40). A internet está criando novas formas de ser, de mudar em profundidade a estrutura do vínculo social, com ela surgem também novos imaginários.

Silva (2012) disserta sobre o mundo tecnológico e sua relação com as noções de imaginário. Primeiramente, faz uma abordagem sobre o termo ao afirmar que todo indivíduo está subordinado a um imaginário preexistente e que todo sujeito é um propagador e implantador de imaginários. Para o autor, o imaginário é um reservatório que se incorpora de imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras de vida por meio de um mecanismo individual/grupal, do qual sedimenta um modo de ver, de sentir, de agir, e de aspirar ao estar no mundo. É a impressão digital do ser no mundo, já o motor é o sonho que realiza a realidade, uma força que move os indivíduos ou grupos, é o acelerador que impulsiona a velocidade à capacidade de agir. Afirma ainda que, no imaginário, o ser reconhece a si e ao outro, criando o sentimento de pertença. As tecnologias do imaginário "são dispositivos de cristalização de um patrimônio afetivo, imagético,

simbólico, individual ou grupal, mobilizador desses indivíduos ou grupos. São magmas estimuladores das ações e produtores de sentido" (SILVA, 2012, p. 47).

Após breve explanação, Silva (2012) afirma que os imaginários se difundem por meios de tecnologias próprias. As tecnologias do imaginário, para Silva (2012, p. 22), "são, portanto, dispositivos (elementos de interferência na consciência e nos territórios afetivos, aquém e além delas) de produção de mitos, de visões de mundo, de estilos de vida. Mas não são imposições". Para o autor, o imaginário não surge despretensiosamente, ele pode ser induzido. Silva (2012) cita três possíveis etapas da construção imaginal: a primitiva, a industrial e pós-industrial (virtual). O autor faz uma abordagem sobre a diferença entre a ideologia e o imaginário. Em relação à ideologia, esta se apresenta sob um viés um tanto quanto racional e vincula-se ao aparelho da manipulação e persuasão, no qual há sempre uma explicação e tentativa de argumentação. O imaginário vincula-se às tecnologias de sedução por meio da compreensão e da comunicação como fenômeno extremo.

Além dessa diferenciação, o autor também traz a diferença entre manipulação e sedução. A manipulação exige a passividade do destinatário, não dá ouvidos ao locutor, interage com o silêncio da recepção, na ausência do discurso, nos intervalos das palavras e das imagens e usa a razão como arma contra seus próprios alvos. A sedução, imaginal por natureza, baseia-se numa contra-ordem estética, deixa de lado a razão para mergulhar cada indivíduo nas vibrações da interatividade lúdica e emocional. Para Silva (2012), as tecnologias do imaginário são dispositivos que trabalham para formar um laço social e produzem o simbólico da sociedade. Como já dito anteriormente, o autor afirma que essas tecnologias são dispositivos de produção de mitos, de visões de mundo.

Silva (2012, p. 32) enfatiza que, "o homem domina a tecnologia que o domina". A indústria cultural passa a fabricar imaginários. Segundo os estudiosos da Indústria cultural como Horkheimer e Adorno (1997), isso é uma forma de provocação social de um poder econômico, sob o poder das classes que dominam. A noção de controle exige a tomada da discussão sobre técnica, vontade de poder e potência. Benjamin (2012) anuncia que a perda da "aura" através dos processos de reprodutibilidade técnica é capaz de replicar obras de arte indefinidamente. Afirmou que a "aura" de um trabalho artístico original e singular se perdia com a reprodução, mas tal não devia ser razão para lamentar, pois abriria a inúmeras possibilidades. Acreditava que as modificações técnicas poderiam encorajar a criação progressiva de uma arte popular: a reprodutibilidade técnica muda a reação das massas

perante a arte. Silva (2012) corrobora fazendo aproximações das tecnologias de controle com as tecnologias de desencantamento das quais anunciam a perda da aura. Entretanto, como já se indicou nos tempos pós-modernos, as tecnologias do imaginário produzem aura pela reprodução ao infinito do objeto original, visto que "a cópia produz a aura da matriz, do único, do original. O capital simbólico do original só aumenta com a multiplicação da sua imagem" conclui Silva (2012, p. 64). Nesse sentido, a internet, emblema da técnica em seu apogeu pós-cartesiano, seria a prova do que diz o pensador do tribalismo urbano: não há poder sem potência, não há técnica que não sofra distorção. Silva (2012) apresenta, em seu texto, quatros tecnologias racionalistas que se contrapõem às tecnologias do imaginário, cabe aqui uma breve explanação para compreendê-las.

Quando Silva (2012, p. 48) fala sobre a tecnologia da crença, apresenta-a justamente para falar que ela é o contrário do imaginário (canal, irrigação, vertente), pois a crença é um convencimento sem objeto, uma retórica sem discurso, um fundamento sem fundo (imersão, barragem, aterro). Toda a crença é uma explicação, todo imaginário, um comentário, uma narrativa. O que o autor tenta mostrar é que todo imaginário pode conter uma crença, uma ideologia, mas não pode reduzir-se a elas. A crença é irracional.

Para Silva (2012), as tecnologias do espírito e mente, das quais induzem a uma manipulação ou controle, partem de uma interferência nesse espírito/cérebro do indivíduo. Desta forma, a rede impõe-se como tecnologia do espírito. Para Sfez (1996 apud FELINTO 2006), estar em rede significa estar sob o controle da técnica, a serviço dela e se exposto ao julgamento dela. As tecnologias da inteligência são caracterizadas por uma impressão de ruptura com os dispositivos instrumentais reativos. As tecnologias limpas são as solitárias, como o livro, e a internet, o retorno ao limpo. As consideradas poluentes são o rádio, o cinema e a televisão por projetarem a produção simbólica a um apogeu industrial. Silva (2012) resgata a noção de imaginário a cada item de sua pesquisa, complementando que o imaginário é um rio que transborda o racional e faz da bacia semântica uma represa de sentidos sempre pronta a esvaziar.

As tecnologias recém apresentadas deixam de abordar a complexidade dos contrários e o equilíbrio dos antagonismos. Em outras palavras, tudo tem de ser visto para ser controlado, para tudo responder. São teorias de manipulação (lógica de convencimento), próprias da Era moderna que tinham na crença e na razão sua forma e seu valor. As citadas tecnologias de controle acabam se tornando mecanismos de desconstrução por um

"politicamente correto" que leva às sociedades a uma participação e interação ilusória, num falso moralismo pautado por um imaginário de "superlegitimação" de sujeitos supostamente emancipadores, ressalta Silva (2012). Sendo assim, grupos ou minorias desconstroem os portadores das verdades universais por micro anunciadores que também passam a ditar suas próprias verdades, e ambas as situações são de manipulação e persuasão (pedagógica e diretiva). Diferentemente das tecnologias do imaginário que se inserem na vivência caótica cotidiana, cujo paradoxo é cimentado pela "sintonia entre os opostos" conforme Silva (2012, p. 59). Durand (2002) sempre abordou o imaginário como resultado das pulsões subjetivas com as intimações objetivas. Por conseguinte, pode-se dizer que essas duas forças complementares necessitam de tecnologias de sedução[5] (antipedagógica, lúdica e liminar) para se capilarizarem no tecido social.

Silva (2012) questiona-se sobre como realizar a captação desses imaginários, como descrevê-los, como torná-los ciência. A intuição pode ser de grande valia. Porém, para sistematizar o disperso, capturar a diferença e decantar o objeto, o autor da Sociologia Compreensiva como método proposto por Weber, propõe-se a compreender ambos, sujeito e objeto. Desse modo, o pesquisador do imaginário emerge na bacia semântica do outro ao percorrer seu próprio trajeto antropológico (DURAND, 2002). O leitor também passa a ser inseminador de imaginários, além de produto e produtor do próprio imaginário. Segundo Silva (2012, p. 77), "nas civilizações mediadas pela tele técnica, as tecnologias do imaginário serão, cada vez mais responsáveis pela mitologização do real, a ponto de que o real e o imaginário atingirão formas praticamente indistintas". E complementa ao dizer que o imaginário é esse patrimônio individual e grupal que se apropria da cultura, mas também ajuda a formá-la, por meio de situações paroxísticas, seja de contentamento ou comoção, marcados na memória individual, cujos vestígios estão no "DNA imaginal" de cada um.

Erick Felinto (2003), crítico estudioso da cibercultura e imaginário tecnológico, propõe, em sua teoria, apresentar noções básicas sobre o imaginário com o qual se possa operar cientificamente. Uma noção da qual a utilidade epistemológica poderá ser verificada nos vieses das novas tecnologias de informação e comunicação. Sobre as intenções de sua pesquisa, Felinto (2003) afirma que seu intuito é mostrar a relevância na análise dos discursos

---

[5] Para Silva (2012, p. 101), a sedução opera por saltos cognitivos, tais como fraturas paradigmáticas, rupturas epistemológicas, cataclismos criativos, consentimento irrefletido.

que uma cultura pode produzir em determinados fenômenos e objetos como ocorre no caso do objeto tecnológico. O autor conceitua o imaginário como "imaginário tecnológico".

Felindo (2003) indaga uma investigação crítica das imagens, discursos, metáforas elaboradas sobre as tecnologias digitais, com o objetivo de compreender o impacto causado por elas no meio social. Assim, seria possível entender aquilo que é, de fato, novo nessas tecnologias e também possibilitaria a compreensão dos usos e finalidades que a cultura atribui em determinado momento histórico. Por muito tempo, parecia inconcebível aliar o imaginário às tecnologias digitais. Maffesoli (2010d) mencionou esse fenômeno ao dizer que a tecnologia pode auxiliar na difusão das fantasias do imaginário, tal como como Silva (2012) ao dissertar sobre as Tecnologias do Imaginário.

Retomando as concepções de Felinto (2003), o imaginário tecnológico seria captado num conjunto de representações culturais específicas, induzidas por essas tecnologias do imaginário, que, segundo Felinto (2003, p. 180), são "representações que imaginam aquilo mesmo que as induz: a tecnologia. Esse imaginário tecnológico, possui o caráter circular, como se a tecnologia se imaginasse a si mesma". Segundo Maffesoli (2010b), essas são aquelas tecnologias de comunicação e informação capazes de estimular os sentidos, principalmente a visão (em sua maioria são as tecnologias da imagem), podendo abarcar também tato e audição. As primeiras tecnologias do imaginário que atingiram as grandes massas foram o rádio e o cinema. Teóricos como Sfez, Ferrer, Lemos ou Rüdiger (apud FELINTO 2006, p. 5-6) discorreram sobre o tema, numa abordagem em que:

> [...] um "imaginário tecnológico" é uma espécie de força social que projeta sobre a tecnologia determinadas imagens, expectativas e representações coletivas. A cibercultura poderia, assim, ser definida como um imaginário tecnológico fecundado a partir do paradigma (e visão de mundo) digital. Nesse imaginário, a relação que se estabelece com o componente tecnológico seria definida mais ou menos nos seguintes termos: "qualquer tecnologia representa uma invenção cultural, no sentido que as tecnologias trazem à luz um mundo; elas emergem a partir de condições culturais particulares e, por sua vez, ajudam a criar novas situações culturais e sociais.

O imaginário tecnológico pretende, portanto, compreender os processos por meio dos quais os aspectos, projetos e sonhos de uma respectiva época e sociedade se pautam em aparatos materiais, bem como o impacto deles, uma vez convertidos em realidades do cotidiano, na imaginação coletiva da cultura no seio da qual foram concebidos (FELINTO, 2006).

A característica principal das “narrativas digitais” considera as tecnologias digitais como instrumentos para efetuar uma espécie de comunicação total (no sentido literal, juntar-se, tornar comum). Para Felinto (2006, p. 9), “o mito da comunicação total constitui a grande narrativa organizadora em torno da qual se desenrolam todas as outras fantasias ancilares da cibercultura”. O mito visa à noção de desaparição de qualquer obstáculo e materialidade no processo de comunicação, incluindo o corpo. Para Felinto (2006, p. 9-10):

> O paradoxo dessa aspiração é que um processo de tal natureza, eliminando diferença e distância, não constitui efetivamente aquilo que entendemos por comunicação. Sem diferença, sem alguma espécie de ruído, sem alguma forma de mediação (mesmo a linguagem), não pode existir comunicação. É por essa razão que o mito da comunicação total se traduz, no fim das contas, numa versão tecnologizada do tema da união mística (unio mystica).

Capta ainda a ideia de imediatismo, transparência e transcendência. Perpassando a comunicação simbólica, o sonho da cibercultura é arquitetar um modo de comunhão mística, em que a mídia desapareça e a representação se torne apresentação. Diante dessa perspectiva, o estudo sobre as interfaces tecnológicas deve proporcionar maior entendimento sobre as materialidades, as tecnologias e seus usos sociais.

Maffesoli (apud SILVA 1999, p. 21) traz os lados positivos e negativos do desenvolvimento tecnológico ao afirmar que:

> Estamos numa época de transição. Cada fenômeno pode gerar o melhor e o pior. Internet suscita polêmica. Mas, antes de tudo, vejo a velha questão dos preconceitos ressurgir. Há quem esteja sempre contra. São os que vêm o copo cheio até metade como um copo vazio até a metade. Não me coloco entre os rabugentos e eternamente decididos a rejeitar mesmo quando não sabem o que rejeitam. É inegável a existência de aspectos perversos: a disseminação de material racista, a pedofilia, o fanatismo. Em contrapartida, os efeitos positivos são enormes, evidentes e entusiasmantes: banco de dados, lugar de encontro, multiplicação de contatos, partilha de ideias, de sentimentos, descobertas, relações, etc. Internet ajuda a reunir pessoas e a gerar movimento e efervescência virtuais.

Na visão do autor, o desenvolvimento tecnológico ocasionou a quebra do sistema hierárquico quando a diversidade se sobressaiu ao Uno e as relações tornaram-se policêntricas. A comunicação passou a ser multilateral ao transformar o receptor em emissor. Para Longo (2014), a nova forma de interatividade substituiu as trocas dirigidas, e a internet trouxe essa ruptura em relação à ordem estabelecida, criando comunidades virtuais nas quais a representação cedeu à participação e a forma política tradicional perdeu seu espaço. Não há

mais uma hierarquia rígida da qual não se possa manifestar opiniões, visto que essa interação, proporcionada pelas redes sociais e pela a facilidade com que se tem acesso às informações, só fez aumentar essa forma de relação social. Entretanto, as pessoas não só consomem o conteúdo de forma passiva, elas também produzem e contribuem com novos conteúdos e novas informações, que no compartilhamento, movimenta o vínculo social, produzindo cultura.

2.1.4 As redes sociais *Facebook* e *Instagram* como dispositivos do imaginário

O ponto focal desta tese é apresentar que as tecnologias (utilizaremos o termo *dispositivos*) do imaginário, em especial, as redes sociais, servem como potência simbólica na disseminação de novos imaginários na criação de moda. Inspirados na hipótese de Silva (2012), quando disserta que os imaginários, na Era da aceleração tecnológica, são gerados e disseminados pelas tecnologias do imaginário, veremos nas redes sociais (*Facebook* e *Instagram*) o dispositivo para consolidação de imaginários latentes. Maffesoli (2011, p. 40) enfatiza que não é preciso ser fanático pelas novas tecnologias interativas para perceber a importância dos "*sites* comunitários", como *Facebook*, por exemplo, que permite aos internautas tecerem vínculos, trocarem ideias, paixões, emoções e fantasias.

O imaginário é uma rede etérea e movediça de valores e de sensações, partilhadas concreta ou virtualmente, ressalta Silva (2012). Assim, é inevitável perceber que o mundo está interconectado. Partimos da premissa de que essa interconectividade foi impulsionada pela globalização. Segundo Stuart Hall (2006), a globalização não é um fenômeno recente, pois o capitalismo foi um elemento da economia mundial e não dos Estados-nação cujas aspirações transcendiam as fronteiras nacionais. Em Hall (2006, p. 39), Anthony McGrew afirma que a globalização, "[...] se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado".

Para Bauman (1999), no novo contexto mundial, a globalização proporcionou uma expectativa quanto à desejada mobilidade, sendo que dela decorre a proeminente hierarquia social. Dessa maneira, os padrões políticos, econômicos e sociais passam do local para o global, gerando um ajustamento indispensável. O possível encurtamento das distâncias

e término da geografia é um efeito da velocidade das informações e dos meios de comunicação, assim como um crescente desenvolvimento de novas tecnologias que ao invés de diminuir os espaços das diferenças, homogeneizando-as, tornou-as polarizadas. Para alguns, ele assegura uma liberdade sem precedentes para se locomover, adaptar-se e agir à distância, nesse sentido podem migrar para fora da localidade ou infiltrar-se nela. Em contrapartida, para outros, essa distância continua muito abrangente, cabendo a estes somente o caminho da observação e da constante inércia para a utilização das informações adquiridas. A globalização tanto divide quanto une, ou divide enquanto une, perde seu centro. O indivíduo pode estar conectado com outro numa instantaneidade que elimina o espaço e cria a possibilidade de uma relação imediata, mas, simultaneamente, são tempos individuais possíveis que se perdem pela não existência do tempo coletivo.

Para Giddens (2012), a globalização caracteriza-se como um fenômeno político, econômico, tecnológico e cultural, potencializado pelos meios de comunicação, que possibilita as mesmas informações em todos os locais do mundo e afeta tanto os grandes grupos quanto os pequenos, influenciando o ressurgimento das identidades culturais em todas as partes do mundo. Em meio a uma sociedade complexa, no final do século XX, as novas tecnologias digitais, como o telefone celular, o videogame, a televisão digital e a internet, revolucionaram os meios de comunicação de massa. A explosão dramática nas comunicações, observada nos últimos anos, não mostra sinais de desaceleração (GIDDENS, 2012).

Na década de 90, ficou claro que o futuro não estava nos computadores pessoais, mas em um sistema global de computadores interconectados, por meio da internet. A rede se originou em 1969, durante a Guerra Fria, foi desenvolvida a partir de um sistema usado no Pentágono, chamado incialmente de Rede ARPA (*Advanced Research Project, Agency*), e visava permitir que os cientistas, em diferentes partes dos Estados Unidos, trabalhassem e reunissem seus recursos, compartilhando o caro equipamento que usavam. Pouco tempo depois, seus criadores desenvolveram uma forma de trocas mensagens, dando origem ao correio eletrônico (*e-mail*). Em 1987, a internet passou a ser utilizada em Universidades e Laboratórios de Pesquisa. A disseminação dos provedores de serviços de internet, que ofereciam acessos por meio de *modems* para internet discada e, posteriormente, via banda larga, aumentou a proporção dos lares com a capacidade de comunicação *on-line*. Longo (2014) afirma que a internet é a ferramenta mais surpreendente de generatividade já desenvolvida pelo homem, porque possibilita a geração espontânea de conteúdo autoral,

bidirecional e multidirecional. Como já vimos, as redes são formas antigas de práticas humanas.

A partir disso, em um mundo com mudanças tecnológicas estonteantes, as trocas sociais passam a ocorrer dentro de um novo mundo, o mundo virtual do ciberespaço. O ciberespaço significa, segundo Giddens (2012, p. 518), "o espaço de interação formado pela rede global de computadores que compõem a internet". Especialistas a enxergam como uma adição positiva para a interação humana e argumentam que ela expande e enriquece as redes sociais das pessoas. Por isso, as redes são formas muito antigas de conexão social. Segundo Maffesoli (2010d), o sentimento de pertença também pode ser reafirmado pelo desenvolvimento tecnológico. Longo (2014, p. 121) complementa ao explicar que a internet foi desenvolvida em três camadas, "primeiro foram as redes, depois os protocolos, aí vieram os aplicativos, o conteúdo e o social". Os três primeiros geraram plataformas, o conteúdo foi gerado espontaneamente, mas foi o social que fez com que esse sistema generativo explodisse em extensão e alcance. Tendo em vista a potência fundadora societal, é a pulsão que leva à ação.

Para o sociólogo Manuel Castells (2013), as redes, fortalecidas pelo desenvolvimento das tecnologias de informação e, particularmente, da internet, são a estrutura organizacional que define a nossa era. A estabilidade e adaptabilidade inerentes às redes conferem a elas vantagens enormes sobre formas mais antigas de organização. Essas vantagens criaram o que Castells (2013) chamou de "galáxia da internet". A chegada da rede virtual significa que os dados podem ser processados instantaneamente, em qualquer lugar do mundo, sem a proximidade física entre os envolvidos. Como resultado, a introdução da nova tecnologia permitiu a descentralização das empresas de um espaço físico específico e definido, reforçando outros tipos de negócios, mais flexíveis, inclusive o trabalho em casa ou itinerante (CASTELLS, 2013).

Um dos aspectos fundamentais da sociedade em rede é a capacidade de transformação instantânea da área da comunicação, incluindo os *media*, tal como já mencionado por Paiva (1998) e Vergili (2014). Segundo Castells e Cardoso (2005, p. 23):

> A comunicação constitui o espaço público, ou seja, o espaço cognitivo em que as mentes das pessoas recebem informação e formam os seus pontos de vista através do processamento de sinais da sociedade no seu conjunto. Por outras palavras, enquanto a comunicação interpessoal é uma relação privada, formada pelos actores da interacção, os sistemas de comunicação mediáticos criam os relacionamentos entre

> instituições e organizações da sociedade e as pessoas no seu conjunto, não enquanto indivíduos, mas como receptores colectivos de informação, mesmo quando a informação final é processada por cada indivíduo de acordo com as suas próprias características pessoais.

As redes sociais virtuais, tais como *Facebook* e *Instagram*, são utilizadas com diferentes objetivos: contatos de amizade, trabalho, lazer, negócios, etc. Recentemente, é possível verificar o crescimento e a importância de ambas nos processos comunicativos no ciberespaço. O *Instagram* surgiu em 2010 e, com apenas seis colaboradores, em setembro de 2011, atingiu o índice de quase 10 milhões de usuários. De acordo com Rezende (2012, p. 10), "o *Instagram* está na moda expondo consigo o ponto de vista da intimidade, das relações de consumo, das experiências do sujeito". Tal exposição pressupõe uma espera ou convicção na promessa de ser visto, não ser esquecido, algo muito parecido quando pensamos em uma dimensão biográfica para as narrativas contemporâneas. Já o *Facebook*, fundado em 2004, é considerado a rede social mais popular e acessada dos últimos anos.

Raquel Recuero (2009) explica, em sua obra *"Redes Sociais na Internet"*, que as conexões de uma rede social podem ser percebidas de diferentes formas e que essas conexões, geralmente, são compostas dos laços sociais formados pela interação social, que pode ser percebida por mensagens deixadas nos comentários das postagens, por exemplo. As conexões, propostas por Recuero (2009) são constituídas por três conceitos imprescindíveis no estudo das redes, a Interação, a Relação e os Laços Sociais.

A interação é a matéria-prima e compreende sempre o *alter* e o *ego* como elementos fundamentais, em que um constitui-se em elemento de orientação para o outro. A ação depende da reação, um do outro, e há orientação em relação às expectativas. A interação ideal implicaria sempre em uma reciprocidade de satisfação entre os envolvidos, compreendendo as intenções e atuações de cada um. A interação é a aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social. O ciberespaço possibilita essas interações, porém, possui particularidades em relação ao processo. Na primeira delas, os atores não se conhecem, impossibilitando captar pistas da linguagem não verbal, em que o mediador é o próprio computador. A segunda e não menos importante, é a multiplicidade de ferramentas que suportam a interação, permitindo que ela aconteça até mesmo quando se está desconectado. Nesse cenário, a interação pode ser imediata, em tempo real ou não. Dessa forma, a interação mediada pelo computador é geradora e mantenedora de

relações complexas e de tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na internet. O conjunto de interações sociais gera relações sociais (RECUERO, 2009).

As relações sempre envolvem uma grande quantidade de interações e são consideradas a unidade básica de uma rede social. Essas relações não precisam ser compostas somente por interações construtivas ou acrescentativas, elas podem ser conflituosas ou envolver ações que diminuam a força do laço social. O conteúdo das interações ajuda a estabelecer o tipo de relação social entre dois interagentes. Assim como a interação, as relações também podem ser mediadas por computadores, trazendo aspectos importantes como o distanciamento e fazendo com que elas se rompam mais facilmente, uma vez que não exista o "eu" físico.

As relações sociais levam à construção dos laços sociais. Os laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre os interagentes, constituídos no tempo e por meio da relação social. São relações mais específicas como proximidade, contato frequente, fluxo de informação ou suporte emocional. Os laços sociais por associação, segundo Goffman (1975 apud RECUERO, 2009), ocorrem quando os indivíduos se conectam a outros indivíduos através das relações sociais. Nesse caso, a conexão entre um indivíduo, uma instituição ou um grupo transforma-se em um laço de outra esfera, representado simplesmente por um sentimento de pertencimento.

Uma pesquisa realizada pela Emissora MTV, em 2007, com 18 mil jovens de 8 a 24 anos, em 16 países, incluindo China, Japão, México, Estados Unidos, Canadá e Reino Unido, concluiu que os jovens não consideram a tecnologia como uma entidade separada, ela é uma parte orgânica de suas vidas. Falar com eles sobre o papel da tecnologia em seu estilo de vida seria como falar com crianças da década de 1980 sobre o papel que as reuniões na pracinha ou o telefone tinham em suas vidas sociais, é invisível (GIDDENS, 2012). Portanto, concluímos que as organizações e as redes a que as pessoas pertencem, exercem uma grande influência sobre suas vidas e para a vida social coletiva.

Dessa forma, os sistemas sociais e as redes sociais estão em constante mudança. As redes sociais da internet caracterizam-se por não serem estáticas nem independentes dos contextos em que estão inseridas, pois são, na maioria das vezes, mutantes, tendem a mostrar comportamentos criativos, inesperados e emergentes. Corroborando, Longo (2014, p. 147) aduz que a transmissão da informação mudou de unidirecional para multidirecional. A recepção dessas informações deixa de ser passiva e passa a ser interativa, através disso, os

indivíduos “ganharam uma dose de protagonismo” até então nunca vista. Essas potencialidades, esses empoderamentos, são transversais aos determinismos de classes sociais e de origens. Transversalidade essa, que, na moda, foi chamada de *trickle across*, para representar que o fenômeno de ressurgência não vem só de cima para baixo (*trickle down*), como se pensava em uma época, nem só de baixo para cima (*bubble up*), eles se entrecruzam, se interpõem e se interconectam indefinidamente. Isso não significa que o que ocorre com a moda hoje seja representável por um termo, visto que, com certeza, existem escoamentos que fogem a esses conceitos, gerando uma coisa outra, até então imperceptível “a olhos nus”.

2.2 A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E A MODA

A moda vive um momento paradoxal. De um lado a produção massificada e acelerada da moda rápida (*fast-fashion*), de outro, movimentos em prol da sustentabilidade (*slow fashion*). Para entendê-la, Simmel (2008, p. 13) afirma que a moda nada mais é “do que uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais em um agir unitário”. Ela é imitação de um modelo dado e satisfaz a necessidade de apoio social ao conduzir os indivíduos ao trilho que todos percorrem, ao fornecer um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo.

A moda satisfaz, igualmente, a necessidade de distinção, a tendência de diferenciação, para mudar e se separar. Isso acontece, por um lado, pela mudança dos conteúdos, que identifica individualmente a moda de hoje, em face da de ontem e da de amanhã (SIMMEL, 2008). Para o autor, a moda, tal como a vida, é caracterizada por esse dualismo cravado entre o particular e o universal, a igualdade e a diferenciação, a imitação e a distinção, sujeito e autoafirmação. Isso se consolida como um ciclo da natureza, no qual existe a sinergia entre o movimento e o repouso. A vida é essa oscilação entre dois polos, cuja tendência nos guia para a generalização, mas que também necessita dessa captação individual. A moda torna-se um bom exemplo desse entroncamento natural, cuja concretização da tendência para imitar, paradoxalmente, é quase sempre impessoal e não nasce da criatividade individual, mas dos sentimentos coletivos. Complementando, Maffesoli (2010d) diz que a acentuação dos pensamentos coletivos remete, queiramos ou não, a essa paixão comum cujos efeitos são difíceis de aferir. Desse modo, o comportamento humano, enquanto

comportamento de indivíduos, é elucidado em termos da pertença em grupos e associações ou mediante categorias típicas que delineiam, de maneira plausível, a trama das interações que entre elas nascem e fluem.

A mudança da moda mostra a medida do embotamento da sensibilidade. A moda é capaz de fazer amar o odiável e odiar o amável. Quanto mais acelerada é uma época, mais intensamente acontece essa mudança, pois o que sustenta uma moda é o esgotamento de suas próprias energias. Essa perspectiva também é corroborada por Maffesoli (2010d), ao mencionar que a moda é um fenômeno multiforme e não deve ser reduzida somente ao ato de vestir. O autor enfatiza que a moda faz referência a um tempo social, feito de momentos que se conectam rapidamente e repousam sobre uma sucessão de períodos temporais dos quais não se permitem parar.

Segundo Cidreira (2014), o vestuário é caracterizado por ser uma das formas materiais mais palpáveis e visíveis da dimensão simbólica na constituição da moda, servindo de condutor na criação de sentidos múltiplos e diversificados daquele que a veste. Por isso, essa frivolidade pode gerar diversas reflexões sobre os indivíduos, como aspectos da sua personalidade, sentimentos, hábitos, bem como enquanto ser social. O mundo da aparência é o único lugar palpável, em qual a moda age como fenômeno visível e banal (que eleva o insignificante). Nesse sentido, a vida é, de acordo com a moda, um aspecto objetivo que gera um amálgama de destruição e de construção. Simmel (2008, p. 36) conclui que na "aniquilação de uma forma anterior, o seu conteúdo obtém seu cunho próprio, possui uma unidade peculiar, na qual a satisfação de um impulso destrutivo e do impulso para conteúdos positivos não se devem separar".

Para entendermos as dimensões dessa estética contemporânea, também composta pela moda, partiremos para uma reflexão mais factível a fim de ilustrar o cenário atual. Como já mencionamos anteriormente, a roupa e o fenômeno da moda têm sido tema investigativo para diversas áreas de estudo, especialmente psicologia, antropologia, filosofia, sociologia e história, devido à complexidade que tange seu sistema mercadológico, sociocultural, tecnológico e ambiental, sendo um campo temático de estudos multidisciplinares em expansão.

Com a Revolução Industrial, a organização da vida social urbana aponta novas necessidades, novos afazeres, novas modas e representações. Intensifica o comércio e novas oportunidades de adquirir produtos para maior comodidade, principalmente para a classe

média. Lipovetsky (2009) afirma que, no século XIX, assiste-se a um crescente interesse por questões relacionadas ao parecer, por novidades, ao serem percebidas como paixões democráticas, que fazem a glória dos indivíduos de moda e dos renomados costureiros. A presunção artística e também o atrevimento desses indivíduos se unem a um elo de ambição, de suficiência, de vaidade própria à entrada das sociedades na Era da igualdade. O culto heroico feudal e a moral cristã tradicional, que considera as frivolidades como signos do pecado e do orgulho, cedem lugar, a partir do século XVIII, ao crédito dado ao prazer e à felicidade, às novidades e facilidades materiais, à liberdade entendida como satisfação das vontades e dos desejos e à atenuação do rigor das conveniências e interdições morais, edificando as coisas humanas e terrenas de onde provém a adoração moderna da moda. Percebe-se, paralelamente, a vitória do ideal democrático da sedução, dos sucessos rápidos, dos prazeres imediatos, fazendo com que a moda apareça como uma manifestação democrática (LIPOVETSKY, 2009). A moda, portanto, associa-se a processos como a mudança de valores culturais que desqualificam o passado, valorizando o presente e o novo.

Após a segunda metade do século XX, a produção em massa dos produtos de moda e o *prèt-a-portêr* (pronto-para-usar) gerou um aumento de produtos no mercado, tornando a moda mais acessível, democrática e intensificando seu consumo. Segundo De Carli (2002, p. 21), "as sociedades mudam de nome a partir do momento em que os homens mudam suas maneiras de viver e fazer no tempo". Outra esfera que perpassa o consumo de bens materiais, das utilidades ou dos signos surge no pós-guerra, quando a expansão da produção capitalista ou a produtividade passa a ativar o consumo da cultura, educação e lazer com a mesma lógica, misturando o erudito e o popular, a elite da alta costura, popularizadas juntamente às massas.

Nos anos 90, a abertura de mercados internacionais e o fenômeno da globalização desencadearam uma aceleração no ritmo de produção, cujo fenômeno foi nomeado de *fast-fashion,* eis o auge da aceleração. Essa moda rápida, que deve ser produzida com imediatismo, é abordada no livro *"A Revolução do Fast-Fashion"* pelo economista italiano Enrico Cietta (2010), ao dissertar que a base do sucesso do modelo *fast-fashion* está no sistema circular de produção/consumo. Este sistema objetiva tornar a atividade das empresas mais rentável e menos arriscada, aumentando a velocidade de difusão da moda e, consequentemente, da produção de tendências. Esse modelo de produção, troca grande parte

das mercadorias das lojas a cada quinzena, contando com um planejamento da logística mundial e da criação acelerada de novos produtos.

Segundo Cietta (2010), na moda contemporânea, tem-se percebido um notório crescimento do faturamento e um aumento considerável de empresas que praticam um modelo de negócios caracterizado por uma rapidez produtiva inigualável e por uma disponibilidade imediata dos produtos nas lojas. Como mencionado, o modelo desse segmento de mercado foi denominado *fast-fashion* e surgiu na Europa com as marcas conhecidas por sua produção escalonada e acessível, como a Zara (espanhola), H&M (sueca) e Topshop (inglesa). O modelo foi incorporado no Brasil primeiramente pelas marcas Riachuelo, C&A e Renner.

Para Guillaume Erner (2015), o *Fast-Fashion* é o chamado circuito curto que nasce em Sentier, um bairro de Paris, com pequenos comerciantes do setor têxtil que começam sua produção tardiamente, após a certeza de algumas tendências, para não errar e perder vendas. Flávio Rocha, CEO[6] da rede varejista Riachuelo e responsável pelo sucesso da loja cem por cento *fast-fashion* do país, deixa seu depoimento em entrevista para GQ Globo Brasil (BRANDALISE, 2014), afirmando que gosta de velocidade na arte e nos negócios e que, nos últimos dois anos, levou sua marca a bater recordes de produção, faturamento e expansão e ainda colocou o pé no segmento *premium* da moda nacional. Ele faz um paralelo entre moda e movimento: "a moda tradicional era estática, com coleções que ficavam uma eternidade na loja, o *fast-fashion* força a moda a se reinventar". Não há dúvidas de que esse modelo de produção tem grande importância econômica, pois não foi à toa que ele se transformou em uma estratégia para a conquista de mercados globalizados, ajudando a inserção de países emergentes no desenvolvimento dos negócios do setor. Entretanto, o excesso de produtos produzidos por esse modelo, essa substituição veloz, o excesso de mercadoria descartada, as denúncias de empresas que contratam mão-de-obra ilegal em condições de trabalho análogo – de escravidão moderna, e a compra descartável trazem um lado obscuro que ofusca seu brilho. Perante essa perspectiva, a mercadoria encontra-se desvalorizada por meio de uma compra efêmera que logo será descartada, em prol da novidade da próxima estação, ou nem isso, da próxima semana.

Na moda contemporânea, as redes sociais passaram a compor o cotidiano das pessoas, com o intuito inicial de priorizar a comunicação individual, agora utilizada por

---

[6] *Chief Executive Officer.*

organizações que visualizam, nessas mídias, uma forma de se aproximarem dos seus consumidores. Ao se observar a indústria da moda, nota-se a crescente inserção das empresas do setor nas redes sociais, além de outras pessoas que se utilizam dessas mídias para divulgar ideias, conceitos sobre moda e que acabam por transformarem-se em referências para os consumidores. Tomando como exemplo a rede social *Instagram*, preferida das marcas devido ao fácil acesso às celebridades, tornou-se comum presentear, com seus produtos, os famosos, que logo postam no *Stories* (registros pessoais de 24 horas) os "mimos" em forma de agradecimento. O faturamento publicitário é alto e a divulgação dos produtos é astronômica. Musas da Victoria's Secrets, como Karlie Kloss, Behati Prinsloo e Miranda Kerr, chegam a arrecadar entre 23 e 46 mil euros com uma simples publicação no *Facebook*, no *Twitter* ou no *Instagram*. Esses valores foram obtidos pela equipe de Frank Spadafora, graças a um algoritmo que usa 56 variáveis, frequência de publicação, taxa de popularidade, número de cliques, entre outros, e que permite às marcas apurar os *posts* mais rentáveis das modelos (LONGO, 2014). Segundo Baldini (2006), a moda é o culto do presente, mas também de um *pathos* pela modernidade e de uma legitimação das mudanças rápidas, aliás, febris.

Essa moda acelerada demonstra ser uma peculiar convergência das mais diversas dimensões da vida, que é uma criação complexa, na qual, mais ou menos todas as tendências antagônicas da alma estão representadas. Voltando ao pensamento sociológico de Simmel (2008), faz-se compreensível que o ritmo geral com que se movem os indivíduos e os grupos influencie diretamente na sua situação com a moda. Classes e indivíduos que insistem numa mudança incessante, devido à própria velocidade de sua evolução, têm vantagem em relação aos outros, encontram na moda a obsolescência de seus aspectos psicológicos. Dessa maneira, o progresso social deve favorecer a rápida mudança da moda, por proporcionar, com rapidez, às camadas inferiores a imitação das superiores. Gabriel Tarde (2016) corroborava ao afirmar que a imitação é o único mecanismo que leva à mudança social. A imitação é a alma elementar da vida social e esta pode ser consciente/inconsciente, reflexa ou espontânea, voluntária ou involuntária (BALDINI, 2006).

Conforme Simmel (2008), o compasso dessa evolução traz, nos legítimos produtos da moda, uma importância valorativa nos progressos econômicos, que, em outros setores, obtém-se de forma lenta e gradativa. Nos ramos mais antigos da produção da indústria moderna, torna-se perceptível que o momento especulativo deixa de desempenhar um papel determinante. Os movimentos mercadológicos apreendem-se com mais rigor, as

necessidades são calculadas com maior precisão e a produção pode ser gerenciada de um modo mais preciso que anteriormente, cuja racionalização da produção ganha mais espaço em vista das conjunturas, das oscilações sem plano da oferta e procura. Contudo, os produtos de moda parecem ser a esse respeito uma exceção, pois as oscilações polares, que a economia moderna já sabe apoderar-se e a partir das quais aspira visivelmente à ordem e ao desenvolvimento econômico, imperam ainda nas áreas imediatamente sujeitas à moda. "A forma de uma mudança febril é aqui tão essencial que ela se encontra numa contradição lógica em face das tendências evolutivas da moderna economia" (SIMMEL, 2008, p. 52).

No trajeto histórico da indumentária, é comumente relatado que membros da nobreza abandonavam suas modas no momento em que classes inferiores se apoderavam dela. O termo "moda" não surgiu juntamente às primeiras civilizações, tampouco sua efemeridade. Mesmo com a existência de adornos e acessórios que demonstravam poder e hierarquia, alguns desses pertences só podiam ser utilizados por famílias abastadas. Com a ascensão da burguesia, após o período feudal, ficou mais acessível para as pessoas comuns conseguirem tecidos e materiais pertencentes somente à alta sociedade. Isso fez com que as cópias se tornassem cada vez mais parecidas com as peças reais da nobreza. Para se diferenciar, o Rei Luís XIV passou a trocar o modelo de suas roupas com maior frequência para evitar ser comparado a um burguês. Nesse momento, iniciou-se o ciclo de moda (LAVER, 1990).

Para Bourdieu (2007), a constante e renovada necessidade de consumir vem, de alguma forma, suprir esse desejo de distinção. Trata-se do consumo de bens simbólicos, cuja roupa, apesar de seu caráter utilitário, é suportada por sua vasta dimensão simbólica. Tal como para Baudrillard (1995), quando afirma que a moda não é constituída somente por essa necessidade de troca, mas também quando o prazer da mudança vem para suprir questões de outra ordem, como a diferenciação social e o prestígio. Bourdieu (2007) traz como hipótese que a moda, os acessórios, os artefatos de ornamentação vinculam a imagem de um ser que almeja sentir-se desejado, admirado. Assim como Baldini (2006) ao afirmar que é mais fácil imitar, exteriormente, quem está no topo, ou seja, imitar o vestuário, os penteados, quando o poder das classes dominantes está a enfraquecer e as distâncias sociais tendem a atenuar-se. Cidreira (2014, p. 136) defende que, se por um lado, a articulação vestimentar dá conta de uma dimensão formal, agindo através de determinações sociais, por outro lado, ela reafirma sua condição formante, "oferecendo assim um perfil sensível e metafórico de uma trajetória pessoal estilizando-a num personagem social, inscrito numa ambiência particular".

Nesse sentido, a moda é um fenômeno onipresente, isto é, não tem nenhum domínio que lhe escape, do mais superficial ao mais profundo encontra a necessidade de identificação. É interessante observar que, em períodos em que os laços sociais se desagregam, não surgem modas marcantes, pois o retorno do atual da moda está associado ao retorno das tendências comunitárias e tribais, da mesma forma que Maffesoli (2010b) traz o tribalismo na pós-modernidade. A moda pode ser considerada um ótimo exemplo de imitação e identificação, e a estética traduz essa forma de experimentar, de sentir em comum, de reconhecer-se. Os matizes da vestimenta, os cabelos multicoloridos, os *punks* e outras manifestações servem para cimentar os anseios coletivos, tal como o jogo da aparência, a teatralidade, o culto ao corpo, que reafirmam a comunidade e ativam seus sentidos mais simbólicos. Lembrando que o simbólico nasce do imaginário.

Em contrapartida ao *fast-fashion*, surgiu recentemente o movimento *slow fashion* (moda desacelerada) com intuito de frear e impedir que os aspectos negativos da moda rápida se propaguem ainda mais, tal como a escravidão moderna, a negação dos direitos humanos, a finitude dos recursos naturais, o excesso de mercadorias e a insustentabilidade do planeta. As questões econômicas, sociais e ambientais (consequentes da modernidade), impulsionaram essa mudança para uma moda "*Slow"*. A ideia é tornar o produto de moda novamente durável e sustentável, com materiais orgânicos, peças reaproveitadas e reconstruídas, não escalonadas, com preocupação ética e social. Características essas que foram ignoradas na modernidade, cujo foco da sociedade se abarcava no progresso e na industrialização.

Os aspectos do *slow fashion* são relativamente recentes e trazem essa efervescência que está apontando sobre a moda como expressão social e cultural, propondo ações positivas de mudança nas comunidades e desconstruindo os padrões da moda vigente, bem como desenvolvendo novas perspectivas sociais. Busca também reconhecer talentos locais, provocar a criatividade, manifestar a identidade cultural e impulsionar a visão de desaceleração, sustentabilidade e inovação social. É a diretriz de uma moda mais humanizada, com preocupações até então não pensadas. É uma moda que valoriza o resgate da sabedoria (consciência sustentável), da sensibilidade, da cultura e dos trabalhos artísticos.

Essa efervescência social emergente surgiu recentemente por meio de movimentos sociais e tomou corpo através do ambiente virtual. Os novos movimentos sociais tendem a fazer um grande uso dos meios de comunicação de massa para gerar apoio, filmando seus próprios protestos, mostrando vídeos na internet, organizando campanhas, textos, mensagens

correntes de divulgação e criando uma perspectiva sobre a política que incentive as pessoas comuns a se tornarem estimuladas a participar. Esses esforços acentuam o argumento de Melucci (1985 apud GIDDENS, 2012, p. 721) "de que os novos movimentos sociais são formas de comunicação através de mensagens para a sociedade, que trazem desafios simbólicos ao sistema político existente".

Castells (2013), em seu livro "*Redes de indignação e esperança*", traz uma abordagem contemporânea sobre os movimentos sociais na internet e a importância que eles têm exercido na luta pelos direitos e contestações humanas. As redes sociais passaram a ser um espaço de autonomia aos indivíduos, bem além do controle dos governos e empresas que, há muito tempo, haviam monopolizado os canais de comunicação como pilar de seu próprio poder. Ao compartilharem angústias e esperanças, esses indivíduos se conectam entre si, utilizando o espaço público da internet para conceber projetos a partir de interesses múltiplos, formando uma rede que se expande rapidamente com ideias e opiniões pessoais. Diante do ambiente seguro que se encontra o ciberespaço, pessoas reivindicam seus direitos, geram questionamentos e soluções, no intuito de contribuírem fazendo história, fazendo a "sua história", em manifestações autoconscientes que caracterizam os movimentos sociais (CASTELLS, 2013).

Os movimentos se disseminaram contagiosamente em um mundo conectado pela internet *wireless*, evidenciado pela rápida difusão das imagens e ideias. Segundo Castells (2013), os movimentos sociais geralmente surgem por motivos de humilhações provocadas pelo cinismo, arrogância e descaso dos que detêm o poder, seja o poder financeiro, político ou cultural. São os resultados daqueles que transformaram o medo em indignação e a indignação em esperança em prol de um mundo melhor e mais justo, é a busca da transformação social.

No século XXI, os movimentos sociais providos pelas redes sociais devem fazer a sociedade contemporânea se engajar em práticas conflitivas enraizadas nas contradições fundamentais do nosso mundo. Para Castells (2013), os movimentos sociais são responsáveis pela produção de novos valores e objetivos, em torno dos quais as instituições da sociedade, ao representá-los, dão origem às novas formas de organização da vida social. Esses movimentos exercem o contra-poder que se constitui primeiramente por meio da comunicação autônoma e livre dos que detêm o poder institucional (redes de comunicação de massa). As redes sociais digitais propiciam essa outra forma de comunicação livre por possibilitar ações de maneira vastamente desimpedida.

Coletivamente, os indivíduos constituem uma rede ao se conectar mentalmente com outros indivíduos, levando a ações coletivas, se preciso. Essa conexão funciona estimulando os indivíduos a ampliar as redes formadas na resistência à dominação e a se envolver num ataque multimodal a uma ordem injusta. Já no individual, os movimentos sociais tendem a ser emocionais. A especulação não inicia com um programa ou estratégia política. Isso vem depois, de quando emerge a liderança, de dentro ou fora do movimento para alimentar as intenções políticas, ideológicas e pessoais que podem ou não estar relacionadas às origens e às motivações dos participantes do movimento. Entretanto, o auge do movimento ocorre quando a emoção se transforma em ação (CASTELLS, 2013). Quanto mais as ideias forem geradas de dentro do movimento, com base na experiência dos manifestantes, mais expressivo e veemente ele será. De acordo com Castells (2013, p. 26), "em qualquer movimento social há múltiplas expressões de necessidades e desejos. Há momentos de liberação, onde todos esvaziam sua sacola de frustações e abrem a caixa mágica de seus sonhos".

Especificamente na moda, os movimentos sociais mais recentes estão ligados a uma inquietação social sobre o consumo em excesso, sobre a industrialização e suas consequências ambientais e a insustentabilidade. Daremos como exemplo, dois movimentos que surgem como potência instituinte, *Fashion Revolution Day* e *Anti-Fashion*, os quais acontecem numa dimensão mundial, cuja interação se dá pelas redes sociais virtuais.

O *Fashion Revolution Day*[7] foi um movimento criado por um conselho global de líderes da indústria da moda sustentável, ativistas, imprensa e acadêmicos que se uniram depois do colapso do edifício Rana Plaza, em Bangladesh, que desabou no dia 24 de abril de 2013, deixando mais de 1.133 mortos e 2.500 feridos. A campanha surgiu com os objetivos de aumentar a conscientização sobre o verdadeiro custo da moda e seu impacto em todas as fases do processo de produção e consumo; mostrar ao mundo que a mudança é possível através da celebração dos envolvidos na criação de um futuro mais sustentável; criar conexões e trabalhar em rumo às mudanças em longo prazo, exigindo transparência. Desde a tragédia, todo dia 24 de abril acontece uma manifestação mundial, pautada em cartilhas e materiais de como fazer para participar do movimento. Usar a roupa do avesso, bater uma foto de uma

[7] Por falta de referências bibliográficas sobre o tema, que ainda é bastante recente, o texto sobre o Movimento *Fashion Revolution Day* foi retirado do site <http://fashionrevolution.org/country/brazil/>. Acesso em: 15 abr. 2015.

marca, bem como onde foi confeccionada e postar nas redes sociais com o *hashtag* adequado (*#FashRev*, *#whomadeyourclothes*) são algumas das ações realizadas na manifestação. Vídeos no *YouTube* também ajudam a entender o movimento e seus objetivos. No ano de 2015, estava prevista a participação do evento em mais de 70 países. No Brasil, eventos em diversos estados foram realizados, e a campanha foi apresentada e divulgada em escolas, faculdades, imprensa e redes sociais. A moda é uma força a ser considerada. Ela inspira, provoca, conduz e cativa. *O Fashion Revolution Day* quer ajudar a tornar a moda uma força para o bem. A fundadora do movimento e pioneira em moda *fair-trade* (troca justa), Carry Somers (FASHION REVOLUTION BRASIL, 2015) diz: "Eu vi que o desastre do Rana Plaza poderia atuar como um catalisador, espalhando a conscientização em prol da moda ética/sustentável e fornecendo uma janela para fazer a mudança real".

Segundo Blumer (1969 apud GIDDENS, 2012, p. 715), os movimentos sociais podem ser vistos como atividades coletivas visando estabelecer uma nova ordem de vida, "eles têm seu princípio em uma condição de inquietação, e derivam sua força motriz, por um lado, da insatisfação com a atual forma de vida e, por outro, de desejos e esperanças para novas formas de vida".

O *Manifesto Anti-Fashion*[8] traz à tona uma reflexão sobre a obsolescência da moda baseada no seu aspecto atual, por Lidewij Edelkoort, apontada pela revista *Time* como uma das pessoas mais influentes do mundo da moda. O manifesto ganhou força nas redes sociais mundialmente pela irreverência em sua teoria, ao presumir a volta da alta costura e a luta por roupas mais duráveis. A teórica descreve, em 10 etapas, os fundamentos que a levaram a afirmar que a indústria da moda "vai implodir". A discussão torna-se relevante para se pensar o mercado em todas as esferas que envolvem o consumo e a produção de produtos de moda. Segundo Edelkoort, "Agora que várias peças de vestuário são oferecidas mais baratas do que um sanduíche, todos nós sabemos e sentimos que algo está profundamente errado".

Simmel (2008) trabalhou a questão da antimoda ao mostrar que a mesma combinação obtida por uma extrema obediência à moda, pode ser alcançada justamente por

---

[8] Texto de referência: Li Edelkoort: 'Fashion is dead. Long live clothing' escrito por Vivian Hendriksz | Tuesday, February 17 (2015) com base no texto original "Anti-Fashion, a manifesto for the next decade" by Lidewij Edelkoort. Disponível em: <https://fashionunited.com/news/fashion/li-edelkoort-fashion-is-dead-long-live-clothing/201502176049>. Acesso em: 16 ago. 2016.

meio de sua oposição a ela. Quem se veste ou se porta de maneira individual, muitas vezes, não o faz por autenticidade, mas por negação ao poder instituído, porém, essa negação acaba sendo uma imitação só que com sinais inversos. Por exemplo, o movimento *punk* da década de 1980, foi uma forma de contracultura, cujas formas vestimentárias foram rapidamente absorvidas pela própria moda em itens isolados, sem o contexto de sua origem fundadora. Isso ocorreu porque havia, no imaginário coletivo, elementos do movimento que propiciava nos indivíduos certa identificação. Nesse momento, o movimento *punk* perde a sua essência, sua potência instituinte por vulgarizá-la na efemeridade da moda pós-moderna. Simmel (2008) faz uma analogia com a religião, ao mencionar que o ateísmo, por meio da sua radical descrença, imbrica-se com o mesmo fanatismo, a mesma intolerância e a mesma satisfação das necessidades anímicas da religião. Mostra como as formas fundamentais do ser humano estão prontas para acolher, em si, o pleno antagonismo dos conteúdos, no intuito de mostrar a força e o estímulo justamente na negação, em cuja afirmação eles surgem unidos de forma irrevogável. A moda muda, porque se muda o espírito do tempo. E ela é, a única que consegue, instantaneamente, traduzir o desejo de novidade da prática social. Toda efervescência, ou seja, toda mudança, surge de uma ondulação, de um abalo, de um movimento de indignação ou contraposição.

Dessa forma, podemos observar que as redes virtuais potencializam as ações dos movimentos sociais, que hoje ganham rápida abrangência em virtude da tecnologia. Os dois manifestos de moda citados acima representam o lado oculto de uma moda que se constituiu de maneira nociva sob os ideais e preceitos modernos. A passividade para com os poderes dominantes da época transforma-se tal como um vulcão adormecido que está prestes a acordar, causando furor e destruição, porém revelando um espetáculo intenso de explosão. Essa analogia pode ser comparada ao que acontece nas modas *fast* e *slow*. A primeira virou poder, criada para contemplar os anseios capitalistas da Era industrial, e a segunda surge como potência instituinte, impulsionada pelas incoerências da primeira. Vem como ressurgência (já dizia Durand, 2002) de um escoamento do qual a modernidade não conseguiu segurar. Conforme Silva (2012, p. 100), “não há criação sem destruição, real ou metafórica, material ou imaginária”. Essa transformação imaginal exige uma potência criativa capaz de emitir choques com intensidade suficiente para pôr em ebulição a rede acionada. Silva (2012, p. 101) complementa ao questionar de onde vem essa potência criativa.

> Como se chega à potência criativa? Há uma grande parte de mistérios nisso. Confessá-lo não significa abandonar a tarefa racional de decifração de um fenômeno, mas aceitar os limites do conhecimento. Contudo, no que pode ser compreendido, alcança-se a potência criativa pela alimentação constante das condições sociais de efervescência (Morin), dissenso (Lyotard) e paradoxos (Baudrillard). A ebulição aumenta com o estímulo ao contraditório, ao ruído, à reflexão, ao confronto de ideias, à criação.

Ou seja, esses impactos perceptivos que transformam os imaginários nascem de combustões individuais ou sociais em que a potência criativa funciona como levedura, apta a produzir a efervescência necessária ao choque perceptivo, sem deixar controlar-se de fora, pois, o imaginário não é controlável, a crença é (SILVA, 2012).

Quando a sociedade clama por novos paradigmas, demonstra-se o desejo de mudança e esse simples fato indica a existência de possíveis fraturas. Essa dialógica da rede imaginal funciona por meio do condicionamento-ruptura, permanência-mudança, gerando, assim, um fragmento epistemológico que pode levar a outras condições e estilos de vida. Da mesma forma, o caráter estimulante da moda reside no contraste entre a difusão ampla, que tudo abarca, e sua transitoriedade brusca e radical, e o direito à infidelidade para com ela mesma. Revela-se também, como uma invenção singular bem particularizada em que a conveniência social fez questão de objetivar, com a mesma legitimidade que as correntes antagônicas da vida (SIMMEL, 2008).

A moda é fruto de uma complexa constelação de causas, já dizia Baldini (2006), dentre elas, o amor pelo novo e a tirania do presente. É apoteose da renovação lúdica e da santificação do prazer de mudar; a novidade torna-se fonte de valor moderno, sinal de superioridade social em que se necessita imitar e adotar as últimas inovações. Assim, a moda expressa visivelmente sua forma essencialmente dialética e dinâmica da sociedade, feita de interconexões, mas também de contrapontos e situações conflitivas entre os indivíduos, grupos e classes. Para Maffesoli (2010a), pintar-se, tatuar-se, enfeitar-se com adereços, tudo isso tem um papel visível para mostrar o invisível do estar-junto, por isso a aparência é um elemento intrínseco na constituição do corpo social. Ela é eficiente e serve de substrato na vida em sociedade, podendo manifestar-se com força contra os moralismos impostos em determinadas épocas a fim de fortalecer uma agregação que ainda não tem a consistência institucional, por meio dos emblemas e símbolos.

A roupa e os costumes eram considerados pertencentes a grupos estatutários, dos quais não permitiam a liberdade individual. Entretanto, essa ligação entre a aparência e o

corpo social passou a ser vista como um sinal de reconhecimento e multiplicidade de grupos informais. Nesse cimento, previamente imaginal, movido pela sedução, atração, afeto e fontes emocionais, a tendência do conformismo vestimentário e *lifestyles* (estilos de vida e pensamento) manifestam-se sem disfarce. Esse reino da aparência do qual Debord (1997) chamou de "Sociedade do Espetáculo" tem de fato um lado alienante, mas apresenta também um lado intrínseco que permite a ampliação da artimanha da duplicidade. É isso que faz com que a moda funcione como um fenômeno escorregadio, aparentemente frívolo, mas imensamente significante no que diz respeito a solidificar-se ou resistir às imposições dos poderes políticos, religiosos, morais.

A moda é o desejo de novidade, pois, no novo, existe um forte poder de sedução sobre o homem contemporâneo. Entretanto, a moda prefere o que é original, o vistoso, o extravagante, permite a si mesma ficar nessa busca constante do novo, todavia ela só existe se houver a partilha, o senso comunitário de identificação e pertencimento. Como dizia Baldini (2006, p. 89), "a moda consegue principalmente traduzir, o desejo de novidades na prática social". A moda é feita desse paradoxo, no qual o *fast* e o *slow* devem dar origem a uma terceira "coisa", ainda revigorante, em estado nascente. Estejamos atentos a isso, ao que é paradoxal.

2.3 PROPOSTA DOS *CARACTERES ESSENCIAIS* PARA ESTUDO FENOMENOLÓGICO

O termo *"Caracteres Essenciais"*, usado por Maffesoli em suas obras, foi trazido de Durkeim, cuja etimologia aproximada significa o que tem possibilidade de deixar uma marca durável. Termos como esse trazem as "noções confirmadoras da necessidade metodológica de recorrer-se a um enquadramento específico, para dar relevo à variedade dos fenômenos societais" (MAFESOLI, 2011, p. 33). Utilizaremos o termo com as mesmas intenções que Maffesoli utilizou ao sugerir as categorias paroxísticas. Categorias estas que devem ser compreendidas como modulações da "forma", sendo que a forma permite a apreensão da imagem e de sua pregnância no corpo social. Permite também a atenção ao particular sem que se negligenciem características essenciais. Segundo Gancho (2002), "caracteres ou características" são atributos peculiares de determinada coisa. Então, para esta pesquisa, os elementos apresentados nesta seção são essenciais por sua inerência em relação

ao objeto analisado. De uma maneira ou de outra, "são essas categorias que constituem o fio condutor dessa reflexão epistemológica" (MAFFESOLI, 2011, p. 35-36).

Este estudo não pretende normatizar ou formar incisivamente um método, mas constatar algumas prováveis articulações de caráter heurístico, que, metodologicamente, são muito úteis para representar essa organicidade pós-moderna. Tal como Silva (2012), ao afirmar que a função do pensador intelectual, nessa Era virtual, visa coletar os paradoxos. Da mesma forma que Maffesoli (2011, p. 35) se manifesta ao expressar essa "condição de possibilidade" que propõe "imagens de todos estes pequenos nadas insignificantes ou de todas essas estruturas macroscópicas que constituem nossas sociedades", o que Durand (2001) chamou de "constelações das imagens". Assim, fica claro que os recursos metodológicos inerentes à forma são pertinentes e adequados quando tratamos de uma socialidade cada vez mais concebida por imagens, imagens simbólicas.

O momento atual exige coragem para revisar paradigmas, questionar hierarquias, ampliar horizontes e reavaliar as relações estáveis. Utilizando a dualidade dos termos, tal como Maffesoli apresenta ao longo de sua escrita, para evitar a brutalidade do conceito, os seis "*Caracteres Essenciais"* propostos nesta pesquisa também trazem essa coexistência dialética dos termos como forma de minimizar a rigidez conceitual.

2.3.1 A sustentabilidade virtualizada

Uma das grandes efervescências contemporâneas é a sustentabilidade. Para Oliveira (2015), essa é a integração do paradigma do crescimento ao desenvolvimento no que tange à distribuição da riqueza e à valorização do local. Para isso, são fundamentais mudanças de ordem de valores sociais, de atitudes e pensamentos voltados à cooperação. A autora destaca que, "o princípio da sustentabilidade aponta uma resposta para a integração do ambiente, da equidade social a uma nova racionalidade produtiva, com vistas a uma ordem econômico-ecológica globalizada" (OLIVEIRA, 2015, p. 49).

Uma das formas para se construir uma cultura de consumo consciente é aumentar o tempo de vida dos produtos. Essa é umas das premissas da sustentabilidade na moda. Mesmo que exista um mercado fortemente focado na obsolescência, as variáveis sustentáveis devem aparecer com mais força, ressignificando a produção e consumo de produtos de moda. Dadas as devidas dimensões da indústria da moda, deve-se considerar que esta é

extremamente importante para a insustentabilidade do sistema. Desse modo, o desenvolvimento econômico precisa deixar de ser um fim em si mesmo e causar positivamente o bem-estar social e do meio ambiente. É preciso repensar a forma de fazer negócios, redefinir métodos de produção, reinventar práticas de *design* com a consciência em longo prazo.

Lilian Berlim, autora do livro *"Moda e Sustentabilidade"* (2015), inicia sua obra ao mencionar que o evento da sustentabilidade, nos tempos atuais, não se trata de um modismo de caráter efêmero, mas sim de uma diretriz sociocomportamental de ampla abrangência e em consolidação. Isso vem ao encontro do que Maffesoli (2010b) conceituou de espiritualidade materialista, cujas ações objetivas representam a subjetividade latente.

A ideia de progresso vem sendo instituída desde o século XIX, por meio de uma lógica evolucionista de melhora da sociedade, juntamente à lógica de crescimento econômico pela produção industrial e pós-industrial. O século XX foi, sem dúvidas, o século da ciência e da tecnologia, do crescimento econômico, do petróleo. Para Berlim (2015), esses fatores do desenvolvimento trouxeram uma série de consequências insustentáveis para hoje e para o futuro. São problemas de nível ambiental, como aquecimento global, produção de lixo, desmatamento, utilização indevida da água, poluição, contaminação do solo por agrotóxicos, ameaça à biodiversidade, dentre muitos outros. São problemas também de nível social, como disparidades sociais, exploração de trabalhadores como nova forma de escravidão em prol do lucro, distúrbios e doenças sociais.

No século XXI, caberá experimentar os excessos do século anterior e suas consequências. Segundo Berlim (2015, p. 19), "é provável que um novo modelo de capitalismo e, consequentemente, um novo modelo de produção e de consumo esteja embrionariamente se preparando para eclodir com novas propostas e soluções". Parece paradoxal pensar em uma moda consciente, visto que a moda é grande propulsora do estímulo ao consumo com suas propostas de tendências efêmeras. A moda consciente à qual se refere este estudo não implica em selos verdes, ISO (Organização Internacional de Normalização) ou ser "politicamente correta" para jogadas de *marketing*. Trata-se da responsabilidade social, de realmente conscientizar sobre a forma de produzir e consumir coisas, principalmente as de moda. Autores como Berlim (2015), Gwilt (2014), Salcedo (2014), Oliveira (2015) já têm apresentado possíveis alternativas e reflexões sobre o tema.

Consoante Salcedo (2014), tornar a sustentabilidade algo desejável é o grande desafio do século XXI. Será necessário suprimir muitos valores sobre o modelo de vida capitalista, como competição, velocidade, crescimento obrigatório, acúmulo de bens e satisfação imediata. Serão os novos valores que guiarão esse caminho de mudança, como a desaceleração da vida, visão em longo prazo, consciência. Como afirmava Maffesoli (2010c).

Segundo Salcedo (2014), a origem do ciclo da moda rápida vem da retroalimentação. Dados sobre a compra do cliente são o ponto de partida para gerir novas produções. O intuito é que os consumidores encontrem novas peças na loja, com mais frequência, e que o produto seja do gosto e necessidade do consumidor, o que levará a um terceiro e grande objetivo: que o consumidor compre cada vez mais e em menos tempo. Essa é a lógica do *fast-fashion.* Para combater essa lógica, a primeira premissa para uma moda sustentável é aumentar a vida útil dos produtos. Reformar, costurar e até mesmo transformar uma peça em outra, cuidar na lavagem e manter somente o que se usa em consonância umas com as outras é a base desse conceito.

Com um guarda-roupa funcional, o indivíduo passa a consumir menos e pensar muito bem antes de realizar uma nova aquisição. Esse conceito possibilita um encontro do estilo próprio e supre a necessidade emocional da compra e do pertencimento. Entretanto, essa ideia não se mostra acessível e disseminada, parte de uma prospecção, de um "ideal-tipo". Geralmente, as vítimas da moda, que não resistem às novidades e compram por impulso não têm definido seu estilo, ficando vulneráveis a tudo que aparece e transpõem ao produto a necessidade de pertencer. Simmel (2008) fala que a arrogância do escravo da moda é, portanto, a caricatura de uma constelação, favorecida pela democracia, da relação entre o indivíduo e a totalidade, porém, o herói da moda não é aquele que a segue à risca, mas o que se antecede ao novo, ao que se disfarça na diferença, atuando sobre uma relação de equilíbrio entre o impulso social e o individualizante. É a mistura do sentimento de dominação e sujeição ao mesmo tempo. Segundo Maffesoli (2010a), muitas vezes, a forma de pertencimento vem da imitação ou falsificação de produtos que equivale à representação do mostrar, e, automaticamente, à anulação do ser individual movido pela subjetividade de massa.

Outra preocupação é o excesso de produtos no mercado. Tornou-se comum as roupas serem descartadas antes mesmo de se danificarem, roupas ainda novas ou usadas poucas vezes. No final de cada estação, *outlets* recebem cargas de produtos que não foram

vendidos e que serão ofertados com desconto, o problema é que, muitas vezes, a venda não é realizada, gerando cada vez mais excesso de mercadorias. Torna-se relevante que os profissionais de moda entendam como as roupas são usadas e descartadas para que possam desenvolver peças com padrões mais conscientes e eficientes, bem como possam pensar no destino final do produto. Em média, 2,35 milhões de toneladas de têxteis são desperdiçados no Reino Unido, no período de um ano, desses, 74% são enviados aos aterros sanitários e 26% são divididos entre a recuperação de materiais e a incineração (GWILT, 2014).

Para fazer a moda sustentável emplacar, é preciso mudar a forma de confeccionar e vestir roupas, levando produtos e usuários a compartilhar a responsabilidade pela minimização dos impactos no ciclo de vida de uma peça. Segundo Oliveira (2015, p. 49), "a produção de mercadorias no sistema capitalista, além da degradação ambiental se manifesta numa crise de civilização questionando o sistema social, produtivos e os conhecimentos que o sustentam". Dito de outro modo, como consequência da produção excessiva e do individualismo do capitalismo, além das consequências ambientais, revigora-se uma crise no sistema social e em tudo que o envolve.

Conforme Longo (2014), várias novas formas de consumir indicam claramente uma mudança de comportamento que une a colaboração e a sustentabilidade num mesmo guarda-chuva, sustentado pela tecnologia. Ao abordar o tema da sustentabilidade, esse desafio amplia-se, haja vista que as novas formas de interação e conteúdos permitem novas maneiras de compreensão e engajamento nas causas. O receptor da informação que transforma mensagens com muito mais velocidade, configura-se em categorias com inúmeras possibilidades de conexão. Vale ressaltar que a tecnologia em si não é uma rede social. As redes sociais só existem com a presença das pessoas, com o ato de relacionar-se humanamente, como já mencionamos anteriormente. As tecnologias são apenas catalisadoras que facilitam as interações e o compartilhamento comunicacional, pois a essência das redes sociais é a comunicação.

Não se pode duvidar que o interesse sobre a sustentabilidade se propagou de maneira muito mais rápida com os movimentos sustentáveis no ambiente virtual, fomentando cada vez mais o imaginário social. No entanto, vale ressaltar que os conteúdos livres que circulam na internet são inúmeros e variáveis, ou seja, a responsabilidade de filtrar ou receber determinadas informações depende exclusivamente do receptor. Portanto, as informações presentes na rede somente farão sentido para aquele que encontrar, na mensagem *on-line*,

alguma referência mental dentro do seu imaginário pessoal ou de grupo. É preciso que haja reconhecimento e identificação.

2.3.2 A artesania pós-moderna

O artesanato foi a primeira forma de produção da humanidade. Os primeiros objetos criados pelo homem foram feitos artesanalmente há 6.000 a.C, no período Neolítico. Historicamente, o artesão é responsável por todo o processo de transformação da matéria-prima em produto acabado, entretanto, antes da fase de transformação o artesão seleciona a matéria-prima a ser utilizada e responde pela concepção e criação, ou projeto do produto a ser executado. O artesanato pode ser considerado erudito, popular e folclórico ao ser manifestado de várias maneiras, como pintura, desenho, escultura, cerâmica, tecelagem, dentre outros, mas ainda assim, mantém forte estigma como forma de expressão da cultura popular. Para Canclini (1983, p. 110), o artesanato e a cultura se conectam à modernidade no momento em que os aspectos simbólicos da tradição são resgatados e trazidos à atualidade em forma de libertação econômica e cultural.

> Sem deixar de se inserir na modernidade, o processo social, os laços de família e comunidade, a identidade simbólica e a tradição ancestral são fontes para resgatar, valorizar, mas acima de tudo reconhecer na própria comunidade os símbolos de identidade que propiciam a sua coesão, e desde que, as classes populares urbanas consigam converter estes resíduos do passado em manifestações emergentes, contestatórias, poderão levar libertação ao controle econômico e cultural da sua produção (CANCLINI, 1983, p. 110).

No século XI, o artesanato passou a ocupar espaços específicos chamados de oficinas, nas quais geralmente um pequeno grupo de aprendizes vivia com o mestre-artesão, detentor de todo o conhecimento técnico. O artesão ofertava em troca de mão-de-obra barata e fiel, conhecimento, vestimentas e comida. Dessa maneira, surgiram as Corporações de Ofício, organizações cujos mestres das cidades ou regiões formavam com o intuito de defender seus interesses. Para Vives et al. (1983), o artesão tradicional possui valores, técnicas e signos comuns ao sistema cultural ao qual faz parte. Essas técnicas expressam a existência de um grupo ao qual pertence, e o artesão serve de intérprete das técnicas tradicionalmente conservadas, não para colocá-las para contemplação num museu, mas para transitarem entre o moderno e o tradicional, transformando-as sem sufocá-las. Segundo Canclini (2013) e Vives

et al. (1983), a modernidade pode renovar as técnicas sem abandonar os ritos e tradições. Essa mistura é capaz de levar ao crescimento econômico e à reafirmação simbólica. Um não anula o outro. A modernização naturalmente não extingue as tradições, bem como o tradicional não quer ficar fora da modernidade. É a integração entre o tradicional e o moderno, o popular e o culto, o local e o global, é a mobilidade moderna sem desintegrar-se das raízes.

Para Harvey (1992), o modernismo que surgiu no começo do século XX, fruto da Revolução Industrial e da ideia lúdica de progresso, apresentou-se como uma reação às novas condições de vida, como a produção fabril, a máquina, a urbanização, os novos sistemas de transportes e comunicação, a intensificação do consumo com os mercados de massa. Essa reação não apenas possibilitou formas de absorver, codificar e refletir sobre as drásticas e rápidas mudanças, como também criou linhas de ação com poder de modificá-las e sustentá-las.

Segundo Harvey (1992), houve uma reação à desprofissionalização dos artesãos, por causa da máquina e da produção fabril sob o comando dos capitalistas. Wiliam Morris (1994 apud HARVEY, 1992), por exemplo, tentou promover uma nova cultura artesã que combinava o poder da tradição artesanal com uma forte defesa "da simplicidade do desenho, da retirada de toda a exibição, de todo o desperdício e todo o comodismo". Honoré (2007, p. 250) aponta que "à medida que o ritmo da vida se acelerava no século XIX, muitos se desencantaram dos produtos de fabricação em massa despejados pelas novas fábricas" e culpavam a industrialização de sufocar a criatividade humana. A sociedade resistia às pressões de acelerar. Poetas, pintores, escritores e artesãos tentavam encontrar maneiras de preservar a estética da lentidão na Era da máquina. Segundo Longo (2014), observando historicamente períodos de transição, o avanço tecnológico na Revolução Industrial causou um choque de proporções épicas. Com a mudança do artesanato para a produção em massa e das corporações de ofício para um sistema sofisticado de hierarquia empresarial, sem se perceber, drásticas alterações sociais já se encontravam em estado iminente. "Isso nos ensina que durante períodos revolucionários fica mais difícil perceber que fazemos parte deles" (LONGO, 2014, p. 36).

Em práticas manuais, o aumento do tempo de produção não ocorre somente pela não utilização de mão-de-obra industrializada, mas também por motivos de vários conceitos que permeiam a fabricação de peças atemporais (uma roupa menos volátil que não perde seu valor a cada estação). A preocupação com modelagens mais elaboradas e menos marcantes,

por exemplo, as blusas-vestido que marcaram a última estação, possui características claras de modismo, logo se tornará obsoleta, *out*. O uso de matérias-primas orgânicas, ecológicas, de menos impacto ambiental e processos realizados artesanalmente trazem um conceito de "diferenciação" em oposição à industrialização das peças massificadas. São peças que remetem a um trabalho artesanal, pensando cuidadosamente em cada processo de produção.

Helen Rödel, estilista gaúcha que trabalha coleções feitas em crochê e tricô é um exemplo de que o fazer manual está novamente em ascendência. Há alguns anos, o tricô e o crochê andavam desatualizados. Hoje, existe uma gama muito maior de criação, mas por muito tempo o *handmade* na moda esteve limitado a supostas vocações, o crochê para o verão e tricô para o inverno. A fama era de que essas peças estavam fora de moda, com aspecto muito tradicional e sem a "pegada *fashion*". A estilista sentiu a necessidade de desestruturar esses *statements*, bem como de ir contra o mito de que o artesanato era uma atividade obsoleta e de vovó. A livre fruição do pensamento é, para Helen, um movimento tão natural ao trabalho manual como a técnica em si. Enquanto metade da energia está dispensada no fazer, a outra está em deixar a cabeça rodar. A estilista se comove com o tanto de ideia que habita cada ponto e se orgulha de ter conseguido conciliar, no trabalho do próprio estúdio, algo tão genuíno e prazeroso: gosta de produzir e gosta de pensar sobre o impacto de cada roupa feita.

Helen[9] não acredita que uma peça desenvolvida a partir de tamanha entrega pudesse ser usada apenas durante uma temporada. Ela se dedica para roupas que possam durar uma vida inteira. A estilista faz parte de uma família na qual as roupas são transmitidas entre gerações. O núcleo de desenvolvimento da marca em Porto Alegre é composto hoje por uma artesã-chefe e um time de 11 mulheres, reunidas após uma intensa busca por profissionais de altíssimo nível técnico que estivessem abertas às concepções de *design* propostas por Helen.

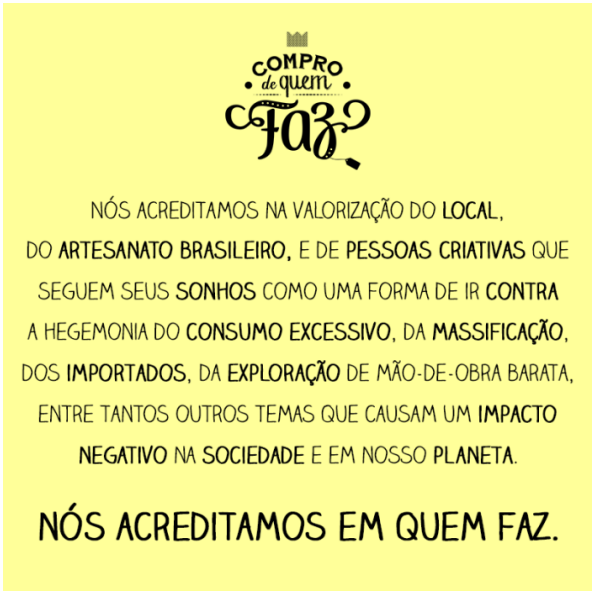
> As pessoas que estão comigo, além de maravilhosas em seus fazeres, são extremamente aguerridas. Passamos juntas por tempos árduos: fazer, desmanchar e reconstruir o caminho da criação exige muito de mim e de quem está perto. Mas as trocas são inúmeras, entre agulhas e histórias de vida. E formam um sentimento coletivo que se imprime em cada peça. Muitas das artesãs dominavam a técnica, mas não percebiam o quão longe podiam ir. Faço questão de mostrar todos os passos, até o desfile e a foto que é feita para a campanha. Quero que elas conheçam o potencial do que desenvolveram com as próprias mãos. Algo que ela atribui ao *design*: é um motor para ir além na feitura das peças. (RÖDEL apud CHAMIS, 2015).

[9] Vídeo disponível em: <https://vimeo.com/24927348>. Acesso em: 19 out. 2015.

Agulha, fio e mãos são os elementos que compõem o tricô e o crochê. E, nesses casos, a mão muda tudo, mais do que os próprios materiais: a natureza de cada pessoa e a tensão colocada em cada ponto geram resultados diferentes. Também é da essência do trabalho manual a disposição a movimentos constantes de tecer e de desmanchar, um vaivém por meio do qual se entende o desdobramento do tempo.

O artesanato mantém a identidade do ser humano que o faz. Recentemente, surgiu um movimento nas redes sociais que incentiva o artesanato e defende suas vantagens por meio de depoimentos de pessoas que trabalham artesanalmente. Todo produto feito à mão possui uma história, uma sensação específica e única daquele momento, uma energia própria. Por mais que o molde e a técnica sejam os mesmos é impossível reproduzir, copiar ou fazer igual. É a aura pertencente de cada peça, independentemente.

Figura 1 – Campanha do Movimento "Compro de quem faz"



Fonte: Fashion Revolution Brasil, 2015.

Néstor Garcia Canclini aborda, em sua obra *"Culturas Híbridas"* (2013), as idas e vindas da modernidade, os cruzamentos das heranças indígenas e coloniais com a arte contemporânea e as culturas eletrônicas. A história da Arte, a literatura e o conhecimento científico identificaram repertórios sobre o que seria ser *culto* no mundo moderno. Em contrapartida, a antropologia e o folclore, ao reivindicar o saber e as práticas tradicionais, constituíram o universo popular. Tanto os tradicionalistas quanto os modernistas intuíram a

construção de objetos *puros*. Os primeiros imaginaram culturas nacionais e populares autênticas, procurando preservá-las da industrialização, da massificação urbana e das influências estrangeiras. Já os modernistas, conceberam a arte pela arte, um saber pelo saber, sem fronteiras territoriais e confiaram à experimentação e à inovação autônoma suas fantasias de progresso. As diferenças entre esses campos serviram para organizar os bens e as instituições. O artesanato ia para as feiras e concursos populares, e as obras de arte, para museus e bienais. Canclini (2013) apresenta os conceitos *descolecionamento* e *desterritorialização* como forma de romper a formação de coleções especializadas de arte, cultura e folclore criadas na Europa moderna para organizar os bens simbólicos em grupos separados e hierarquizados, o culto e o popular. O autor defende que as culturas já não se agrupam em grupos fixos e estáveis e se mesclam na hibridez cultural.

Canclini (2013) afirma que as ideologias modernizadoras, do liberalismo do século passado ao desenvolvimento progressista, enalteceram esse compartilhamento maniqueísta ao imaginar que a modernização acabaria com as formas de produção, as crenças e os bens tradicionais. Os mitos seriam substituídos pelo conhecimento científico, o artesanato pela expansão da indústria e os livros pelos meios audiovisuais de comunicação. A relação entre tradição e modernidade hoje estabelece relações mais complexas. A categorização não ocorreu como o imaginado, tanto é que o tradicional, o artesanato e a cultura popular não só não desapareceram como ganharam visibilidade. O culto tradicional não foi apagado pela industrialização dos bens simbólicos.

Sobre o popular, é necessário preocupar-se menos com o que se extingue do que com o que se transforma. Nunca houve tantos artesãos, porque seus produtos mantêm funções tradicionais e desenvolvem outras modernas. Consumidores urbanos encontram, nos bens folclóricos, signos de distinção, referências personalizadas que os bens industriais não oferecem (CANCLINI, 2013). Para Canclini (2013), a modernização diminui o papel do culto e do popular tradicional no conjunto do mercado simbólico, mas não os suprime. Redimensiona a arte e o folclore, o saber acadêmico e a cultura industrializada, sob condições relativamente semelhantes.

Segundo Pitta (2013, p. 1), considerando o fato de o imaginário encontrar-se subjacente ao modo de ser e de agir dos indivíduos e das culturas, “é através do seu estudo que se pode chegar à compreensão do dinamismo que regula a vida social e suas manifestações culturais”.

Pitta (2013) traz, em sua reflexão, a interlocução entre o imaginário, a cultura e a comunicação e apropria-se do conceito de cultura de Muniz Sodré ao propor que a cultura visa designar o modo de relacionamento com o real, com a possibilidade de esvaziar paradigmas de estabilidade do sentido, de abolir a universalização das verdades, de indeterminar, propondo novas regras para o jogo humano. Esse conceito corrobora as especulações de Durand (2002), reagrupando diversas dimensões da cultura, como o papel seletivo da cultura em relação às possibilidades polimorfas do indivíduo, à tradução específica – a nível simbólico dos arquétipos universais, à imagem como motivada pelos costumes e pressões sociais. Para Durand (2002), a definição de "trajeto antropológico"[10] se faz fundamental para o conhecimento em profundidade de uma cultura, visto que a cultura comunica, e essa comunicação é essencialmente simbólica.

A tecnologia combinada ao artesanato na Era digital é o que define o termo (artesania pós-moderna), pois o artesanato está muitas vezes ligado à cultura e às tradições da região, com características de manufatura. Entretanto, propostas artesanais são muito interessantes e marcantes na atualidade, e o grande desafio, no entanto, é conectar ideias arcaicas e alta tecnologia. Conforme já mencionamos anteriormente, o mundo tecnológico cresceu muito nas últimas décadas, entramos na chamada "era digital", há quem diga "era pós-digital" (LONGO, 2014), e toda essa tecnologia assumiu uma grande importância no dia a dia das pessoas. Vivemos em uma grande rede social, e o fato é que, se não estivermos inseridos nela, ficamos alienados a muita coisa que acontece. Somos constantemente direcionados às mídias sociais e aos novos aplicativos, assim, existem, na internet, diversas redes sociais que unem grupos de pessoas com interesses comuns. Nelas, há uma enorme circulação de informações sobre temáticas distintas, troca de ideias, divulgação de produtos e serviços, etc. No caso, artesanato e internet, unem-se ao permitir a divulgação de um trabalho em proporções globais, possibilitando expor as atividades, ideias, conceitos e narrativas para todo o mundo, extraído do local para o global. Essas são as novas formas de comunidade, cujas afinidades coletivas atraem os seres afins em prol desse sentimento comunitário de identificação e pertencimento. Maffesoli (2010b) acrescenta que a fertilidade da imagem

[10] É o incessante intercâmbio que existe, no que diz respeito ao imaginário, entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas, emanando do meio cósmico e social. As imagens do trajeto antropológico têm uma universalidade que se modifica conforme o meio quando sai da imagem (arquétipo) e se tornam símbolo. O trajeto antropológico pode partir tanto da cultura como do natural psicológico, o essencial da representação e do símbolo, estando contido entre estas duas dimensões.

emblemática é potencializada pelo desenvolvimento tecnológico, nesse caso, internet e redes sociais. O artesanato que costumava deter-se a uma cultura local, enraizada em uma localidade específica, atinge uma visibilidade global. Basta haver a identificação.

2.3.3 O nomadismo potencializador

A Era moderna, cujo período fora disseminado pelos porta-vozes, com discursos de ódio e racismo, instituiu uma ideia de pensamento tão racionalista que foi possível esquecer o relativismo popular e a intensidade do ato de "pensar". Com isso, na transição para a pós-modernidade, foi travada uma batalha entre os que vivem as representações moralistas do *dever-ser* e os que optaram por se expressar, pensar e agir sobre o mundo. Maffesoli (2001b, p. 12) faz uma analogia ao afirmar que "um livro é escrito por aquele que o lê". É preciso de certo estado de espírito para captar a intenção e refletir sobre ela. Da mesma forma que o "pensador"' precisa fazer para participar da realidade de um mundo melhor. Não se trata da realidade das evidências (econômica e mercadológica), mas de uma realidade mais abrangente sobre o que é evidente, sendo um movimento duplo de resistência (à evidência, à cultura mercantilizada) e de submissão (ao que é evidente). Maffesoli (2011) enfatiza a necessidade de resistir a opiniões que mais parecem ladainhas de bons sentimentos, ao tentarem reduzir a fratura social para suavizar a infelicidade do mundo, como havia sido feito nos últimos dois séculos. Desde então, as exigências do mundo moderno traziam evidências, ou ideias convencionadas de fazer do trabalho o valor essencial da realização do indivíduo e do social, refletindo opiniões ou projeções daqueles que detêm o poder de dizer ou fazer algo.

Assim, essa resistência e submissão levaram a uma revisão do pensamento, usando uma visão intuitiva contra as vidências do momento, tal como o individualismo, desemprego e produtivismo, em prol da volta de estruturas arcaicas, como o nomadismo e a errância, considerados fundadores de qualquer conjunto social. A errância, além desse aspecto fundador, traduz bem a duplicidade da existência. Também exprime a revolta, violenta ou discreta, contra a ordem estabelecida, assim, a errância lembra a impermanência das coisas e a "sede de infinito" (MAFFESOLI, 2001b, p. 21). A pós-modernidade deve caracterizar-se pela volta de alguns arcaísmos, tal como o nomadismo.

Ambos, errância e nomadismo, polimerizam um pluralismo estrutural, relacionados com a pluralidade de valores e de papéis, levando a um politeísmo de valores,

que é a causa e o efeito de uma vida errante. A vida levaria a um encantamento pessoal e a um reencantamento do mundo. Essa abordagem, todavia, é alusiva em suas intenções, mas demonstra a potencialidade de um ciclo que está retornando, cujos valores estavam esquecidos. A pulsão da errância, tal como o nomadismo, funciona como fontes estruturantes sociais e favorecem o ato fundador. O errante possui a necessidade, em sua alma, de realização, com isso, afasta-se do lugar comum, aventura-se na busca de novos horizontes, busca também fugir da solidão decorrente da racionalidade mecânica da vida social moderna. A busca dessa liberdade é também a busca mística, comunitária da "experiência do ser", uma religação, que visa recuperar a unidade do ser com a natureza, do eu com o outro, o que levaria a uma visão mais ecológica e menos racionalista. Santos e Almeida (2012, p. 119) corroboram ao citar Lima (1995) que diz ser preciso "escutar a vegetação", numa elaboração e compreensão da ecologia arquetípica. Diante do tédio e da solidão, geram uma pulsão migratória e desejo de outro lugar. Viver pela errância significa viver por meio da não-fixação, seja na identidade, no lugar, no trabalho, nos papéis exigidos pela teatralidade social.

Maffesoli (2001b) afirma que a pulsão fundadora do nomadismo é movida pelo desejo de evasão. Principalmente em relação à não-fixação em uma profissão, à identidade, à família, ou mesmo a um sexo. Paradoxo ao tribalismo, cujo pertencimento está alocado no local, o nômade seria o vazio, ausência de estabilidade e substancialidade da existência. É a pulsão migratória da mudança de lugar, de hábito, de pessoas, de rotina.

Segundo Santos e Almeida, (2012, p. 119), o pensamento e conhecimento sensível depende de certa hermenêutica, uma forma de interpretação simbólica que, através das palavras, o outro tenha a possibilidade de vivenciar o encontro por meio da narrativa. Os autores fazem alusão ao espírito do viajante para explicar a mitohermenêutica sugerida por Ricoeur (1997), em que os apontamentos arquetipais são extraídos das combinações narrativas, imagéticas e simbólicas. Assim, mencionam os cuidados geográficos da paisagem com o espírito do viajante, em sua atitude, "aquele que deixa de seu lugar para mergulhar no lugar de outro, para investigar aquelas frestas, para olhar naquelas grutas, para descer, subir, entrar nos vales, caminhar e ir atrás das pessoas" (SANTOS; ALMEIDA, 2012). Sugerem os autores que a atitude do viajante deságua na do romancista. Não se trata de descrever etnograficamente, com isenção e neutralidade, mas de reelaborar sua experiência com a expressão das palavras, para que o outro tenha, por meio de seus arranjos narrativos, de suas imagens e símbolos, a vivência do narrado. Maffesoli (2010a, p. 193) aborda que o caráter

nômade se compõe à época atual tal como os contornos maleáveis, as práticas ambíguas, as ideologias movediças, os modos de vida nômades também atualizam a sensibilidade barroca[11] da época pós-moderna.

A tendência atual do nomadismo firma-se no presenteísmo, em romper fronteiras impostas pela sociedade da razão, na sedentarização da existência, no retorno da animalidade, do bárbaro e do selvagem. Na raiz dessa tendência, não há busca de sentido algum, há sim, o seu secreto silêncio e jubiloso abandono. O protagonista dessa experiência não é um sujeito individual, mas alguém à procura de uma vivência mística. Há uma misteriosa conexão entre a errância e a comunidade. É a força de um imaginário que não se contenta com a institucionalização racional e burocrática que possibilita o nômade a agir assim (MAFFESOLI, 2001b).

Arriscar por esse caminho, ser um nômade impulsionado por uma pulsão errante, significa desejar sempre outro lugar, afastando-se do lugar comum, do qual não se permita sentir pertencente por muito tempo. Com um pensamento que parece estar à frente, ou diferente do senso comum, um pensamento não sistematizado, o errante poderá ser o guia que conduz ao estado nascente de uma potência criadora futuramente. Ele mina imaginários com sua forma ousada de agir e pensar.

2.3.4 A narrativa tecnológica

As histórias são narradas desde sempre. Quem narra, narra o que viu, o que vivenciou, o que testemunhou, mas também narra o que sonha, o que deseja. O fato narrado tem uma parte mística, mítica, de ficção, de imaginação. O narrado dá sentido à vida para que se possa compreender a essência da condição humana. Assim, a narrativa é uma dialética entre o que se esperava e o que aconteceu, entre aguardado e emocionante, entre o canônico e o possível, entre a memória e a imaginação. Para Durand (2002), o mito é dinâmico e são narrativas dinâmicas que constroem, por meio do social, as novas efervescências cotidianas. Assim, é uma mistura de elementos que cria a narrativa, mas, entre ela e o fato narrado, intermedia-se um narrador, que é aquele que narra a história, atuando como um mediador

[11] Maffesoli (2010a) defende a volta do espírito barroco na pós-modernidade, cujo termo trata-se de movimento cíclico que estabelece um vaivém entre a estética funcional e uma estética mais vagabunda. Ou seja, enfatizar a necessidade do policulturalismo que o espírito clássico teve, por tendência, apagar.

entre o narrado e o ouvinte. Tem o narrador-personagem, que conta e participa dos fatos ao mesmo tempo. Nesse caso, a narrativa é contada em 1ª pessoa.

De maneira geral, é possível perceber que toda a narrativa possui elementos fundamentais para a qual ela possa existir, tais como tempo e espaço, que podem ser cronológicos/físicos, ou psicológicos. O tempo psicológico está ligado às lembranças, aos sentimentos interiores vividos, e retrata a vivência subjetiva. Esses elementos, relacionados entre si, formam o enredo, que é o desencadear dos fatos, a essência da história, em outras palavras, é o conjunto dos fatos de uma história.

O enredo também pode ser psicológico, no qual apresenta fatos interiores, fatos emocionais. Segundo Ganchos (2002, p. 6), muitas são as possibilidades de narrar, seja oralmente ou por escrito, em prosa ou verso, usando ou não imagens. Para que uma narrativa faça sentido, é preciso que quem a lê se identifique e tome como verdade sua mensagem. Ganchos (2002) chamou de verossimilhança essa lógica interna do enredo, que o torna verdadeiro para o leitor. Dessa maneira, a narrativa é um importante canal para o qual convergem distintas vozes, culturais, políticas, econômicas, sociais, sendo uma das formas básicas de organização da subjetividade.

Segundo Silva (2012), todo imaginário é uma narrativa, um desafio, uma narrativa inacabada, um processo, uma teia, um hipertexto, uma construção coletiva, anônima e sem intenção. As narrativas tecnológicas constituem e são constituídas pelo imaginário social do período. Assim, os indivíduos utilizam as tecnologias para desenvolver novas sensibilidades, para reestruturar seu contexto material, e sua experiência, em qualquer espaço, é um encontro complexo e mediado. A narrativa tecnológica é altamente seletiva e ressalta a dependência ou inevitabilidade do surgimento de uma nova formação social, devido a uma nova tecnologia ou conjunto de transformações tecnológicas. Desse modo, apesar de ser uma narrativa baseada no “impacto” dos aspectos materiais sobre a sociedade, ela geralmente desencarna, desmaterializa os artefatos, ao despreocupar-se dos detalhes técnicos e de sua contextualização. Sodré (2002) descreve que a narrativa pode ser reinterpretada para o fenômeno da aceleração temporal pelas teletecnologias. Da mesma maneira, isso pode acontecer no que se trata das narrativas tecnológicas, das quais procuram cobrir uma dimensão que se revela na medida em que consideramos o papel da tecnologia no processo, entendendo-a não apenas como máquinas e artefatos, mas como construções, que incorporam relações da sociedade e que transformam o mundo ao seu redor.

A tecnologia passa a ser utilizada com uma ferramenta de narração, porém, mesmo com a inovação, desenvolvimento de mais plataformas e maneiras de interação, a chave do grande sucesso está na construção de uma história. Isso porque a narrativa é um texto que busca expressar uma história real ou fictícia que mistura conteúdos reais e imaginários, que, de uma ou outra forma, possibilita a afinidade e identificação.

Silva (2012, p. 83) descreve as *narrativas do vivido* como proposta metodológica, com base na sociologia compreensiva de Weber. Essas narrativas são, de acordo com Silva (2012, p. 83), "biografias de atores sociais contemporâneos em movimento". Sob esse aspecto, o autor faz do narrador um pesquisador do imaginário que conta histórias da sociedade para a própria sociedade por meio do cotidiano, expressadas por uma produção simbólica cada vez mais pautada nas tecnologias de contato (mitificação, produção de imagens para consumo massificado). O narrador do vivido busca entender essa razão sensível sem comprovações, cuja narratividade ampara-se em sua condição inicial que é sempre afetiva e empática. Movido por um fragmento instigante de percepção afrontada, o narrador do vivido motiva-se a descobrir enigmas do cotidiano e revelar imagens latentes.

2.3.5 O tempo e o espaço *on-line*

Algumas questões transformaram-se nitidamente com a pós-modernidade, uma delas é a noção de tempo e espaço. Todavia, o tempo não é imutável e fixo. As formas como sentimos o tempo acompanha as transformações das sociedades, pois o tempo sentido, vivido, experienciado e fundado pelo cotidiano representa diretamente as conformações sociais. Por isso, quanto mais intensas e aceleradas as atividades, o tempo se representa igualmente mais corrido e acelerado. A noção de tempo tem sofrido uma ressignificação nas sociedades contemporâneas. Uma certa mudança do sentido existencial é um dos efeitos da subjetivação gerada pelo tempo comprimido do século XXI, estreitando o sentido do tempo em relação ao futuro, de maneira que a vida fica resumida ao presente, em que tudo só faz sentido naquele momento (GIANNINI, 2012).

Definitivamente, a pós-modernidade se caracteriza por deter a corrida do tempo (MAFFESOLI, 2010d). Dessa forma, acompanha-se a contração do tempo e do espaço, que deixam de ter definições separadas, em que um torna-se o outro, tal como apontou Einstein ao dizer que o tempo é apenas a dimensão do espaço. Como exemplo, o ecossistema animal e

seus ritos também possuem sua própria dinâmica temporal. Assim, a cada sistema temporal o espaço muda (SANTOS, 2006). Podemos associar isso ao ritmo social atual do presenteísmo, ao representar-se no hedonismo, na procura do prazer e no agravamento do emocional e do sensível, e, por outro lado, na exacerbação da imagem. O lugar faz com que o tempo tome forma, e essa Era é marcada pela prevalência da forma. Ou seja, para Maffesoli (2010a, p. 229), "são, portanto, o tempo e a imagem que delimitam a natureza para criar o espaço que limitam o tempo para criar uma duração coletiva". O espaço só tem sentido se for vivido com os outros, ele é tempo cristalizado. Essa proxemia da harmonia conflitual, o estar-junto, o consenso, o que se experimenta de perto e a experiência coletiva é que constituem a ética da estética (MAFFESOLI, 2010a).

O espaço social da pós-modernidade integra um território referente a uma materialidade mística. Tais como a tecnologia e a comunicação que possibilitam essa fusão entre o tempo e o espaço. Como sabemos, com a popularização crescente da internet nas rotinas cotidianas, uma parte da vida dos indivíduos passa a estar presente no espaço virtual, que tem a capacidade de aproximar culturas, idiomas e criar novas territorialidades simbólicas. As formas atuais de agregação social e os dispositivos de comunicação atuam como suporte para uma repaginação da forma como os indivíduos instituem as novas relações interpessoais. Corroborando, Maffesoli (2010a, p. 230) cita que "sem falar da aldeia global, é certo que o desenvolvimento tecnológico de ponta dá uma outra perspectiva do espaço social, uma perspectiva diferente do isolamento ou da gregariedade às quais estamos acostumados".

Ao viver na Era pós-digital, como nomeia Longo (2014), liderada por computadores pessoais e celulares *smart*, utilizados com intensidade no cotidiano, o espaço virtual passou a ser um ambiente comum ao indivíduo, o qual o mantém conectado socialmente. Nesse sentido, as redes devem ser consideradas como a inscrição espacial da multiplicidade de gostos, de modos de vida, de paixões, de experiências, que fazem da sociedade o que é. A rede das redes cria malhas invisíveis de uma relação proxêmica. Esse espaço comum faz com que todos se influenciem dos mesmos valores, como consumidores de objetos ou laços simbólicos, idênticos para todos (MAFFESOLI, 2010a, p. 230-231). Esse modo tecnológico da sociedade pós-digital institui uma nova condição, uma nova dimensão espacial que insinua não só o desenvolvimento de processos culturais, mas também novas formas de vivência.

A dimensão de espaço, de natureza virtual que resulta na relação entre o homem e o computador configura o ciberespaço. Essa virtualização do espaço não interfere somente na natureza do espaço, pois também aumenta o sentido da presença, possibilitando uma nova área de experiências. Para viver essas experiências é preciso a conexão entre o mundo físico e o mundo virtual, do qual o intermediador é o computador, a internet, as interfaces e os aplicativos, que aumentam consideravelmente a conexão entre esses espaços. Assim, locutor e interlocutor estão virtualmente na mesma situação espaço-temporal. Em termos metafóricos, Maffesoli (2010a, p. 231) disserta que o "espaço que nos ocupa é um conjunto complexo constituído, ao mesmo tempo, pela materialidade das coisas (ruas, tráfego) e pela imaterialidade das imagens de diversas ordens. É o que faz desse conjunto uma ordem simbólica". Por isso, o espaço não é possuir somente uma grandeza geometricamente compreensível, mas de maneira holista, simbólica, cujos componentes fazem uma comunicação que pode não ser verbal.

Os espaços são lugares emocionalmente vividos, pois um grupo se constitui a partir de um lugar e da força espiritual que há nele. Conforme abordou Maffesoli (2010a, p. 239), esse "gênio do lugar" acentua o *ethos* ligado a um espaço. Há uma ligação irreprimível e inquebrantável entre o prazer estético (a emoção comum) e a harmonia física e social (MAFFESOLI, 2010a). As transformações tecnológicas são responsáveis por transformar os hábitos e maneiras de viver da sociedade e interferem diretamente nas noções contemporâneas de tempo e espaço. Estamos num mundo no qual partilhamos tudo com todos, um mundo afetual e emocional cuja inscrição espacial, seja ela física ou virtual, é uma verdadeira memória coletiva. Cada espaço é possuidor de mística, uma força espiritual envolvente por meio de um formismo, que encerra e limita, cujo invólucro protetor fortalece a socialidade das tribos pós-modernas. O espaço pode, muitas vezes, garantir a continuidade social através de um espaço vivido em comum, onde as emoções, afetos e símbolos representam a vida coletiva em que esse espaço permite a identificação.

2.3.6 O objeto com aura

A concepção atual sobre o objeto é contrária ao período moderno, no qual se questionou o consumo e a sociedade rogada por objetos inertes que reinavam absolutos. Os objetos que nos rodeiam frequentemente têm por função nos acostumar às estranhezas da

natureza, facilitando a reversão entre o mundo da natureza e o mundo da sociedade, apresentando sua unidade (MAFFESOLI, 2010a). Assim, para que existam interações que constituam o mundo social, faz-se necessário um lugar no qual possam se exprimir, tal como os objetos, a moda, a tecnologia.

O objeto banal envolve-se de mistério e torna-se fonte de encantamento, o que permite a comunhão. Desse modo, segundo Maffesoli (2010a, p. 248), "o objeto misterioso, epifanizado pelo artista, tem essa função: ele favorece a agregação pela admiração que suscita", isto é, nossa relação com o mundo passa pelo objeto. Este, por sua vez, possui funções espirituais de criar comunhão pelo mistério e favorecer um conhecimento intuitivo do mundo circundante, por ser anódino e expressar mínimas coisas da vida cotidiana, mas que contemplam o mundo no seu todo. O homem é incitado a interligar-se entre os mundos material e espiritual para viver as coisas de modo orgânico, dessa forma, é o objeto que conecta a parte mundana à natureza e suas inúmeras modulações sociais, assim como a outra parte que é a ligação com o outro, essa condição de possibilidade de convivência com os outros.

É essa perspectiva formista que possibilita os aspectos religantes dos objetos simbólicos e sua carga simbólica a participarem da "harmonia conflitual" entre o natural e o social, característicos do mundo. O objeto, com sua barroquização, não se encontra mais à mercê de sua simples funcionalidade, ele é epifanizado por meio de formas imagéticas, tornando-se efervescência pura. Essa força do espírito (natureza) invade a matéria, moldando formas e texturas que não se pode controlar nem ser controlada, sua disseminação difrata-se ao infinito em busca de contemplação. O vitalismo incontrolável só pode ser atingido nos templos de consumo (lojas de departamento, hiper-supermercados), tais como os templos de religião, de cultura, de arte, que dizem conter o estado religioso da alma, inspirado pelas qualidades transcendentais da divindade. Assim, é com o objeto. De acordo com Maffesoli (2010a, p. 252), "por meio de objetos um pouco diferentes, esses arquétipos de Beauborg e Mammouth preenchem exatamente essa função; há barbárie neles, eles esmagam muitas coisas (preços, gostos, solidão) mas não deixam de fortalecer a fusão", favorecendo a interação das coisas que estão na base, na cultura. Dessa maneira, o autor percebe o objeto enquanto criador de comunidade, o que Durkeim chamou de objeto-emblema que cria ao redor de si a renovação (1968 apud MAFFESOLI, 2010a).

Segundo essa perspectiva, o objeto é mantenedor de uma força intrínseca, vital, que mesmo estático é dinâmico e é esta a força de criação natural do ‘objetal’. Maffesoli (2010a) atualiza a ideia de Benjamin (2012) ao afirmar que a reprodutibilidade não traz mais a perda da aura aos objetos contemporâneos, visto que eles conseguem projetar uma nova fase que verá, no objeto anódino (insignificante), a discriminação de sua aura específica (carga emocional, força coagulante), coisas que colaboram com a dimensão estética da existência. Maffesoli (2001a) defende que os objetos em sua nova forma de olhar, elaboram uma nova ordem simbólica.

Essa replicação do objeto contamina o conjunto das sociedades que, ao expandir-se, difunde a aura sagrada que o envolve. A partir disso, no mundo contemporâneo, o objeto serve de referencial, sinal, vestígio, de lugares de encontro, de espaço de segurança pela aura sagrada que o defende, faz e indica o sentido, constituindo uma atmosfera. Assim, o objeto é um componente da vida pós-moderna cuja transcendência pode fazer um “efeito do sentido solidificado” (MAFFESOLI, 2010a, p. 254) e criar identificação. Maffesoli (2010ª, p. 254) continua a falar dos objetos, “contamo-los sem parar. De modo lancinante, dos mitos às versões, ao mesmo tempo múltiplas e essencialmente idênticas, o objeto é o fundamento dessas pequenas histórias que fundam as tribos”. Independentemente do propósito, a recitação é igual, de constituir um *ethos* fusional que delimita o campo de identificação. O objeto tem por função ambientar a natureza, torná-la familiar e suavizar sua estranheza, cuja sua criação contínua transforma tudo e todos, conduzidos por uma lógica de identificação específica.

A estética é caracterizada por um ambiente de uma determinada época. Como já dito anteriormente, a estética racionalista, da minoria, foi própria da modernidade. Nos tempos atuais, a estética ampara-se numa perspectiva ampliada, priorizando o banal, o papel do comum e o cotidiano, no qual a vida é vertiginosa, experimenta-se com as outras inúmeras emoções e sensações diversas. A moda, o *design*, com o passar do tempo, passaram a se preocupar com a importância estética dos objetos ao entenderem que eles são expressões de sentimentos comuns. Por isso, o fator vitalista da estética serve também como elemento estrutural que liga beleza e funcionalidade, é isso que está na base do objetal. Consoante Maffesoli (2010a, p. 259), “o objeto não é algo inerte, ele tem uma lógica interna que o integra a um plano de conjunto. Quer seja industrial, artesanal, produção ou consumo, é impelida por uma dinâmica social que ultrapassa e opõe-se às motivações e aos desejos do produto”.

Ou seja, o excesso de objeto, sua obsolescência, faz com que eles mesmos se revoltem e criem uma nova ordem simbólica, encontrando sua função estética que é de experimentar emoções e gerar uma vibração comum. Assim, o objeto ajuda a condensar essa vida social flutuante e a criar uma estética não somente por seus aspectos práticos, mas pela possibilidade de incorporação do sensível. Pode-se dizer, então, que o objeto pós-moderno, por meio de sua funcionalidade, garante coesão, servindo de cimento para que o corpo social seja o que é.

Debaixo do meu chapéu, é o lugar onde abrigo os meus sonhos
debaixo do meu chapéu, escondo minhas lágrimas
mas também guardo meus sorrisos.
debaixo do meu chapéu carrego perguntas cuja respostas não tenho.
debaixo do meu chapéu tem tantas coisas que quase não cabe mais!
debaixo do meu chapéu tem uma cabeça e um coração.
(Ana Paulino)

3 METODOLOGIA

3.1 POR UMA METODOLOGIA COMPREENSIVA

Esta pesquisa terá como foco metodológico a compreensão e não a explicação, a observação de como "é" e não como "deve ser". Deve basear-se na razão sensível, no pluralismo de ideias, na valorização do cotidiano e da vida social. É isso que visa à fenomenologia, ao fazer uso de um instinto aguçado para chegar ao âmago das coisas. A sociologia compreensiva (ou do conhecimento) abordada por Michel Maffesoli (2010d), em seu livro *"O Conhecimento Comum"*, faz uma introdução ao método que visa descrever o vivido, que reconhece, nos detalhes da vida cotidiana, a força da potência social. O autor parte de conceitos sociológicos referidos em Durkeim e, sobre o método, traz Max Weber.

A vida social supera qualquer condicionamento estrutural. Maffesoli (2010d, p. 9) adota, como ele mesmo cita, uma "metodologia iniciática, que avança pelas margens, passando de um segredo a outro, muitas vezes recuando para melhor saltar". Assim, a concepção maffesoliana sobre o saber sociológico distancia-se da ciência positivista. O autor reforça que toda a experiência possui saber cognitivo, no qual tudo pode ser método, tudo pode ser o caminho e tudo pode ser útil à sociologia. Fica clara a rejeição do historicismo. Para ele, o essencial percebe-se na invariabilidade do homem em sociedade, no retorno, nas grandes constantes da condição humana, como se só o presente (igual a si mesmo e sempre) merecesse atenção. Maffesoli (2010d, p. 18) corrobora Spinoza ao afirmar que "nada a admirar, por nada chorar, mas empenhar-se em (a) tudo compreender".

Segundo Cidreira (2014), a especificidade da abordagem compreensiva consta em atribuir uma atenção especial aos dados qualitativos, integrando o observador e o observado nos procedimentos de observação. Também está atenta a pesquisar as significações das ações perto dos atores concernidos, o quadro da vida cotidiana, por exemplo, a analisar as contradições e a compreender o singular. Nessa perspectiva, o trabalho de Simmel (2008) é

considerado, por muitos, como o primeiro sopro em direção à observação de fenômenos tidos como periféricos, inscritos no decorrer da vida de todos os dias, tais como o esporte, a dinâmica da cidade, a moda.

A sociologia compreensiva faz interpretações abstratas para explicar uma variedade de fatos e evidências coletadas. Bem além do conceito fechado, totalitário, irrefreável, refugam a noção, a metáfora, a analogia e a correspondência que representam o discernimento do conteúdo cotidiano. Lembrando que, com base no viés estudado, não somos produtores de doutrinas e verdades absolutas, mas, em conhecimento, somos produtores de probabilidades, possibilidades e hipóteses (SILVA, 2012).

Tal como Maffesoli (2011) sugere, é preciso que trabalhemos em prol da elaboração de um empirismo especulativo, ou seja, a produção de uma razão sensível capaz de considerar elementos importantes e diversos da prática social. Essa forma de produzir conhecimento é arrojada e envolve riscos, pois deixa de lado a zona de conforto do pensamento convencional.

Maffesoli (2011, p. 19) afirma:

> Tudo isso exige que se saiba exercitar um pensamento arrojado capaz de correr riscos. Mas o interesse do conhecimento merece-o. Tal sensibilidade teórica adapta-se mal às abordagens convencionais, que de maneira geral, dominam a produção intelectual. De onde o aspecto por vezes insólito do procedimento e das vias escolhidas aqui. Estas podem chocar ou desencorajar. Com audácia, sacodem as certezas e não se dobram aos clichês dogmáticos de qualquer ordem. Como esses fatos é preciso ser teimoso, perseverar, andar caso necessário na contramão, pois as histórias humanas nos ensinam que os pensamentos inaturais estão bem mais aptos a dar conta e a compreender o que as teorias estabelecidas percebem com dificuldade.

A ótica formista de Maffesoli (2011) possibilita quadros de análise baseados na manifestação de algo que é, e não no que *deve ser*. Dessa forma, a sociologia pode constituir-se de "poder espiritual" com capacidade de apreender e designar, de modo menos falso ou inexato, o acordo dos espíritos. Afeto e razão mesclam-se. Uma razão que emerge da vida vivida. É pelo "formismo" que o autor tenta entender o poder do Universal e do Particular, sendo que essa noção é, primeiramente, um pensamento da globalidade. Compreende-se, então, que a forma se refere à maneira como algo que se apresenta no presente e não o que está em sua totalidade. O formismo permite destacar as características sociais sem deformá-las em demasia. O termo recusa a visão estática do mundo e, na visão de Durkheim, "é a forma do todo que determina a das partes" (1968 apud MAFFESOLI, 2010d, p. 112).

A investigação sociológica leva em conta tudo o que, num dado momento, constitua uma expressão local do discurso do social. A apreensão conjunta da dinâmica e do estático, operantes em todas as sociedades, assinala a existência do vasto campo que se oferece a uma interrogação não reducionista. Ao permitir uma atitude compreensiva, a analogia abre caminho à integração da reflexão intelectual e à organicidade societal. O teórico/sociólogo será aquele que chamará a atenção para a polifonia da vida social. Este, que se propõe a descrever a vida social por meio do inteligível e do sensível, deve reintroduzir, na análise, dimensões míticas e imaginárias. Esse método aberto permite uma captação do "fôlego social" (MAFFESOLI, 2010d, p. 95).

Existe, efetivamente, um conhecimento empírico cotidiano que não pode e não deve ser dispensado. Maffesoli (2010d, p. 196) afirma que "esse saber-fazer, saber-dizer e saber viver, todos dotados de tão diversas e múltiplas implicações, constituem um dado cuja riqueza, a fenomenologia, tem com inteira justiça, posto em prática". O conhecimento também é fruto da experiência, da vivência e dos aprendizados cotidianos. Segundo Maffesoli (2010d, p. 216), "o corpo individual e/ou coletivo faz a experiência do mundo, faz experiências com o mundo". Nessas experiências, há a comunicação com o mundo, que Maffesoli (2010d) chamou de empatia. Esta equivale a uma comunicação intuitiva, remetendo a um sentimento cósmico ao colocar-se no lugar do outro para poder compreendê-lo.

Uma vez que o resultado dessas reflexões acerca da diligência sociológica é justamente a vida recomeçada, cabe nos determos a essa visão cíclica das coisas. O pressuposto básico consta da consideração da vida social pelo que ela é, e não em função do que ela deveria ser. Trata-se de reconhecer que bem ou mal, há uma aceitação da existência. Para a perspectiva cíclica, quer a atribuamos à divindade ou à natureza, é certo que o homem, no seu interior, é sábio, um princípio fundamental que se faz entender a "teimosa" perduração da vida em sociedade. Maffesoli (2010d, p. 77) diz que:

> [...] como se pode ver, estamos distantes da visão universalizante do positivismo dominador. Indo de encontro a uma visão triunfalista, que crê que tudo pode abarcar, uma sociologia compreensiva (aqui delineada) participará do que chamamos de "transcendência imanente", aquela que brota do próprio corpo social. Nessa perspectiva, não possuímos a verdade, mas habitamos, interiormente, uma 'certa' verdade.

Para Silva (2012), a sociologia compreensiva se apoia no discurso do social. O pesquisador atua como mediador que faz falar o social, o pesquisador, deverá também realizar

a narrativa do vivido, cuja captação da narração envolve as técnicas de observação participante, participação observante, pesquisação, histórias de vida ou entrevistas dialógicas.

Buscaremos, então, descrever a atuação das redes sociais enquanto dispositivos do imaginário e sua potência simbólica nas novas formas de criação de moda, tendo como estudo de caso o chapeleiro Du E-holic. Iniciamos com uma revisão bibliográfica sobre o mundo contemporâneo (passagem da modernidade para a pós-modernidade), baseada em Bauman (2001, 2008), Lipovetsky (2004), Maffesoli (2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2011) e Giddens (2012). Cada autor com suas perspectivas ora convergentes, ora divergentes dialogam sobre o assunto proposto. Entretanto, tomaremos como direcionamento principal a abordagem do autor Michel Maffesoli e sua noção de pós-modernidade. As noções maffesolianas pós-modernas trazem teoricamente termos fundamentais para o entendimento desta pesquisa, tais como tribalismo, pertencimento e identificação. O imaginário, tema central desta pesquisa, é apresentado sob as explanações de Durand (2002), Maffesoli (2001a) e Silva (2012), complementado com uma exposição de poder e potência até chegar à potência simbólica de Cassirer (2001). Foi necessário destacar a sociedade atual tecnológica, na qual se incluem as tecnologias do imaginário, o ciberespaço, as relações sociais digitais (redes sociais), conduzidas por Longo (2014), Maffesoli (2010c), Silva (2012), Castells (2013), Felinto (2006), Vergili (2014) e Recuero (2009). Entender a moda contemporânea também se demonstrou relevante, visto que a aplicação desta pesquisa tem como foco a área da moda, cujo enfoque teórico foi mediado por Simmel (2008), Baldini (2006), Gwilt (2014), Cietta (2010), Maffesoli (2010b), Castells e Cardoso (2005). Para realizar essa conexão da sociedade pós-moderna com as intenções fenomenológicas de análise, foram propostos *Seis Caracteres Essenciais* para conduzirem a reflexão desta pesquisa, sendo eles: *sustentabilidade virtualizada; artesania pós-moderna; objeto com aura; nomadismo potencializador; narrativas tecnológicas* e *tempo e espaço on-line*. Esses elementos servirão de diretrizes para o entendimento das redes sociais como dispositivos do imaginário e potencializadoras simbólicas de novas formas de criação de moda. Por fim, a aplicação dos *Caracteres Essenciais* no estudo de caso com o chapeleiro Du E-holic, tendo como metodologia a sociologia compreensiva de Max Weber, utilizada também por Maffesoli (2010a) e Silva (2012).

3.2 MÉTODO DE PESQUISA: DELIMITAÇÃO, DESENHO E TÉCNICA

A estratégia de pesquisa adotada para o desenvolvimento deste estudo é a realização de um estudo de caso. Conforme Yin (2001), o estudo de caso é uma análise empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto de vida real. No processo de coleta de dados, o estudo de caso pode recorrer a várias técnicas de investigação qualitativa, como observações, entrevistas, relatórios, diários de bordo, dentre outros.

O objetivo é justamente estudar o caso do chapeleiro Du E-holic, por meio das narrativas publicadas em suas redes sociais *Facebook* e *Instagram*, cuja seleção se dará por meio da participação observante (acompanhamento diário dos acontecimentos compartilhados na rede). O conteúdo das narrativas analisadas é equivalente às legendas, às imagens de seus *posts* e aos comentários de seus seguidores, provenientes das postagens publicadas pelo próprio chapeleiro. O material analisado foi retirado da internet (INSTAGRAM DU E-HOLIC, 2015; FACEBOOK DU E-HOLIC, 2015) no período entre maio de 2014 a maio de 2015. Esse período foi determinado pela frequência considerável de publicações realizadas por Du E-holic, o que permitiu maior acesso a seus conteúdos, cujas publicações se aproximavam a um diário de bordo (do *Projeto Chapeleiro Sem CEP*), visto que, geralmente, não há linearidade em suas publicações. A análise terá como premissa entrecruzar as narrativas selecionadas com os *Seis Caracteres Essenciais* propostos no referencial teórico. Assim, o método deste estudo se dará da seguinte forma:

a) Construção do referencial teórico e da proposta dos *Seis Caracteres Essenciais* para análise fenomenológica;

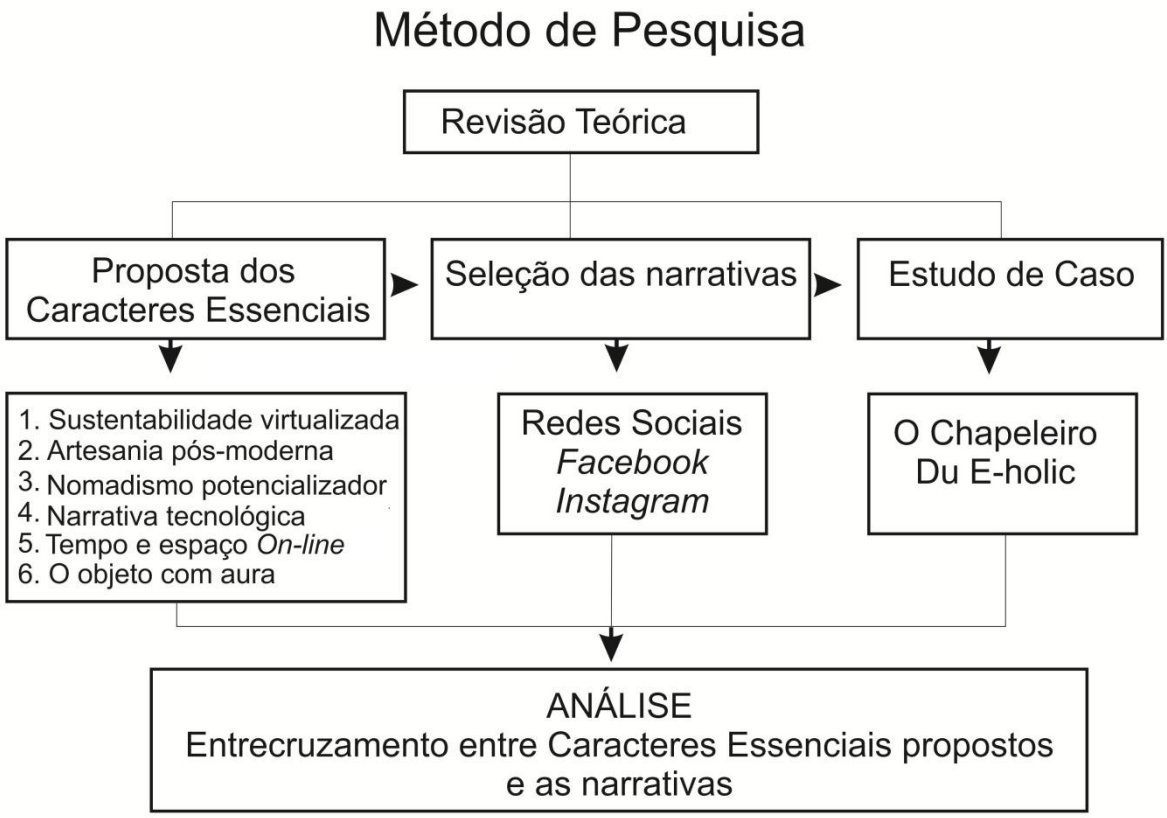
b) Seleção das narrativas do chapeleiro Du E-holic, nas redes sociais *Facebook* e *Instagram* (entre maio de 2014 e maio de 2015), por meio da participação observante;

c) Entrecruzamento do material selecionado com os *Seis Caracteres Essenciais* propostos pela autora no referencial teórico;

d) Análise qualitativa do estudo de caso com base nos preceitos da sociologia compreensiva.

O desenho de pesquisa apresentado na figura 2 possibilita uma visão ampliada de como o método foi idealizado.

Figura 2 – Desenho da Pesquisa



Fonte: Elaborada pela autora, 2017.

Para Silva (2012, p. 83), "método é o caminho que se faz caminhando". Metodologia é um conjunto de procedimentos adotados para abrir esse caminho e as técnicas são maneiras de coletar os dados por meio de instrumentos específicos.

Este estudo possui dois tipos de narradores. O narrador estudado (Du E-holic), que utiliza das narrativas para efetuar sua mensagem nas redes sociais, por meio de seu produto (chapéu), e que, segundo Ganchos (2002), é um narrador-personagem, pois conta a história na qual é participante, sendo narrador e personagem ao mesmo tempo. E a narradora (pesquisadora) do vivido (SILVA, 2012), que tentará decifrar as narrativas apresentadas, considerada por Ganchos (2002) como narradora-observadora, a qual conta a história como alguém que observa tudo o que acontece, transmitindo os fatos ao leitor.

Esta pesquisa de caráter sociológico envolve teorias sociológicas, como a teoria do imaginário, entretanto, cabe ressaltar que a delimitação deste estudo é referente à moda, pois o campo de aplicação dos resultados direciona-se à área de moda.

Confie em mim, trabalhe no que você ama
Permita-se!
(Durval Sampaio)

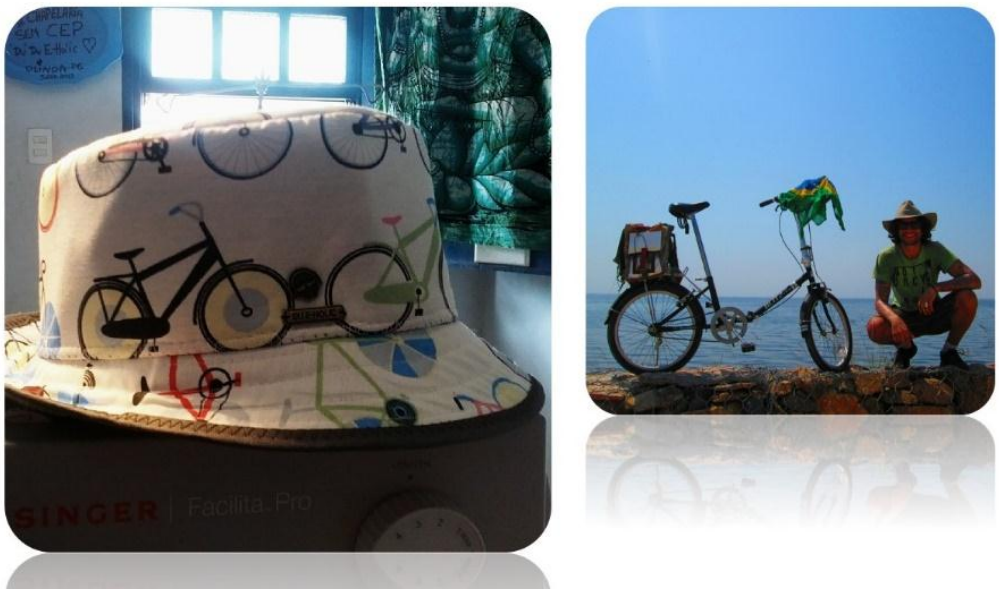
3.3 ESTUDO DE CASO: *DU E-HOLIC, O CHAPELEIRO SEM CEP*

Esta pesquisa tem como objeto de estudo a história de vida do empreendedor *Du E-Holic, O Chapeleiro SEM CEP*, que, em 2013, deixou São Paulo, em seu furgão 1952 e com uma máquina de costura, para uma volta pelo Brasil, tendo como motivação a produção de chapéus exclusivos, feitos como antigamente. Uma busca pessoal "a volta é pelo Brasil, mas a travessia é interna" permite uma mudança na forma de conceber produtos, livres da utilização de tendências direcionadoras e repletos de significados (contemplados pelo tempo, espaço e alma). Maffesoli (2010a, p. 155) faz uma analogia em que o véu e o chapéu "são indícios de uma socialidade que esconde seu laço secreto na exacerbação de uma aparência teatral". Desse modo, independentemente das características individuais, os hábitos, gestos e feições vão variar conforme máscaras de adaptação social. A aparência social mescla a objetividade habitada por uma subjetividade interativa que compõe o estar-junto.

Pensar na confecção de produtos que não estão no auge do consumo, tal como os chapéus, aliados à exclusividade de cada item, já os torna diferente. Entretanto, com base na atitude nômade do chapeleiro e em suas produções, exercidas em um tempo e espaço diferenciados, pressupõe-se que suas ações são captações de um imaginário latente. Para Maffesoli (2010b), a sensibilidade coletiva ultrapassa a atomização individual e suscita as condições de possibilidade para uma espécie de aura dos novos tempos pós-modernos, que vai particularizar uma ou outra época, como a aura teológica na idade média, a aura política do século XVIII, ou a aura progressista no século XIX.

É possível que assistamos agora à elaboração de uma "aura estética", na qual se reencontrarão, em inúmeras proporções, elementos que remetem à pulsão comunitária, à propensão mística ou a uma perspectiva ecológica. A ética da estética visa o prazer e o desejo de estar-junto sem objetivo particular ou específico, experimentar junto emoções, participar do mesmo ambiente, comungar dos mesmos valores, perder-se, numa teatralidade geral, permitindo, assim, a todos esses elementos que fazem a superfície das coisas e das pessoas fazer sentido (MAFFESOLI, 2010b). A figura 3 mostra a mistura que o perfil nômade do chapeleiro o integra com seu modo de vida e com as criações que realiza.

Figura 3 – Chapéu e Estilo de Vida



Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015.

Consoante Maffesoli (2007), o imaginário é uma energia, um patrimônio de grupo, uma fonte comum de sensações, de lembranças de afetos e estilo de vida. Na perspectiva de Silva (2012), o homem age e materializa, porque está mergulhado em correntes imaginárias que o empurram contra ou a favor dos ventos. A energia movida que antecede o surgimento da tribo ou do microgrupo é o que torna a criação plena.

Com base nisso, Maffesoli (2010b, p. 165) afirma que "a constituição em rede dos microgrupos contemporâneos é a expressão mais acabada da criatividade das massas". O Chapeleiro Du E-holic, com sua forma diferenciada de produção, agrega aos produtos uma narrativa, uma história. Ele traz consigo a "aura", o encantamento, cria chapéus que cultuam a alma, refletindo imaginários. Ele, por si só, torna-se uma referência que compõe o conceito de seus produtos, através do seu estilo de vida. Por isso, a escolha de Du E-holic para exemplificar outro método de produção desacelerado e que perpassa a ideia de produto somente como mercadoria de troca.

A figura 4 traz a contemplação de Du E-holic pela natureza e seu envolvimento com ela. Trabalhar nesse espaço impulsiona o poder criativo de qualquer criador, cujo próprio cenário já se torna inspirador. A narrativa, nesse caso, mistura o ofício do costureiro à contemplação do natural. Costurar chapéus, costurar histórias, costurar narrativas e constituir a alma, representar o vivido através de um chapéu.

Figura 4 – Costurando chapéus

Fonte: Facebook Du E-holic, 2015.

A construção do nome da marca, *“Du E-holic”*, vem de Durval, seu nome, e E-holic, de viciados em música. Maffesoli (2010b) traz como metáfora a música, que pontua vários momentos da vida social e é “falante” ao máximo. A referência do barroco com a música traduz uma obscuridade clarificante, um ritmo social chocante, sensível, um ritmo que integra o lado obscuro que é também própria do homem e da sociedade. Durval sempre gostou de se vestir de maneira peculiar, mas não encontrava chapéus do tamanho da sua cabeça, maior que a média brasileira. Como solução, pegou a máquina de costura de sua mãe para começar a produzir com as próprias mãos os seus chapéus e, em pouco tempo, já estava criando chapéus para seus irmãos, amigos e amigos de amigos. Em um encontro da pesquisadora com o criador, numa entrevista informal, em janeiro de 2015, Du E-holic contou que, há muitos anos, trabalhava com sucata industrial em São Paulo e ganhava um bom dinheiro, porém, não se sentia realizado e, despretensiosamente, começou a fazer chapéus para ele mesmo. Assim, descobriu sua paixão pela costura e pelos chapéus. Desde então, ganha a vida produzindo-os. Seu lema de vida é “confie em mim e trabalhe no que você ama”. Além disso, uma das maiores características de Du E-holic é a capacidade de reinventar-se. Possui um perfil de aventura e errância, reinventando sua rotina de vida sempre que sente necessidade, tal como o nômade que precisa da mudança, de outro lugar. *Atelier* na Vila Madalena, Viagem Sem CEP, Tucuruvi, Viagem para Alemanha, Marrocos e África,

Mairiporã (Roça), França. Talvez essas reinvenções soem como atos de resistência aos ideais de um sistema de moda do qual não compartilha. Tal como os *flaneurs* e os dândis do século XIX (BENJAMIN, 1994).

O método produtivo de Du E-holic diferencia-se, primeiramente, porque seus produtos são concebidos fora de um ambiente industrial/fábrica. São verdadeiras obras de arte produzidas de forma primitiva, mas com maestria. Em sua travessia pelo Brasil e por países vizinhos, inúmeras cartolas foram criadas pelos lugares em que passava. Com uma máquina de costura caseira e sempre ouvindo uma música inspiradora, tentava repassar ao chapéu a experiência do vivido, da cultura local, do povo, das cores, das paisagens, dos materiais peculiares encontrados somente naquela região. A matéria-prima utilizada também tem uma história, um valor. Muitas delas foram recolhidas por ele mesmo num passeio, na rua, na feira, no descarte, ou num mercado público. Cada cartola leva em média duas horas para ficar pronta, e não existe uma igual a outra, são exclusivas.

Os chapéus são produzidos em outro tempo, não o tempo mecânico ao qual estamos acostumados da hora/relógio, da cronometragem. Refere-se ao tempo da música ouvida, do ambiente itinerante ao qual se encontra, do fim de tarde, da natureza, do estado de espírito do criador e da velocidade de seus pensamentos. Suas inspirações não são as tendências de moda que direcionam o mercado. São as viagens, as culturas que conhece, as músicas que descobre, os sons, as paisagens, os registros fotográficos, as experiências vividas. Cada modelo tem um nome e uma etiqueta com a música que serviu de inspiração na criação, escrito à mão, por ele. Nessa etiqueta interna, também consta o local onde o produto foi desenvolvido. Os modelos contêm uma narrativa, uma história detalhada de onde foram produzidos, a música de inspiração, as sensações e sentimentos do criador no ato da criação. Essas narrativas não acompanham somente os produtos, mas também as experiências cotidianas do chapeleiro onde quer que esteja.

As redes sociais (*Instagram* e *Facebook*) permitem que os seguidores de Du E-holic acompanhem essas narrativas, curtam e comentem suas postagens, que se misturam entre vendas de chapéus e aventuras pessoais. As redes sociais participam como fio condutor na fomentação dos imaginários latentes socialmente. É interessante observar que os comentários de seus seguidores nas redes sociais, talvez, mas não necessariamente, consumidores, reportam-no como um ser heroico, de luz, vencedor. Para Durand (2002), o imaginário é simbólico, imponderável e está na origem da realidade.

Figura 5 – Du E-holic em seus locais temporários. Comentário de seus seguidores na rede social

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015.

Observando seus seguidores na rede social *Facebook*, a quantidade de curtidas, nas descrições de suas aventuras e *posts* de fotos dos lugares que visita, mostra que suas ações estão receptivas a um sujeito que se identifica com essa experiência. Segundo Maffesoli (2001a, p. 67) "esse momento de vibração comum, de sensação partilhada, eis o que constitui o imaginário". Pensando que muitos que o seguem gostariam de viver uma experiência semelhante, ou admiram sua coragem em trabalhar com o que ama e ter uma vida mais despojada, livre das regras do sistema, seja qual for a sensação que o atrai, não necessariamente consciente, é através da identificação que essa subjetividade se consolida. Esse movimento de identificação subjetiva e inconsciente é um dos momentos mais ricos que precedem a organicidade. Conforme Maffesoli (2010b, p. 165), "existe uma 'lei' sociológica que leva a julgar todas as coisas com base no que está instituído. Essa carga nos faz passar ao largo do que está em vias de surgir. O vai-e-vém entre o anômico e o canônico é um processo que não descobrimos toda a riqueza".

Nesse sentido, de acordo com Moraes (2008), a comunicação tornou-se global por conta das novas tecnologias, como o advento da internet que abreviou o tempo de vida das ideias. O tempo de metabolização também foi radicalmente reduzido, chegando ao conceito que Bauman (2001) denominou como "tempo líquido". Com a realidade desse cenário

dinâmico, inúmeras realidades interagem concomitantemente, em que o consumidor traz intrínseco, na sua vivência pessoal, experiências de afeto e motivação. Isso tende a contatar-se com a multiplicidade dos valores e dos significados das culturas à qual pertence. Para atuar em um cenário complexo e dinâmico como o atual, é preciso sair da linearidade e tecnicidade.

A subjetividade adjacente, trazida pelo imaginário, depende do profissional, ao estender-se além do palpável e ao tentar captar a complexa codificação gerada pelos aspectos subjetivos sociais. Assim, a capacidade de interpretação do estilo de vida e cultura local pode ser um diferencial no que tange à produção na esfera global. Destaca-se quem capta o reconhecimento dos valores, fruto da ambiência e cultura local, e decodifica esses códigos como atributos imateriais na produção de novos artefatos.

Du E-holic submerge nas culturas locais para extrair delas o que há de mais excêntrico. Não as usufrui somente para inspiração na criação de seus produtos, mas agrega como inspiração para sua vida, seu *lifestyle*. Segundo Bauman (2001), as condições de vida em questão levam homens e mulheres a buscar exemplos, e não líderes. Os seguidores do *chapeleiro sem CEP* nas redes sociais apontam para uma identificação sob o seu modo de vida, sua ousadia e sua coragem de explorar novos territórios fazendo o que ama: costurar. Uma mistura de aventura pessoal narrada com a criação de chapéus personalizados, conforme a localidade que visita e que se instala temporariamente, Du capta o que o momento lhe proporciona como experiência, compartilhando o universo de suas vivências. Em seus produtos, percebe-se a imersão de seus sentimentos envolvidos pela localidade, que se materializa em chapéus criativos com matérias-primas locais inusitadas.

Figura 6 – Chapéus inspirados na cultura local e suas narrativas

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015; Instagram Du E-Holic, 2015.

A imagem acima representa a formação narrativa compartilhada com os seguidores nas redes sociais. Não é somente um produto, é parte de uma história, de experiências vividas, do ato heroico. É a força imaginal que se propaga, materializa-se e que impulsiona a identificação em meio à multiplicidade de influências locais, fortalecendo um grupo social que acompanha e admira. É o pertencer, é o momento de desacelerar o tempo, mesmo estando acelerado. É um produto calmo, com aura, do qual o sentido imaterial reverbera e seduz. Assim, sua essência é constante, por ser algo natural dele mesmo, cuja sensibilidade se transforma na captação do sentimento coletivo.

4 ANÁLISE DOS *CARACTERES ESSENCIAIS*

Ao tentarmos compreender o imaginário, automaticamente, tentamos materializá-lo, quantificá-lo e nos esforçamos para perceber sua aplicabilidade prática. Faz parte do ser humano essa busca pela objetividade, muitas vezes reforçada pela lógica racionalista da Era moderna. Como já vimos anteriormente, a pós-modernidade é caracterizada pela fluidez, pelo dia a dia, pela eflorescência dos sentimentos e da partilha. Para representar as forças imaginais, Maffesoli (2010a) encontrou no *formismo* uma maneira de exemplificar algumas potências do imaginário. O autor também se demonstra preocupado em não rotular palavras em conceitos, referindo-se às suas pesquisas com termos e noções. Para entender sua linha de pensamento, o autor traz pistas descritas nos termos que utiliza, muitas vezes paradoxais.

Para explanar um tema, Maffesoli delineia seu pensamento por meio de categorias paroxísticas. Foi inspirada nessa forma de conexão e expressão de uma teoria que propusemos, nesta pesquisa, o que chamamos de *Caracteres Essenciais*, que servirão de suporte para o conteúdo da análise. É desafiador trabalhar a subjetividade em pesquisas acadêmicas, visto que a ciência, a razão, o resultado quantitativo foi impiedosamente incrustado em nossas experiências, deixando todo o resto à margem. Com a Sociologia do Cotidiano, tornou-se possível resgatar a importância do que antes era considerado banal, excluído, diferente, enfim, o que se encontrava "fora do padrão".

A elaboração dos *Seis Caracteres Essenciais* foi pensada, teoricamente, para que sirvam como diretrizes de análise no estudo de caso do chapeleiro Du E-holic. Apresentando-os brevemente:

1. *Sustentabilidade virtualizada:* equivale aos aspectos éticos, sociais e ambientais da moda que encontram possibilidades de reflexão e ação nos movimentos sociais da rede virtual;

2. *Artesania pós-moderna:* na qual o artesanato, em seu formato tradicional, mistura-se à tecnologia, criando uma nova perspectiva;

3. *Nomadismo potencializador:* o perfil nômade que enfrenta o sistema instituído com sua errância instituinte;

4. *Narrativa tecnológica:* as narrativas como novas formas de expressão individual que refletem o coletivo por meio das redes sociais sob o processo de identificação;

5. *Tempo e espaço on-line:* condensação entre o tempo e o espaço na Era pós-moderna e o surgimento do espaço virtual sob sua nova forma de socialidade;

6. Objeto com aura: a capacidade de renovação dos objetos por meio da recuperação da aura.

A partir disso, encontramos em Du E-holic um exemplo para se refletir sobre como essa relação complexa entre esses elementos podem ativar a potência simbólica da subjetividade social, sendo que é por meio da construção de chapéus que ele representa esse imaginário, já lancinante na efervescência social.

A sustentabilidade virtualizada: Du E-holic trabalha a sustentabilidade em suas criações, desde materiais reciclados à tingimentos naturais e artesania. Em suas andanças, recolhe materiais dos quais vê potencial de criação. Tomam à frente atitudes sustentáveis, os indivíduos que se identificam com esses valores os quais fazem parte do seu estilo de vida ou gostariam que fizessem. Assim, a estética deve estar em sintonia com a ética, formando o conceito "A ética da estética" que, segundo Maffesoli (2010b), reporta-se ao espírito coletivo. A estética do sentimento não é uma experiência individual e interior, pelo contrário, é a abertura da emoção para os outros. Essa abertura significa o espaço, o local, a proxemia na qual se manifesta o porvir comum. Maffesoli (2010b) propõe uma ética empática e proxêmica que se origina num grupo respectivo cuja história pode edificar uma moral, uma política na qual o espaço pode beneficiar uma estética e produzir a ética.

Em relação à sustentabilidade, a sensibilidade coletiva toma diferentes prospecções, podendo pronunciar-se de maneira macroscópicas (por exemplo, conferências mundiais) ou microscópicas (por pequenos grupos como os seguidores e consumidores do chapeleiro Du E-holic). Isso retrata um imaginário que serve de matriz para solidificar o pensamento implícito, porém comum da sociedade. Ampliando o conceito de tribalismo para a moda, as questões éticas, sociais e ambientais têm seu papel na construção identitária dos indivíduos que partilham valores e ideais em diversas experiências sociais. A figura 7 apresenta, em sua narrativa, o processo de criação de uma das peças de Du E-holic, fazendo lembrar uma das premissas da campanha do movimento *Fashion Revolution*, que questiona *"Quem fez minhas roupas?".* Ou seja, Du E-holic deixa clara a procedência de seu trabalho de maneira simples e natural, ao atribuir ao chapéu a sua história de criação.

Figura 7 – Reaproveitamento de materiais na construção dos chapéus (Saco)

Fonte: Instagram Du E-Holic, 2015.

A aura, a ética, a estética, as experiências sociais são determinantes para o processo de identificação social e de grupos. A consciência sustentável na moda somente evidencia-se ao indivíduo pré-disposto aos interesses comuns ao tema. O momento atual em que vivemos é traçado por uma preocupação em relação à finitude dos recursos naturais, à ameaça à biodiversidade, à nova forma de escravidão análoga, imposta pelo progresso industrial capitalista, dentre outros problemas.

Entretanto, a tendência Eco (*Ecofriendly, Ecofashion, Ecodesign*) não sensibiliza todos. Isso se justifica pela sociedade do espetáculo, como dizia Guy Debord (1997) sobre o século XX, que foi o século da industrialização, da tecnologia, da abertura de mercados, da globalização, do consumo, do descartável e do desperdício. A estética vigorante da anestesia social sobre o futuro sedou o último século para as consequências do excesso. O imaginário sustentável começa a eclodir com certa consciência sobre o futuro do planeta, por meio de macro grupos sociais conscientes e radicais (como Greenpeace) e microgrupos conscientes e ponderados (como Osklen, Stella Macartney, Du E-holic), que se apropriam de estratégias sustentáveis para criação de seus produtos. Na figura a seguir, há o reaproveitamento de um guarda-chuva e sua transformação em chapéu, cuja narrativa apresenta, com clareza, a utilização do que seria lixo transformado em objeto, um objeto com aura.

Figura 8 – Reaproveitamento de materiais na construção dos chapéus (Guarda-chuva)

Fonte: Instagram Du E-Holic, 2015.

No caso do chapeleiro Du E-holic, é nessa espiritualidade materialista que se encontra a aura específica da sustentabilidade, através de práticas como artesania, utilização de materiais reciclados, bordados manuais, tecelagem manual, máquina de costura caseira, tecidos remanescentes, o feito à mão.

Além disso, o costureiro costuma compartilhar, em suas redes sociais, reportagens sobre otimização de recursos naturais, hortas caseiras, cisternas para captação de água da chuva, soluções sustentáveis de todos os tipos. Conforme Maffesoli (2010b, p. 57), é nessa cultura vivida no dia a dia que causa admiração para muitos, feita desse conjunto de pequenos "nadas" que, por sedimentação, constituem um sistema significante. Du E-holic é convincente justamente por demonstrar uma sensibilidade intrínseca e natural em relação às questões sociais, éticas e ambientais. A figura 9 apresenta algumas narrativas postadas por Du E-holic cujo intuito é o despertar de uma consciência sustentável por meio de ações coletivas, tais como a geração de espaços comunitários, alimentação orgânica e soluções alternativas de vida. Como é possível observar, ele se torna exemplo por meio da coerência entre o que acredita e a forma com que vive e desenvolve seus chapéus. Tudo que realiza está dentro de uma ética que ele próprio acredita ser o caminho a seguir. Assim, faz-se pertinente, transforma-se em potência.

Figura 9 – Compartilhamento de inciativas sustentáveis por Du E-holic

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015.

É esse sensível, o substrato do reconhecimento e da experiência do outro, esse algo impalpável, próprio da subjetividade, que se funde à objetividade na sua forma de ser. Essa ligação é guiada por meio do que Gilbert Durand (2002) chamaria de trajeto antropológico, cujos símbolos de identificação estariam embebidos na bacia semântica dos sentidos. São em determinadas ambiências que ocorrem essas fusões emocionais, gerando a identificação com determinado grupo. Segundo Maffesoli (2010b) é preciso voltar à participação mágica, através do tribalismo e sua relação com os outros, à magia do mundo, com a ecologia e nossa relação com a natureza, sem o individualismo ou espírito único e sim abertura, alteridade, dinamismo e sede do infinito, vida societal. O ser nômade, tal como Du E-holic, busca o equilíbrio entre viver e estar com a natureza, essa aproximação é fundamental. A errância restaura a união do "eu" com a natureza e apura uma visão mais ecológica que econômica do mundo.

Essa reflexão sobre a sustentabilidade na moda e às formas de materialização, há algum tempo, não faria sentido, visto que o social, ambiental e ético não seriam elementos analisados juntamente. Isso porque a ética da estética, que geralmente marca uma época, não possibilitava pensar sobre essas questões que são tão próprias da época atual. A disseminação

do tema e sua potência deram-se pelas ambiências formadas pelas angústias societais atuais e representadas por micro e macro grupos, precursores dos pensamentos subjetivos. Du E-holic conduz um microgrupo de seguidores, por pensar e agir sustentavelmente sendo um exemplo para quem se identifica.

A sustentabilidade virtualizada é esse despertar de consciência que surge de pequenas explosões espontâneas concomitantes e que geram uma força matriz formadora de um senso coletivo que se dissemina no social. Atualmente, há um despertar sobre as questões de insustentabilidade gerada pela moda em relação ao ético, ao social e ao ambiental. Esse despertar veio com as instabilidades pós-modernas que estremeceram as bases sólidas do progressismo, do racionalismo, do positivismo, provenientes da Era moderna cujo foco era o progresso, a produção em série e, consequentemente, o consumo. O reflexo pós-industrial, a preocupação da finitude dos recursos naturais e as novas formas de escravidão na indústria da moda, cujos assuntos foram trazidos à tona inicialmente por ativistas e, consequentemente, por movimentos sociais mundiais, passaram a permear novos pensamentos e novos direcionamentos para o setor. Ainda que essa consciência obviamente não seja unânime e não consiga mudar tudo de uma hora para outra, quando surge uma efervescência como esta, significa que há, no imaginário coletivo, essa potência de algo novo, em estado nascente, que, por contaminação, deve criar uma nova cultura, uma nova *ou* outra forma de pensar e consequentemente agir.

Nos tempos pós-modernos, os rápidos processos tecnológicos possibilitam novas formas de interação social através das redes estabelecidas por meios digitais. É essa relação virtual que possibilita a criação de movimentos sociais com dimensão global cuja potência simbólica deve, mais cedo ou mais tarde, influenciar nos modos de vida. Du E-holic se destaca por meio de sua sensibilidade errante e por estar atento às pistas emergentes de coisas que estão por vir. Ele foi capaz de incorporar o instinto sustentável, desde a primeira criação de chapéus, ao utilizar materiais recicláveis, fazer tingimento, estamparia e tecelagem manual e ao incentivar práticas sustentáveis, por sua rede social. Du E-holic trabalha no modo *Slow Life*, em que prioriza valores pautados na desaceleração e na sustentabilidade, contrapondo os excessos e a aceleração do sistema *fast (fast-fashion, fast food, fast life).* Du E-holic pode ser visto como um vetor de uma verdadeira espiritualidade, movido pela verdadeira intenção da perfeição, uma potência instituinte.

A Artesania pós-moderna: O artesanato, esse fazer manual, sobreviveu e sobrevive até os dias de hoje. Com as diretrizes de *Slow Life*, há uma valorização dessa técnica lenta, um retorno da técnica que corrobora a conscientização e diferenciação de um novo momento. Tanto a arte como o artesanato, nesses tempos atuais, têm como uma das características marcantes a expressão, os processos manuais, a produção de sentido e a apropriação cultural em que prevalece qualidade em vez de quantidade, e o produto final não é somente uma mercadoria.

O despertar da consciência sustentável, conforme mencionado anteriormente, direciona para uma nova forma de criação e produção, que visa o bem-estar social e o trabalho digno, sem exploração, bem como uma maior preocupação com a natureza e com os recursos naturais. A artesania é uma das possibilidades para impulsionar a moda sustentável. O tempo despendido na criação de um produto artesanal, os sentimentos e os pensamentos do artesão são repassados à peça agregando a ela uma "aura" única. Na modernidade, o artesanato ficou à margem da industrialização, resumido ao caricato, à representação de culturas locais e ao popular. Contudo, ressurge com força nos anos 2000, agregando valor às peças industriais, recuperando sua importância e seu espaço. As calças jeans com barras desfiadas passaram a receber bordados manuais para contemplar a tendência *hippie chick*, tão em alta naquele momento. Bordadeiras voltaram às suas funções, incorporando, novamente, a arte do trabalho manual, na qual o hibridismo (industrial e o artesanal) se encontravam numa mesma peça.

Ateliers de customizações estão se tornando cada vez mais comuns, ao realizar um trabalho exclusivo que visa o reaproveitamento de peças antigas, "*démodé"*, transformadas em peças de moda mais atuais. É notável que, na produção industrial, os números são bem diferentes de peças integralmente manuais. São escalas diferentes, nas quais o fazer manual é realizado em poucas quantidades e, muitas vezes, sob medida. Essa postura indica um alinhamento ao conceito de *slow fashion*, que vai na contramão do consumo desenfreado e da lógica de renovar os desejos de moda a cada estação. É um manifesto, mas, acima de tudo, uma prática. Segundo Gwilt (2014), sempre há questionamentos entre a grande escala e a pequena escala de produção. A moda, na maioria das vezes, é produzida em grande escala. Entretanto, já se percebem movimentos que direcionam para pequenas empresas que trabalham em nível local. Nesse nível, é possível agregar, juntamente com a produção de roupa, outras atribuições, como passar a ser uma comunidade sustentável de artesãos,

produtores, fornecedores e prestadores de serviços especializados, que pensam globalmente, mesmo trabalhando localmente.

Na figura 10, Du E-holic mostra, com sua postagem, a confecção de um chapéu com a técnica de tecelagem manual cujos fios foram tingidos manualmente antes de serem tecidos. Utiliza de técnicas ancestrais para enriquecer o adorno contemporâneo, tendo como fonte de inspiração a música.

Figura 10 – Tingimento caseiro na confecção dos chapéus

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015; Instagram Du E-Holic, 2015.

Du E-holic é itinerante e reinventa-se a cada momento. Dedicou-se a inserir em seus chapéus “novas” técnicas manuais, como se explana a seguir. O tingimento caseiro: o uso de corantes naturais para tingimento de tecidos é uma arte milenar que, durante muitos anos, foi a única alternativa usada para atribuir cores aos tecidos. A tecelagem manual: também é uma técnica milenar, de urdimento, e auxiliou na confecção dos primeiros tecidos para civilizações antigas. A tecelagem foi inserida na cultura brasileira e tem uma característica própria que transcende um mero artesanato, mas mantém o caráter artístico que une o saber com a criatividade. A serigrafia manual: alguns dizem que sua origem está na estampilha (estêncil), mas a técnica só foi desenvolvida nos Estados Unidos na década de 20.

Consiste na execução de um quadro no qual se estira uma gaze muito fina e áreas previamente vedadas ou vazadas permitem ou não a passagem da tinta para o tecido, por meio de pressão feita com um sistema de rodos. A pirografia: de origem grega, significa “escrita + fogo”. Cogita-se que a pirografia foi uma das primeiras manifestações artísticas humanas, já que a humanidade descobriu o fogo há mais ou menos dez mil anos. É uma forma de arte primitiva, ancestral que remete aos antepassados.

Figura 11 – Tecelagem manual, Pirografia e Serigrafia Manual na confecção dos chapéus

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015; Instagram Du E-Holic, 2015.

O artesanato corre junto com o tempo e não quer vencê-lo, este não quer durar milênios nem está possuído pela pressa de inexistir, transcorre com os dias, flui e desgasta-se pouco a pouco, não busca a morte, nem a nega: aceita-a. O artesanato nos ensina a morrer e assim, nos ensina a viver. Enquanto forma de expressão e de trabalho, o artesanato além de cumprir uma função simbólica e econômica, desempenha, por meio dos artefatos e suas relações, um papel profundo de reelaboração de sentidos, podendo ser condicionado, pelo contexto social, ou até mesmo interferir, modificando-o.

Assim, a artesania pós-moderna é essa dialógica da técnica ancestral com o industrial e tecnológico, pois, ao contrário do que imaginavam os modernistas, os cultos tradicionais, o mito, o artesanato, os livros não foram substituídos ao ponto de leva-los à

exclusão. A tentativa hierárquica da modernidade em separar o erudito e o popular também falhou, posto que as culturas não se configuram mais tão fixas e misturam-se nesse hibridismo cultural pós-moderno. A ideia agora é a união do arcaico com a tecnologia. O artesanato ganhou vida com as redes sociais ao possibilitar a divulgação de trabalhos manuais locais numa amplitude global. Essa conexão virtualizada alimenta uma série de efervescências e cria comunidades por meio da lógica de identificação. Técnicas artesanais seduzem por sua delicadeza, exclusividade e envolvimento do artesão com o produto, do qual é possível sentir uma energia única e o livre fruir de seus pensamentos.

O artesão produz com as mãos e com o coração, pensa cuidadosamente em cada processo e no tipo de matéria-prima mais adequada. Por isso, não há a degradação do meio ambiente na mesma proporção que a escala industrial, principalmente por esta produzir além da necessidade, gerando o excesso e desperdício de produtos e matéria prima. O artesão é um produtor de possibilidades, que se aliou aos meios digitais para passar adiante a sua mensagem. Seus produtos são capazes de produzir sentido, pois estão carregados dele, são capazes de construir simbolicamente a importância de uma consciência sustentável, mostrando, através do próprio exemplo, essas possibilidades. Assim é Du E-holic ao narrar em suas postagens a forma como cria cada chapéu. Sua responsabilidade socioambiental e a tentativa de fazer diferente desperta a consciência sobre comprar menos e melhor. Devemos começar a priorizar pensamentos sobre quem cria as roupas, os sapatos, os produtos que consumimos. Devemos optar por empresas responsáveis, que trabalhem e ofereçam boas condições de trabalho e que pensem no meio-ambiente, construindo suas peças com envolvimento e amor. Du E-holic faz uma combinação híbrida perfeita entre a máquina de costura, as técnicas manuais e os embalos musicais que escuta enquanto costura, inspirado nas paisagens e vivências do lugar onde está. Dessa forma, seus chapéus funcionam como mensageiros de suas expectativas sociais no intuito de plantar sementes para um modo de viver mais natural, mais harmonioso, mais feliz e equilibrado, e o artesanato é uma das partes desse processo.

Nomadismo potencializador: A busca pela cultura, pelas diversas formas de ver o que existe no mundo, entender o global, mas fazer localmente são algumas das características de Du E-holic. Sua busca por inspiração não se dá em uma mesa com revistas, mostruários e internet. Para ele, a construção do chapéu vem de tudo o que o compõe como ser humano e o que o preenche como ser social. É viajando, saindo para perto ou distante,

olhando ao redor e ao longe, é o conhecimento de novas culturas. Augé (2010) corrobora ao afirmar que é preciso aprender a sair de seu entorno, a compreender que é a existência do universal que relativiza as culturas, e não o inverso. É preciso sair do cerco culturalista e promover o indivíduo transcultural que, ao adquirir interesses por culturas de todo o mundo, não se aliena em relação a nenhuma delas. Ainda, segundo Augé (2010), pensar a mobilidade no espaço, mas ser incapaz de concebê-la no tempo, essa é, finalmente, a característica do pensamento contemporâneo, preso na armadilha de uma aceleração que o entorpece e o paralisa. A necessidade de organizar o mundo faz com que os indivíduos se refugiem nas velhas divisões espaciais, como as fronteiras, as culturas e as identidades, motivo de grandes afrontamentos mundiais.

Arquetipicamente, o sentido do nomadismo está associado ao Deus viajante (Hermes) que representava os comerciantes, os ladrões, a hostilidade, a astúcia, e o constante deslocamento, fugitivos da rotina e da territorialização. Com isso, os viajantes presenciam um mundo paralelo cujo sentimento vagabundo e anômico são considerados como leis. Eles são incômodos para os pensadores racionalistas e organizadores sociais que temem sobre o estranho e o imprevisível. Há, em relação ao errante, o temor da mudança e daquilo que se move. Não há nada mais assombrador para um burocrata que a liberdade dos errantes, que, muitas vezes, ameaça as imposições dominantes. Nômades não se aprisionam moralmente e não são seguidores da ordem e da codificação, não estão sujeitos à domesticação por meio da educação, da profissão, da identidade. O nomadismo contemporâneo envolve trabalhos flexíveis, aumento intenso do neo-artesanal e multidão de práticas da nova Era (como a *Slow Life*). É uma maneira de relativizar o imperativo categórico da disciplina e do cercamento modernos.

O caráter nômade se posiciona pela renúncia e desconstrução de qualquer senso de identidade fixa. O nômade é semelhante ao que Foucault (2007) chamou de *contra memória*, é uma forma de resistir à assimilação ou homologação dentro de formas dominantes de representar a si próprio. O nomadismo refere-se ao tipo de consciência crítica que resiste a se ajustar aos modos de pensamento e comportamento codificados. É a subversão do conjunto de convenções que define o estado nômade, não o ato literal de viajar. Maffesoli (2010d) afirma que a proxemia, constituída pela sedimentação da força cotidiana, compõe caminhos, criando territórios. O estrangeiro, o errante, pode se integrar ou recusar essa sedimentação ou, até mesmo, criar uma outra. Essa identificação geralmente é emocional e coletiva, induzindo a

uma fusão afetiva simbólica. No caso estudado, o chapeleiro incorpora as culturas locais visitadas, absorvendo a aura da comunidade local, mas não sedimenta-se a ela. É uma entrega intensa, porém, momentânea que logo se transformará em outra forma de referência, à espera de identificação. Tal como a coexistência dos termos antagônicos de Maffesoli (2010a, 2010b, 2010c, 2010d), integra e recusa, representam a relação dinâmica de envolvimento seguido de desapego.

O conceito de ócio criativo, desenvolvido por Domenico de Masi (2000), surgiu em resposta à sua insatisfação diante do modelo centrado na idolatria do trabalho e da competitividade. Para lidar com a vida pós-moderna, o sociólogo fala sobre a necessidade do ócio criativo que impulsiona a criatividade, trazendo ideias e motivação. As pessoas devem buscar um equilíbrio entre as relações profissionais e as necessidades pessoais e emocionais, que é a essência dessa noção. O autor reforça que os que são apaixonados por sua profissão e sentem prazer nas atividades que desempenham, trabalham com maior motivação e criatividade. Tal como Du E-Holic, autodidata na costura e na criação dos chapéus, apresenta um poder criativo diferenciado, pouco encontrado nas faculdades de *design*. Isso porque ele alimenta suas ideias, suas inspirações, seus pensamentos por meio das paisagens que vislumbra, das músicas que escuta, das viagens que realiza, dos caminhos que percorre, abrindo-se ao sensível. Sua mente criadora é abastecida frequentemente com o ócio do qual necessita.

O ser nômade necessita desse ócio para criar e reinventar. A auto permissão desse estado oco, de vazio, de insignificância, de contemplação ao infinito posteriormente se fomentam as ideias e preenchem o ser. Du E-Holic é o ser que não é, é o vazio, o silêncio, o dinâmico e apresenta consigo a ausência de estabilidade, movido por uma necessidade de evasão. É essa errância que religa, é essa atmosfera mística de sua forma de viver e trabalhar, que promove o encantamento, logo a identificação. Entretanto, o chapeleiro só consegue essa abrangência por compartilhar as experiências vividas nas redes sociais. São elas, no fim, que fomentam esse imaginário, permitindo a identificação, a admiração e o contágio de suas ideias e pensamentos. É relevante parar e pensar que nem tudo precisa seguir uma exatidão, um caminho certo, linear, sistêmico. O nômade é sensível a perceber que, quando se está tendo a mesma opinião da maioria, talvez seja a hora de pensar de uma outra forma e traçar novas possibilidades, reconfigurando-se.

A figura 12 mostra narrativas de Du E-holic através de postagens sobre suas viagens. Fica evidente que é, na errância, que se germina, que se permite o prazer do ócio e na qual amadurecem as ideias tão cruas e limitadas na vida acelerada e automática.

Figura 12 – Du E-holic: *O chapeleiro Sem CEP* (Viajante)

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015; Instagram Du E-Holic, 2015.

Du E-holic, em sua narrativa, diz "viajar é minha vida" que explica, por si só, o porquê de intitular-se o "*chapeleiro Sem CEP*". É sedento por culturas e vivências dentro delas. A caminhada partilha este entrecruzamento do tempo e do espaço com a narração. "A viagem (como a caminhada)", escreve Certeau (1994), "é a substituta das lendas que abriam o espaço ao do outro". Du E-holic compartilha suas viagens nas redes sociais, dividindo suas experiências, nos lugares por onde passa, os seguidores/consumidores acompanham suas jornadas culturais. Segundo Santos e Almeida, (2012, p. 119), o viajante registra, com seu olhar, os instantes significativos e deixa revelar, em sua alma, as imagens em seu movimento próprio, sendo fiel às imagens dinâmicas.

O nomadismo potencializador é o enfrentamento do que é evidente (instituído) em busca de evidências banais (potência instituinte). Du E-holic optou por se expressar, pensar e agir sobre o mundo e não, simplesmente, segui-lo passivamente. Buscou outra forma de trabalhar e viver, resistindo às artimanhas sistêmicas impostas pelo poder instituído do "*dever-ser*" e da promessa de felicidade capitalista através do trabalho excessivo e do

consumo exacerbado. Por isso, sua resistência transforma-se em potência instituinte, e seu perfil errante, nômade, cujas experiências são compartilhadas nas redes sociais, favorecem a fonte estruturante do ato fundador. Ou seja, é isso que é capaz de alimentar as efervescências cotidianas e dar importância ao que poucos são capazes de enxergar, é isso que causa o despertar para coisas até então adormecidas. Ele é um potencializador do que está latente socialmente, fazendo eclodir possibilidades até então não pensadas. Ele, juntamente com a técnica (redes sociais), apresenta "estranhezas" como possibilidades de vida, das quais viram fios condutores de novos pensamentos coletivos. Oferece, com seu exemplo e com suas vivências, um caminho desconhecido, mas trilhado por ele mesmo, cheio de descobertas e *insights* que, ao serem compartilhados, tornam-se referência e permitem a identificação. Essa busca individual, mística, faz-se coletiva e dissemina-se como uma alternativa, como uma nova forma de ver e sentir a sociedade.

Du E-holic demonstra essas novas possibilidades, cujo formismo é representado pelas narrativas e pela forma com que cria e produz seus chapéus. As redes sociais funcionam como potencializadoras simbólicas das vivências experimentadas e compartilhadas pelo chapeleiro. Errante, Du E-holic é potencializador de desejos sociais reprimidos pelo poder instituído, e ao esquivar-se da sistematização e solidão, vai ao encontro da realização, da não fixação, do misticismo, das emoções e da proximidade com a natureza. Depara-se, naturalmente, com pistas de possíveis efervescências, elementos ressurgentes que se apresentarão como potência em fases de saturação e esgotamento.

A narrativa Tecnológica: Ao estabelecer uma relação de empatia entre o criador, o usuário e o produto, é provável que esse usuário se preocupe, cuide e valorize a peça até o final da vida, reduzindo o impacto criado pelo consumo. O *design* emocional desenvolve esse apego, uma criação centrada no ser e no bem-estar social. É a narrativa que dá a peça o contexto e o significado que, por sua vez, gera empatia. Então, o que difere Du E-holic de um vendedor de rua ou um artesão local? A narrativa tecnológica.

Em cada chapéu criado, uma narrativa. Em cada viagem, muitas narrativas. Consoante Ganchos (2002), Du E-holic é o narrador-personagem, que, ao mesmo tempo, conta e participa dos fatos, contados em primeira pessoa. O enredo, um dos elementos da narrativa, é o que possibilita o envolvimento do leitor com o narrado. Para que uma narrativa faça sentido, é preciso que quem a lê se identifique e tome como verdade sua mensagem. É por meio delas e do enredo que ocorre o processo de identificação. O enredo utilizado por Du

E-holic, segundo Ganchos (2002), caracteriza-se por *enredo psicológico*, do qual apresenta fatos interiores, fatos emocionais e pessoais. Na figura 13, é possível observar algumas narrativas do chapeleiro como narrador-personagem, que narra suas próprias emoções.

Figura 13 – Narrativas do Narrador

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015; Instagram Du E-Holic, 2015.

Segundo Benjamin (2012), o narrador retira o que ele conta da experiência: da sua própria experiência ou da relatada por outros, e incorpora, por sua vez, a coisa narrada à experiência de seus ouvintes. O senso prático é uma característica de muitos narradores natos. Isso aponta para o parentesco entre esse senso prático e a natureza da verdadeira narrativa. Ela traz sempre consigo, de forma aberta ou latente, uma utilidade. Essa utilidade pode consistir, por vezes, num ensinamento moral, numa sugestão prática, num provérbio ou norma de vida, de qualquer maneira, o narrador é o ser que sabe dar conselhos ao ouvinte. Para obter essa sugestão, seria necessário, primeiro, saber narrar a história (sem falar que um homem só é receptivo a um conselho, na medida em que verbaliza a sua situação). O conselho, tecido na sustância da vida vivida, tem um nome: sabedoria.

Figura 14 – Narrativas dos seguidores

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015; Instagram Du E-Holic, 2015.

A narrativa, que, durante um tempo, floresceu num meio artesão, é ela própria uma forma artesanal de comunicação. Ela não está interessada em transmitir o puro, em si, da coisa narrada, como uma informação ou um relatório. Ela mergulha a coisa na vida do narrador para, em seguida, retirá-la dele. Dessa forma, imprime-se, na narrativa, a marca do narrador, como a mão do oleiro na argila. É uma inclinação dos narradores começar sua história com uma descrição das circunstâncias em que foram informados os fatos que vão contar a seguir. Isso quando não atribuem essa história simplesmente a uma vivência própria. Comum aos narradores é a facilidade de se moverem para cima e para baixo, nos degraus de sua experiência, é a imagem de uma experiência coletiva (BENJAMIN, 2012).

Du E-holic, um ser heroico. Ao acompanhar o que as pessoas escrevem sobre o chapeleiro nas redes sociais, após conhecê-lo, adquirir um chapéu ou começar a segui-lo percebe-se um encantamento eminente nas inúmeras declarações de carinho, mensagens acolhedoras, de admiração e até poesia. Falas como “um ser de luz, iluminado, anjo” são recorrentes nas manifestações narrativas. É interessante perceber a proximidade das pessoas como se fossem melhores amigos. A necessidade de demonstrar a gratidão por tê-lo conhecido, ou por ter recebido um chapéu com recadinhos escritos à mão do próprio Du,

fazem essas pessoas se sentirem especiais, o chapéu passa a ser a expressão, a aproximação e a narrativa, o fio condutor.

A narrativa tecnológica é a união de uma forma de comunicação tradicional (narrativa) com a divulgação de conteúdos por meio das relações sociais estabelecidas digitalmente. Nesse caso, a tecnologia serve como ferramenta da narração. Du E-holic utiliza o ciberespaço para as conexões relacionais. É por meio das redes sociais *Facebook* e *Instagram* que ele cria o vínculo da identificação, devido às narrativas tecnológicas que constituem e são constituídas por imaginários sociais e utilizadas como dispositivos para desenvolver sensibilidades e reestruturar o social. Entretanto, por mais que os caminhos tecnológicos se desenvolvam e apresentem rapidamente novas possibilidades e plataformas, o ser humano ainda é o responsável pela interação social, seja ela real ou digital, é ele o responsável pelo conteúdo apresentado aos seus leitores. A narrativa é um importante canal de representação da subjetividade, justamente por permitir que todo fato narrado contenha uma parte mística, mítica, de ficção, de imaginação e por poder apresentar histórias que misturam o real e a imaginação, com a narração do vivido ou de um sonho, um desejo.

Du E-holic ora narra suas experiências vividas nas viagens, ora narra o processo de confecção dos chapéus, ora compartilha em sua *timeline* dicas sobre sustentabilidade, essa mistura de narrativas permite que haja uma interação entre seu estilo de vida e seu trabalho, sua vida profissional e pessoal, à qual possibilita a identificação, formando o social. Quanto às narrativas de seus seguidores, fica claro que Du E-holic tornou-se uma referência, ao ser reconhecido como um ser heroico que apresenta, nos fatos narrados, o seu modo de vida como uma possibilidade de transformação social. A verossimilhança que existe no centro do enredo é o que se dará como verdade para leitor sobre o ato narrado. Du E-holic preocupa-se em repassar, por meio de suas narrações, o que acredita ser um caminho, uma alternativa, uma possibilidade social, da qual pode vir a se tornar uma potência que atinge o coletivo, disseminando ideias efervescentes no imaginário social.

O tempo e o espaço *on-line*: O tempo é o da música, da natureza. O espaço é qualquer lugar, o melhor lugar. Para cada cartola criada, uma trilha sonora de inspiração. Du E-holic cria, ao som da música, um dos elementos fundamentais de sua criação. Na época da viagem sem CEP, costurava seus chapéus onde estivesse, sempre se inserido na cultura do lugar e se apropriando das riquezas culturais e locais, além das vivências ao longo do

caminho. Além de respeitar o tempo da produção artesanal, ele agrega ritmo próprio à sua produção e produz em seus lugares de passagem.

Na agitação da contemporaneidade, a sucessão irreversível dos anos representa, à maneira simbólica, a sequência inconvertível dos acontecimentos, tanto naturais quanto sociais, e serve de meio à orientação dentro da grande quantidade móvel, natural e social. Numerados, os meses e os dias do calendário passam, então, a representar estruturas recorrentes, no interior de um devir que não se repete. O relógio indica o tempo, mas ele o faz através de uma produção contínua de símbolos artificiais que tem significação em um mundo em cinco dimensões, num mundo habitado por homens, ou seja, por seres que aprenderam a associar às figuras perceptíveis imagens específicas e, portanto, um sentido bem determinado. Esses seres aceleraram o tempo da própria natureza esquecendo que fazem parte dela. Na figura 15, as narrativas simbólicas estão associadas ao ritmo da natureza e a uma velocidade do modo *Slow*, que diferem das características temporais pós-modernas da aceleração.

Figura 15 – O tempo esboçado nas narrativas

Fonte: Facebook Du E-Holic, 2015; Instagram Du E-Holic, 2015.

A analogia realizada por Du E-holic sobre a relação entre tempo/natureza remete-nos às formas ancestrais de percebê-lo, nas quais o tempo ainda era movido pelas manifestações naturais. O mecanismo do relógio foi organizado para que ele transmitisse

mensagens e, com isso, permitisse controlar os comportamentos do grupo, principalmente na Era industrial, cujo tempo passou a ser medido pelo ritmo das máquinas, das horas e do trabalho. Desde então, o tempo passou a ser cronometrado artificialmente e ritmado. Na clausura das jornadas de trabalho cada vez maiores e intensas, o tempo, como angústia, parece passar lentamente, e não sobra o período desejado para usufruir o que realmente importa. Procrastinar é não fazer aquilo que você deveria estar fazendo, mas, sem aproveitar esse tempo de folga, não dá prazer. Ao contrário, é uma atividade angustiante. É esse contorcionismo mental que chama a atenção.

Por isso, Du E-holic é a representação do desejo inconsciente de usar o tempo da forma como todos deveriam utilizar, de viver a vida envolvido com a natureza como muitos gostariam de viver, de trabalhar em um lugar aprazível e livre, de abrir mão das tentações capitalistas e viajar, de poder entender as mais diversas culturas por ter interagido com elas na forma mais simples, livrando-se do preconceito de uma sociedade engessada, sistêmica e decadente. Muitas pessoas gostariam de ter a coragem de trabalhar com o que amam e não com o que mais dá dinheiro, de abrir mão de uma vida regrada e sistemática ao desviar de paradigmas ideológicos impostos. De usar o tempo a próprio favor e não a favor do progresso, de respeitar a sabedoria da natureza e dedicar-se mais a ela. Du E-holic expressa sua vontade de potência, a efervescência imaginal de vontades contidas por uma sociedade repressora, e o chapéu expressa-se com símbolo de toda essa potência simbólica e imaginária.

O tempo e o espaço *on-line* são as percepções que desenvolvemos em determinadas épocas, aliados à tecnologia. A forma como sentimos o tempo depende muito do ritmo social ao qual estamos inseridos. Como já falado anteriormente, a pós-modernidade é representada por uma aceleração pertinente aos acontecimentos sociais, visto que, quanto mais intensas as atividades diárias, mais rápido o tempo corre e mais ele nos falta. O espaço muda conforme o ritmo temporal de cada sistema. A percepção que temos, na Era atual, é de um tempo comprimido pela velocidade dos eventos sociais, impactando diretamente nos modos de vida. O presenteísmo é um dos resultados dessa aceleração da qual estamos vivendo. De fato, com o desenvolvimento tecnológico, o espaço virtual passou a ser um espaço de interação social, o qual nos mantém conectados, tornando-se um ambiente comum a todos. É antagônico, contudo, que reclamemos da falta de tempo para algumas coisas, mas destinemos horas em frente ao computador ou ao celular, nas redes sociais. Eis aí uma contradição significativa.

A tecnologia trouxe mudanças nos hábitos cotidianos e nas prioridades sobre o que fazer com o tempo. Não nos cabe julgar a técnica como vilã da vida pós-moderna, mas nos cabe entender como ela tem trazido mudanças comportamentais consideráveis em relação ao que definimos como tempo. É possível dominá-la de certa forma. Somos nós quem decidimos o que fazer com nosso tempo. O fato é que, no sistema capitalista no qual estamos inseridos, a carga horária de trabalho, por exemplo, é instituída pelos detentores do poder e, na maioria das vezes, devemos segui-la. No entanto, em casos como o de Du E-holic, o perfil nômade faz do tempo algo místico. Transforma sua percepção temporal conforme suas atividades, respeitando os ritmos da natureza, os ritmos musicais, o ritmo da viagem. Teve por opção de vida, desacelerar e fazer diferente. Ele vive em outro tempo-espaço, contudo, apodera-se das redes sociais para compartilhar suas experiências, uma dicotomia necessária.

É válido lembrar que as redes são responsáveis pelas multiplicidades dos modos de vida, de gostos, de paixões e de experiências, que fazem da sociedade o que ela é. Através dos dispositivos mediados pelo computador, tempo e espaço fundem-se em um só. Du E-holic precisa do espaço virtual para compartilhar suas narrativas, mas sabe viver o espaço no sentido de lugar, de território. Quando está em viagem, partilha de lugares emocionalmente vividos, cuja cultura grupal é formada a partir da força espiritual específica do lugar. Ele vive intensamente a cultura local, mas sem prender-se a ela. Du E-holic sabe fazer do tempo, o seu tempo e do espaço (lugar), uma inspiração cultural, do espaço virtual à técnica necessária para compartilhar suas ideias e seu modo de vida. Seja o espaço físico ou virtual, a inscrição espacial é composta por um *ethos*, um prazer partilhado que forma a comunidade em que as emoções e os símbolos representam o coletivo e fortificam a socialidade cujo espaço torna-se o permissor de identificação.

O objeto com aura: A aquisição de um chapéu Du E-holic permitirá uma compra humanizada, com envolvimento e personificação. Deve compor a experiência, um conjunto de produções simbólicas que fazem jus ao que é acompanhado pelas narrativas nas redes sociais. Na figura 16, é possível perceber que esses elementos simbólicos materializados auxiliam na vitalidade intrínseca contida nesses objetos e que, indiretamente, permitem agir na composição de efervescências e na construção de novas formas sociais, gerando novas culturas.

Figura 16 – A compra de um chapéu com aura

Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

O chapéu vem acompanhado de um chaveiro de acrílico, que representa o "E-HOLIC", ou seja, as inspirações musicais e a relação do chapeleiro com a música; um livreto ilustrado com seus principais lemas, filosofia de vida, sua história, sua trajetória sem CEP, seus trabalhos, seu conceito e suas narrativas; um cartão marca página, com um resumo de sua viagem *Sem CEP*, com breve texto de apresentação, imagens e contatos das redes sociais (*Facebook*, *E-mail*, *Instagram* e Página); uma foto-cartão de recordação paulista do artista Kobra, cujo verso é escrito à mão por Du E-holic, falando sobre o chapéu escolhido, como foi feito e o tipo de técnica; e uma cartinha com orientações sobre o chapéu, além de uma bela narrativa no final. Dentro do Chapéu, vem com uma etiqueta escrita à mão, com a inspiração musical. A experiência de receber um produto com tamanha magia e com "mimos" que enriquecem e aproximam ainda mais essa narrativa é emocional, de empatia. É, definitivamente, um produto com alma, com aura, com essência. Mesmo que alguém o adquira puramente por estética, será surpreendido pela proximidade que o conjunto de elementos irá proporcionar.

Foi possível observar, nesta análise, que todas as imagens, exceto a última, foram coletadas das redes sociais *Facebook* e *Instagram* de Du E-holic. As tecnologias do imaginário possibilitam essa conexão, estimulam as relações e ajudam a criar os laços sociais. Sem o suporte das redes sociais, o chapeleiro seria somente mais um artesão, desconhecido ou

conhecido localmente. Assim, é possível acompanhar sua trajetória e narrativas possibilitando a identificação.

Os objetos com aura, diferentemente da modernidade cujos objetos eram inertes e inanimados, criados somente para girarem a matriz econômica, surpreendem na pós-modernidade ao trazerem consigo a função de expressão social, por meio de uma materialidade simbólica que comunica, suavizando a estranheza entre a natureza e a sociedade. Nossa experiência com o mundo passa pelo objeto, pois nele encontramos um lugar de agregação que une o espiritual e o material. A superficialidade envolvente de um objeto é capaz de interligar o mundo misterioso e subjetivo com o conhecimento intuitivo e circundante do mundo vivido. Nesse sentido, os objetos detêm uma função mística e espiritual de representar, simbolicamente, o reencantamento com a coisa em si que permitirá a conexão com o outro, possibilitando a convivência e a socialidade. Os chapéus de Du E-holic, são fortalecedores dessa fusão social, ao elaborarem uma nova ordem simbólica. Por serem objetos anódinos, não parecem conter tamanha vitalidade, entretanto, eles contêm uma aura simbólica capaz de repassar mensagens e proporcionar efervescências. Tal como anunciou Walter Benjamin (2012) sobre a perda da aura na reprodutibilidade técnica, ao mesmo tempo em que o objeto se desgasta por sua obsolência, tem a capacidade de renovar-se pela expressão de sentimentos comuns.

Quando Du E-holic cria e produz um chapéu, há, nessa experiência, um reflexo dos desejos sociais. Existem, ali, inúmeras mensagens das quais o objeto auxilia na incorporação do sensível e na condensação dessa vida social flutuante, que permeia o imaginário social. Du E-holic, ao aliar seu estilo de vida à produção de seus chapéus e divulgá-los com as respectivas narrativas pertinentes a cada criação, faz perceber que o objeto contém uma aura muito própria, uma energia vital capaz de seduzir, encantar e transmitir mensagens. Além disso, a compra de um chapéu é um momento que se compara a um sonho realizado. Como são únicos e exclusivos, faz pensar que não haverá outra oportunidade de obtê-lo. Mas é aquele, cuja narrativa, cuja história, cujo processo levou à sedução. A compra humanizada de um chapéu Du E-holic é completamente coerente com todo o processo de criação e produção acompanhado nas redes sociais. A admiração dos seguidores para com o criador e seus produtos gera uma aura objetal natural, cuja força coagulante não se pode controlar. Esse objeto, esse chapéu, é potência. Ao receber pelo correio um chapéu adquirido pelas redes sociais, ele vem composto por uma série de objetos simbólicos complementares

que fazem o todo ter sentido. É muito mais do que um simples chapéu. Ali tem história, conceito, proximidade, envolvimento, representações imaginais, potência simbólica e diretrizes sociais efervescentes.

Nesse estudo, é perceptível que a sociedade atual seja movida por uma vitalidade irreprimível, cujo jogo das paixões, a importância das emoções, a pregnância dos sonhos sirva como cimento coletivo. Essas redes subterrâneas silenciosas e vigorosas borbulham uma inegável energia que percorre o corpo social. Essa potência é encontrada em cada um dos *Seis Caracteres Essenciais* analisados. São esses "nadas" que, ao se juntarem com outros nadas, tornam-se fonte e origem de tudo. O nada fundador do tempo e do espaço, o vazio natural do nomadismo, o vazio criador da narrativa, possibilitam esse pensamento orgânico e ressoante de identificação e pertencimento. Já dizia Bachelard (1986), "não há ciência sem forças ocultas".

Todos os caracteres propostos possuem a dualidade entre o arcaico e o tecnológico, que passa a ser o fio condutor dessa reflexão. São as redes sociais que possibilitam que esse imaginário social e tecnológico tome corpo e se transforme em potência fundadora no meio social. Du E-holic é exemplo dessa mistura entre o arcaico, com seu estilo de vida nômade, suas técnicas artesanais de produção, seu tempo e espaço diferenciados, e o tecnológico, com suas postagens e narrativas divulgadas nas redes sociais *Facebook* e *Instagram*.

4.1 UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE A MODA

A moda é geralmente interpretada sob vários enfoques (psicológico, mercadológico, antropológico, sociológico, histórico). Entretanto, o mais comum deles é a moda como mercado, bem como as rotulações que permeiam essa afirmação. A moda aparece como uma delimitação desta pesquisa, e os resultados desta análise devem apontar para alguns direcionamentos, visto que nossa intenção não pretende impor, conceituar ou categorizar os conteúdos analisados, mas nos cabe uma sucinta reflexão. O intuito aqui é pensar a moda como uma intensa potência social capaz de gerar um ato fundador de efervescências que representam o coletivo e fundem o social. Trazemos com esta tese, pensar a moda sob um aspecto diferente, englobante, porém não totalizante, pensar em suas especificidades instituintes, sua força de adaptação em representar os anseios de um conjunto

social. A moda, muitas vezes, pode parecer efêmera, frívola, mas nunca superficial, pois ela tem um perfil instituinte pouco explorado. É preciso vê-la além do que ela é como materialidade, porque ela é, definitivamente, muito mais do que parece. Carrega uma força intrínseca vital, tal como o objeto e a tecnologia. É potencializadora simbólica e responsável pela indumentária de uma determinada época que se constituirá em estética.

A moda necessita de imitação, singularização e renovação constante, por isso, frequentemente, é interpretada como vulnerável. Expõe ressurgências através de objetos que trazem consigo a aura da representação social, permite a inserção dos indivíduos em grupos por meio da identificação e do pertencimento. Ela mesma constrói, ela mesma destrói, em um movimento incessante, do qual é levada a absorver o erudito, o banal, o aristocrático e o popular, traduzindo essa efervescência sem rumo. A moda é essa harmonia conflitual, como citado por Maffesoli (2010c), entre o natural e o social, o equilíbrio dessa dialógica, entre o espiritual e a matéria, fortalecendo a interação das coisas que estão na base, na cultura e no social.

A moda também reflete as características de cada época, por isso, na Era moderna, aderiu-se à intensificação da produção, cujo foco era o interesse mercadológico baseado nos ideais de progresso. Com isso, desenvolveu comportamentos de aceleração, como o *fast-fashion* que priorizou o bem-estar econômico, entretanto, com movimentos sociais de desaceleração e direcionamentos *slow life*, que ameaçam eclodir com força, apontando para novos caminhos. Encontramos, no exemplo de Du E-holic, a potência fundadora de novas formas de criação de moda. As diretrizes sustentáveis, desaceleradas, artesanais são fomentadas pelos recursos tecnológicos que permitem a disseminação de atos fundadores, que servirão como cimento de todo o conjunto social. É a evidência ressurgente de uma despertar de consciência para uma moda mais consciente, ética e sustentável. Levando em conta os objetivos desta tese, as redes sociais funcionam como dispositivos do imaginário e são potencializadoras simbólicas de novas fontes de criação, ainda em estado nascente, nas quais já encontram espaço para possíveis escoamentos e ressurgências.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

"São luzes, que acendem outras luzes que, por sua vez, acenderão outras luzes"[12]. Assim é quando tratamos da teoria do imaginário. Entender a sociedade contemporânea sob esse viés acadêmico foi uma grande descoberta, visto que ainda sofremos influências racionalistas na forma de pensar. Perceber a transição da modernidade para a pós-modernidade, com base em autores e textos de caráter compreensivo, tornou-se um processo enriquecedor de conhecimento, principalmente por não haver a imponência de conceitos rígidos e a precisão das estatísticas quantitativas, tão valorizados na ciência moderna. Assim, esta pesquisa abriu-se aos estudos das "banalidades" cotidianas, que nada tem de insignificante. Um terreno fértil e próspero a explorar. A sociedade pós-moderna caracteriza-se pelo retorno da ordem simbólica e passou a aceitar o mundo como é e não como deveria ser. Trata-se de uma sociedade fluida, em movimento, cujas complexidades se equilibram sobre os paradoxos objetivo/subjetivo, espiritual/material, com múltiplas efervescências, incapazes de serem controladas. É a Era das transversalidades, das forças irreprimíveis e das instabilidades sociais. Dessa maneira, foi possível perceber que as formas de relações sociais também mudaram. A volta do arcaico, que permeia as emoções e sentimentos partilhados, integrou-se ao desenvolvimento tecnológico na Era pós-moderna.

Diante desse contexto, esta tese partiu de uma problemática na área de moda, a qual é a delimitação desta pesquisa. O ponto de partida foi a insustentabilidade ocasionada por uma moda regida pelos preceitos modernos, cuja visão utilitarista do objeto e enfoque econômico trouxeram à tona uma série de consequências nem cogitadas pelo racionalismo moderno. Na moda, surge o *fast-fashion,* um conceito de moda rápida e barata com alta produção seriada, produzida em grandes quantidades, em excesso e sem preocupações sociais, éticas e ambientais. Então, como tornar a moda mais conscientemente sustentável e como mobilizar o imaginário social na criação de uma nova forma de pensar a moda? Partindo da explanação desse cenário pós-moderno e dessas questões de pesquisa, esta tese visou propor as redes sociais como dispositivos do imaginário e potencializadoras simbólicas de novas formas de criação de moda, tendo como estudo de caso o chapeleiro Du E-holic. Nesse caso,

---

[12] Danilo Tomilhero.

por meio das redes sociais (*Facebook* e *Instagram*), sedimentam-se os imaginários latentes socialmente, possibilitando ações para uma moda mais consciente e sustentável. Para contemplar esse objetivo geral, foi necessário pensar num *formismo* que alinhasse a análise fenomenológica. A proposta dos *Seis Caracteres Essenciais* teve como inspiração o estilo de escrita de Maffesoli (que evita engendrar unilateralmente seus termos, trazendo noções geralmente dicotômicas) e de Felinto (no qual a cibercultura foi considerada como um imaginário tecnológico), tal como intuímos as redes sociais como dispositivos do imaginário.

A análise realizada deu-se do entrecruzamento dos *Caracteres Essenciais* com o estudo de caso do chapeleiro Du E-holic. Primeiramente, é preciso ressaltar que, sem as interferências sociais realizadas pelas redes sociais digitais, não haveria evidências suficientes para a propagação de imaginários, impossibilitando o vínculo de pertencimento ou identificação. Estes são proporcionados pelas narrativas, pelas imagens, pelos simbolismos virtuais disseminados por meio das redes sociais. Nesta pesquisa, a técnica é vista como vontade de potência que auxilia na disseminação de novos simbolismos e de potência imaginal, cujas vivências se transformam em atos de fala imaginal. Isso só é possível porque a técnica (entendemos como técnica as redes sociais) funciona como potencializadora simbólica desses imaginários latentes.

À luz da sociologia compreensiva, a moda já não é simplesmente a moda, as roupas, os artefatos, os utensílios, os adereços, mas um sinal de que a trajetória humana não se resume à sobrevivência, à luta pela vida, mas transcende o cotidiano e nos remete a um conjunto social que cria novas possibilidades, tanto no plano simbólico quanto na esfera dos significados.

A moda está no imaginário e o imaginário está na moda. Diante dessa premissa, estudar o comportamento dos grupos sociais é de extrema importância para entender não só como se dão suas inter-relações, mas também sua experiência direta com o social, verificando, assim, as influências que compõe seu imaginário, como as redes sociais. Nessa perspectiva, define-se que o caminho para a moda sustentável é possuir uma referência simbólica, tal como Du E-holic, que alimenta os imaginários com suas perspectivas sustentáveis e que "contamina" todos com suas ideias.

Du E-Holic é potência instiuinte e traz, em suas narrativas, a vivência sensível, perceptual de uma pregnância simbólica capaz de perpetuar no tempo e sedimentar um modo de ser. Nessa potência simbólica, os signos permitem a fixação e o reconhecimento de seus

significados, como utilizar, no ato narrado, palavras como “materiais recicláveis”, “matéria-prima reaproveitada”, automaticamente se reporta a uma constelação de sentidos que remetem a utilização desses termos à sustentabilidade e à preocupação ambiental. Ao mencionar *artesania*, a pregnância simbólica do termo refere-se a um produto exclusivo, manual, feito devagar. Nesse sentido, suas narrativas permitem essa significação simbólica, quase que imediata, possibilitando a identificação de quem se importa com essas questões. Os seguidores do chapeleiro o seguem porque algo despertou o vínculo emocional e o sentimento de pertencimento e afinidade. Atribuímos uma potência de identificação aos *Seis Caracteres Essenciais* propostos nesta pesquisa como caminho para que ocorra a sedimentação das latências imaginais. É o conjunto deles que forma o cenário para a identificação e que sensibiliza o sentimento, transformando-os em ações. Cada elemento isolado representa apenas uma das partes de um todo que faz sentido em conjunto.

Desse modo, concluímos que a disseminação de imaginários, especificamente na questão de uma moda mais consciente e sustentável, só pode ser sensibilizada se todos os *Seis* caracteres trabalharem concomitantemente e forem potencializados pelas redes sociais digitais. Podemos pensar que os movimentos sociais digitais são exemplos de mudanças sociais rigorosas que agem previamente no imaginário dos que têm interesses na causa. Entretanto, queremos abordar, aqui, a força da potência instituinte, que chega calma e arrebatadora como efervescências de um estado nascente, gerando novas culturas. Os movimentos sociais digitais tratam de uma subversão ativa contra o sistema, uma batalha frontal contra o poder instituído.

O estudo de caso analisado segue por caminhos mais brandos e imperceptíveis. Pensemos no objeto deste estudo como fonte de expressão, o chapéu como um representante simbólico repleto de significados, que repassam mensagens, referindo-se às concepções inovadoras de Du E-holic com base nas suas vivências nômades. É costurando seus chapéus, narrando suas histórias, relatando suas experiências, costurando narrativas que ele se representa socialmente influenciando mentes com seu modo de viver e trabalhar. Ele é inspiração, referência na forma de ser, de agir e pensar. Seus seguidores o veem como um ser heroico, de luz, corajoso e vencedor. Du E-holic é vontade de potência.

Este estudo se propôs a investigar as redes sociais como dispositivos do imaginário e potencializadoras simbólicas de novas formas de criação de moda. Essa nova forma está relacionada aos *Seis Caracteres Essenciais* propostos nesta pesquisa como fios

condutores para a disseminação imaginal de uma moda mais consciente e sustentável. Foi por meio de Du E-holic que chegamos à conclusão dessas possibilidades, visto que o chapeleiro fomenta, em suas redes sociais, ações sustentáveis ao enfatizar, pelas narrativas, o processo de criação de cada chapéu, o lugar onde foi feito, a música de inspiração, a utilização de materiais recicláveis coletados por ele em suas viagens (sustentabilidade virtualizada). Seu estado de vida errante é capaz de desenvolver perspectivas libertadoras à sensibilidade coletiva cujo imaginário serve de matriz para solidificar pensamentos reprimidos. Du E-holic é um condutor de possibilidades ao apresentar, por meio de suas vivências, uma vida feliz, um trabalho que ama e uma liberdade invejável (nomadismo potencializador). O chapeleiro segue seu próprio ritmo, respeita o ritmo da música, da natureza, da vida, da máquina de costura caseira, está à frente em seus pensamentos, mas está desacelerado na vida, conecta-se com o mundo, mas não se deixa dominar pela técnica, contudo está *on-line* quando precisa estar, quando quer estar, mas pode estar embebido numa cultura local, em algum lugarzinho que nem se imagina existir, lá está ele ampliando sua percepção cultural e costurando chapéus. Os seguidores acompanham tudo de perto pelas redes sociais (o tempo e o espaço *on-line*). Du E-holic explora técnicas ancestrais, tingindo fios, tecendo manualmente, fazendo pirografia, e serigrafia com estêncil. Cada chapéu é único, seja em se tratando de composições estilísticas, seja o lugar onde foi feito, a música que estava ouvindo ou a técnica manual utilizada. É possível acompanhar a descrição de cada peça, por meio das narrativas e imagens publicadas nas redes sociais. Dessa forma, cada chapéu contém uma energia própria, inimitável (artesania pós-moderna). A identificação ocorre por meio das narrativas apresentadas em cada postagem. Nem todas as publicações descrevem como o chapéu é feito, tem experiências pessoais, descrições do pôr do sol andino, caminhada solitária para a Bolívia, o compartilhamento de momentos únicos, paisagens fascinantes, tudo divido com seguidor por meio de uma carinhosa manifestação, a narrativa (a narrativa tecnológica). Du E-holic, materializa suas potencialidades no chapéu, um objeto não obrigatório na vestimenta atual, mas que é adquirido pelo que representa, pelo valor simbólico que envolve, pela magia, pela aura que emana. A experiência de comprar um chapéu desses é de uma compra humanizada, acolhedora, acompanhada de simbolismos que unem, que cimentam o bem-estar social, numa perspectiva que permite ver o mundo mais humano, melhor, e com um reencantamento único (objeto com aura).

Sem as redes sociais como dispositivos do imaginário, Du E-holic não teria visibilidade suficiente para instituir possibilidades sobre a sustentabilidade na moda. Seria mais um errante, com convicções próprias, guardadas para si e escondidas para o mundo. Finalizamos com duas narrativas evidentes nas redes sociais, que acompanham Du E-holic e o motivam a ser quem ele é: *Permita-se! Confie em mim, trabalhe no que você ama!*

REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. **Por uma antropologia da mobilidade**. Maceió: Edufal UNESP, 2010.

BACHELARD, Gaston. **O novo espírito científico**. Lisboa: Edições 70, 1986.

BALDINI, Massimo. **A invenção da moda:** as teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização:** as consequências humanas. Tradução: Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

_____. **Modernidade líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

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

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

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco:** rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora 34, 2010.

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo.** 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: _____. **Magia e técnica, arte e política:** ensaio sobre literatura e história das culturas. Obras Escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 2012. v. 1.

BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade:** uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção:** crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2007.

BRANDALISE, Vitor Hugo. Entrevista para o GQ Globo Brasil. **Flávio Rocha, o homem que criou o Fast-Fashion 100% nacional.** 23 nov. 2014. Disponível em: <http://gq.globo.com/Prazeres/Poder/noticia/2014/08/flavio-rocha-o-homem-que-criou-o-fast-fashion-100-nacional.html>. Acesso em: 2 fev. 2015.

CANCLINI, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Culturas híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução: Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 2013.

CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o homem:** introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

_____. **A filosofia das formas simbólicas.** Tradução: Mario Fleischer. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CASTELLS, Manoel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na Era da internet. Tradução: Carlos Aberto Medeiros. 1. ed. São Paulo: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manoel; CARDOSO, Gustavo (orgs.). **A sociedade em rede:** do conhecimento à ação política. 2005. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2016.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: arte do fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHAMIS, Raquel. De Porto Alegre, a estilista Helen Rödel tece moda artesanal para romper barreiras geográficas. **Revista Donna**, 26 set. 2015. Disponível em: <http://revistadonna.clicrbs.com.br/moda/porto-alegre-estilista-helen-rodel-tece-moda-artesanal-para-romper-barreiras-geograficas/>. Acesso em: 18 mar. 2016.

CIDREIRA, Renata P. **A moda numa perspectiva compreensiva.** Bahia: UFRB, 2014.

CIETTA, Enrico. **A revolução do *Fast-Fashion*:** estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

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

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo:** comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles. **A ilha deserta e outros textos.** Conclusões sobre vontade de potência e eterno retorno. Edição preparada por David Lapoujade. São Paulo: Iluminuras, 2004.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda:** como a criamos, porque a seguimos. São Paulo: Senac, 2015.

FACEBOOK DU E-HOLIC. Disponível em: <https://www.facebook.com/du.eholic>. Acesso em: 11 abr. 2015.

FASHION REVOLUTION BRASIL. Disponível em: <https://www.facebook.com/fashionrevolution.brasil/?fref=ts>. Acesso em: 5 nov. 2015.

FELINTO, Erick. Novas Tecnologias, antigos mitos. Apontamentos para uma definição operatória de imaginário tecnológico. **Galaxia**, n. 6, p. 165-188, out. 2003. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1341/830>. Acesso em: 18 abr. 2016.

_____. Os computadores também sonham? Para uma teoria da cibercultura como imaginário. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 15, p. 1-15, jul./dez. 2006. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4257/4420>. Acesso em: 22 nov. 2015.

FOUCAULT, Michel. **A microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

GANCHOS, Candida V. **Como analisar narrativas.** Ática: São Paulo, 2002.

GIANNINI, Evie. **Tempo e aceleração social na hipermodernidade.** 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yTARiMPJYrg>. Acesso em: 15 fev. 2015.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia.** Tradução: Ronaldo Cataldo Costa. 6. ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GWILT, Alison. **Moda sustentável**: um guia prático. 1. ed. São Paulo: GG, 2014.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomas Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna.** São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HEIDEGGER, Martin. **Nietzsche.** Tradução: P. Klossowski. Paris: Gallimard, 1971. v. II.

HENRIQUES, Sandra. Novas tecnologias móveis: aspectos sobre o leitor e as redes sociais na pós-modernidade. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 11., 2010, Novo Hamburgo. **Anais**... Novo Hamburgo: E-livros Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0940-1.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2016.

HONORÉ, Carl. **Devagar.** Tradução: Clóvis Marques. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos. Tradução: Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

INSTAGRAM DU E-HOLIC. Disponível em: <https://www.instagram.com/dueholic/>. Acesso em: 11 abr. 2015.

KOENIG, Marília. Uma literatura transmoderna: a ética da estética em Lima Barreto, análise de "O morcego" (Vida Urbana) à luz da sociologia compreensiva. **Revista Memorare**, Tubarão, v. 2, n. 3, 2015. Disponível em:

<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/memorare_grupep/article/view/3311/2366>. Acesso em: 18 abr. 2017.

LAVER, James. **A roupa e a moda, uma história concisa.** São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

LEGROS, Patrick et al. **Sociologia do imaginário.** 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **Metamorfoses da cultura liberal:** ética, mídia e empresa. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.

_____. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

LONGO, Walter. **Marketing e comunicação na Era pós-digital:** as regras mudaram. São Paulo: HSM do Brasil, 2014.

MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 8, n. 15, p. 74-82, ago. 2001a. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123/2395>. Acesso em: 10 fev. 2015.

_____. **Sobre o Nomadismo:** vagabundagens pós-modernas. Rio de Janeiro, Record, 2001b.

_____. **O ritmo da vida:** variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. **No fundo das aparências.** 4. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010a.

_____. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b.

_____. **Saturação.** Tradução: Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2010c.

_____. **O conhecimento comum:** introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2010d.

_____. **A transfiguração do político:** a tribalização do mundo. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MASI, Domenico de. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

MORAES, Dijon de. Moda, design e complexidade. In: PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de moda**: olhares diversos. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

MORAES, Heloisa J. P. **A descoberta e a vivência do virtual:** experiências infantis. Florianópolis: DIOESC, 2012.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

NIETZSCHE, Friedrich. **Vontade de potência.** Porto Alegre: Globo, 1945.

OLIVEIRA, Aline H. P. **Responsabilidade sócio ambiental**: e APL inovativo na indústria de confecção de Santa Catarina. 1. ed. Curitiba: Appris, 2015.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PITTA, Danielle P. R. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand.** Rio de Janeiro: Atlântica editora, 2005.

_____. Imaginário, cultura e comunicação. **Revista Eletrônica do Centro de Estudos do Imaginário**, UFRO, v. 4, n. 6, jan./dez. 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

REZENDE, Polyana Inácio. Dinâmicas comunicacionais na vida cotidiana. Instagram: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar pra se ver. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17., 2012, Ouro Preto. **Anais...** Ouro Preto: E-livros Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1626-2.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2017.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Tomo III. Tradução: Roberto Leal Ferreira. Campinas: Papirus, 1997.

SALCEDO, Helena. **Moda ética para um futuro sustentável**. 1. ed. São Paulo: GG, 2014.

SALLY, Caroline et al. **Última moda:** uma história ilustrada do belo e do bizarro. Tradução: Laura Schichvarger. 1. ed. São Paulo: Publifolha, 2013.

SANTOS, Milton. **A natureza o espaço:** técnica e tempo. Razão e emoção. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SANTOS, Marcos; ALMEIDA, Rogério. **Aproximações ao imaginário:** bússola de investigação poética. São Paulo: Képos, 2012.

SILVA, Juremir Machado. Michel Maffesoli: por uma política de transfiguração. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, n. 10, p. 17-23, jun.1999. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3024/2302>. Acesso em: 20 mar. 2016.

_____. **As tecnologias do imaginário.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos.** Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear em rede. Petrópolis, RS: Vozes, 2002.

SOUSA, Mauro W. O pertencimento ao comum mediático: a identidade em tempos de transição. **Revista Significação Eca USP**, São Paulo, v. 37, n. 34, 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/68112/70670>. Acesso em: 9 maio 2016.

SPINOZA, Baruch. **Ética**. Tradução: Lívio Xavier, São Paulo: Atena, 1957.

TARDE, Gabriel. **As leis da imitação**. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/282301682/As-Leis-Da-Imitacao-Gabriel-Tarde>. Acesso em: 5 fev. 2016.

VALENTIM, Anamélia F. **Reflexões sobre a cópia**: reprodutibilidade estética nas criações de moda, um recorte do sul de Santa Catarina. 2013. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) - Universidade do Sul do Estado de Santa Catarina, Tubarão, 2013. Disponível: <http://pergamum.unisul.br/pergamum/pdf/107270_Anamelia.pdf>. Acesso em: Acesso em: 17 maio 2017.

VERGILI, Rafael. **Relações públicas, mercados e redes sociais.** São Paulo: Summus, 2014.

VIVES, Vera et al. **O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea.** Rio de Janeiro: Funarte-Instituto Nacional do Folclore, 1983.

YIN, Robert. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANEXO A – Currículo Lattes

Currículo Lattes

Graziela Brunhari Kauling

Endereço para acessar este CV:http://lattes.cnpq.br/0215861178023501

Última atualização do currículo em 20/05/2017

Resumo informado pelo autor

Graduação em Moda, Habilitação Estilismo, pela UDESC - Universidade do Estado de Santa Catarina (2004). Pós Graduação pela Estácio de Sá em Moda em Gestão de Projeto de Moda e Vestuário (2007). Mestre em Design e Tecnologia pela UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2010). Doutoranda em Ciências da Linguagem pela UNISUL. Professora do IFSC - Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Campus Araranguá.

(Texto informado pelo autor)

Dados pessoais

Nome Graziela Brunhari Kauling

Nascimento 27/06/1982 - Araranguá/SC - Brasil

CPF 034.609.399-66

Formação acadêmica/titulação

2013 Doutorado em Ciências da Linguagem.
Universidade do Sul de Santa Catarina, UNISUL, Tubarao, Brasil
Orientador: Heloísa Juncklaus Preis Moraes

2008 - 2010 Mestrado em Design e Tecnologia.
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Porto Alegre, Brasil
Título: Gestão do Design em Empresas de Confecção do Vale do Araranguá-SC, Ano de obtenção: 2011
Orientador: Maurício Bernardes

2006 - 2008 Especialização em Gestão do Projeto de Moda do Vestuário.
Faculdade Estácio de Sá, ESTÁCIO DE SÁ, Brasil
Título: A implantação de uma Teciteca no SENAI Rio do Sul
Orientador: Maria Izabel Costa

2000 - 2004 Graduação em Moda e estilismo.
Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC, Florianopolis, Brasil
Título: Elaboração de um Book de Moda e desenvolvimento de coleção para a Marca Planeta Praia
Orientador: Teresa Cristina Rebello

Formação complementar

2008 - 2008 Extensão universitária em Design Management. (Carga horária: 8h).
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS, Sao Leopoldo, Brasil

2005 - 2005 Curso de curta duração em Knowing your Market. (Carga horária: 20h).
Fashion Institute of Technology, FIT, Estados Unidos

Atuação profissional

1. Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC

Vínculo institucional

2007 - Atual Vínculo: Servidor público , Enquadramento funcional: Docente , Carga horária: 40, Regime: Dedicação exclusiva

2. Universidade do Planalto Catarinense - UNIPLAC

Vínculo institucional

2006 - 2007 Vínculo: Professor visitante , Enquadramento funcional: Professor de Nível Superior , Carga horária: 12, Regime: Parcial
Outras informações:
Atribuições: Professora das disciplinas de Produção de Moda, e História da moda. Suplente de Coordenação do Curso de Design de Moda. Conquistas: Ser nome de turma para a turma da 7ª fase do Curso, primeira experiência profissional como docente

Atividades

04/2006 - 08/2006 Direção e Administração, Lages

Cargos ocupados:
Suplente de coordenação

3. SENAI SC Rio do Sul - SENAI SC

Vínculo institucional

2006 - 2007 Vínculo: Colaborador , Enquadramento funcional: Professor e Coordenador , Carga horária: 40, Regime: Integral
Outras informações:
Atribuições: Coordenação do Curso Superior Tecnologia em Produção do Vestuário: montagem de calendários, arranjo de professores, realização de reuniões de conselho de classe, professores e Conselho Superior da Faculdade, Coordenação de TCCs e relatórios de estágio. Divulgação de notas, atas de reunião. Resolução de problemas e conversas com alunos. Controle de registros feito por professores no sistema SGN. Aprovações e reprovações. Coordenação de Projetos integradores (interdisciplinares) Professora das disciplinas: História da Moda e Desenvolvimento de Coleção para o curso superior; Produção de Moda, Projeto, Pesquisa de Moda, para cursos técnicos; Corel Draw para superior e qualificação. Professora Orientadora de TCCs e Relatórios de Estágio para curso Superior e Participação em bancas Conquistas: Trabalhar em Projetos de cunho social e projetos integradores, a criação do projeto "Realização de TCCs 2007/1 – 7º módulo". Coordenar 4 turmas de nível superior. Desenvolver bons projetos

Producão

Produção bibliográfica

Artigos completos publicados em periódicos

1. **KAULING, Graziela B.**; BERNARDES, M. M. E. S.
ESTUDO DA INSERÇÃO DA GESTÃO DO DESIGN NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE EMPRESAS DE CONFECÇÃO BRASILEIRAS. Estudos em Design (Online). , v.19.2, p.1-20 - , 2011.

Trabalhos publicados em anais de eventos (completo)

1. **KAULING, Graziela B.**; VALETIM, A. F.
"A costura do invisível" e o "Ato de criação": moda, arte e política In: 4º Encontro Nacional de Pesquisa em Moda, 2014, Florianópolis.
4º Encontro Nacional de Pesquisa em Moda. , 2014.

2. KAULING, G. B.; **KAULING, Graziela B.**
A vitrine como um dispositivo (não) crítico In: 10 Colóquio Internacional de Moda, 2014, Caxias do Sul.
Anais Colóquio. , 2014.

3. **KAULING, Graziela B.**
Reflexões sobre a cópia na moda: divergências e atravessamentos In: II Congresso Científico Têxtil e Moda, 2014, São Paulo.
Anais do II Congresso Científico Têxtil e Moda. , 2014.

4. **KAULING, Graziela B.**; KIELING, A. P.; MULLER, J. M.; FIALHO, F. A. P.
Aspectos interdisciplinares em Design Thinking: um enfoque na administração de negócios, moda e psicologia social In: Simpósio Internacional sobre Interdisciplinares no Ensino, na Pesquisa e na Extensão - Região Sul, 2013, Florianópolis.
Anais do Simpósio Internacional sobre Interdisciplinares no Ensino, na Pesquisa e na Extensão - Região Sul. , 2013.

5. **KAULING, Graziela B.**; BERNARDES, M. M. E. S.
Study on the introduction of Design Management in the product develpment process of brazilian clothing companies In: In: The 18th International Conference on Engeneering Design,, 2011, Copenhage.
Proceeding of the 18th International Conference of Engeneering Design, Copenhage: Tecnical University of Denmark. , 2011.

6. **KAULING, Graziela B.**; BERNARDES, M. M. E. S.
Análise da Gestão do Design em Empresas de Confecção do Vale do Araranguá-SC In: IX Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design (P&D), 2010, São Paulo-SP.
IX Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design (P&D). Blucher, 2010. v.9. p.1 - 10

7. **KAULING, Graziela B.**; BERNARDES, M. M. E. S.
Análise da Gestão do Design em empresas de Confecção do Vale do Araranguá-SC In: VI Colóquio de Moda, 2010, São Paulo-SP.
En Moda Escola de empreendedores. , 2010. v.6. p.1 - 10

8. **KAULING, Graziela B.**; COSTA, M. I.
A implantação da Tecnoteca SENAI Rio do Sul In: IV Colóquio de Moda, 2008, Novo Hamburgo-RS.
IV Colóquio de Moda - CD anais do Evento Feevale. , 2008. v.4. p.1 - 7

Trabalhos publicados em anais de eventos (resumo)

1. **KAULING, Graziela B.**
As marcas de moda na comunicação da imaterialidade: o imaginário e o suporte das novas mídias In: Simpósio de Formação de Professores: educação, currículo, escola, 2014, Tubarão.
Anais do SIMFOP. , 2014.

2. **KAULING, Graziela B.**
'Atualização da Narrativa em Meu Pedacinho de chão (rede globo): considerações sobre o imaginário social In: Simpósio de Formação de Professores: educação, currículo, escola, 2014, Tubarão.
Anais do SIMFOP. , 2014.

3. **KAULING, Graziela B.**
Outra lógica do Consumo - partindo da identificação In: III Encontro Sul Brasileiro de Educação Patrimonial, 2014, Tubarão.
Anais do Evento. , 2014.

Artigos em jornal de notícias

1. **KAULING, Graziela B.**
Cenários inovadores e abordagens modernas são destaque das mini vitrines no Instituto Federal. Jornal Amorim. Araranguá-SC, p.8 - 8, 2009.

Artigos em revistas (Magazine)

1. **KAULING, Graziela B.**
A importância do Design. Catwalk - caderno de moda periódico. Araranguá-SC, p.49 - 49, 2013.

2. **KAULING, Graziela B.**
O que anda rolando no Corpo Docente. Catwalk - caderno de moda periódico. Araranguá-SC, p.5 - 5, 2012.

3. **KAULING, Graziela B.**
Dica da Professora - Personal Organizer. Catwalk - caderno de moda periódico. Araranguá-SC, p.44 - 44, 2011.

4. **KAULING, Graziela B.**
Art Design in Bags. Catwalk - caderno de moda periódico. Araranguá-SC, p.39 - 40, 2010.

5. **KAULING, Graziela B.**
Parodiar para aprender. Catwalk - caderno de moda periódico. Araranguá-SC, p.9 - 9, 2009.

Produção técnica

Demais produções técnicas

1. **KAULING, Graziela B.**
Vitrine - Um canal de vendas, 2008. (Aperfeiçoamento, Curso de curta duração ministrado)

Produção artística/cultural

Outra produção artística/cultural

1. **KAULING, Graziela B.**
Evento: **Projeto "Estilistas Doando Criatividade"**, 2006. Cidade do evento: Rio do Sul. País: Brasil. Duração: 5.

Orientações e Supervisões

Orientações e supervisões

Orientações e supervisões concluídas

Monografias de conclusão de curso de aperfeiçoamento/especialização

1. Rafaela Bett Soratto. **O CONCEITO DE BELEZA PELO PROCESSO MIDIÁTICO CORPO GORDO CORPO MAGRO**. 2008. Monografia (Especialização em Moda e Processo Produtivo) - Universidade do Extremo Sul Catarinense

Trabalhos de conclusão de curso de graduação

1. Carmen Teresinha Menel. **Desenvolvimento de uma mini coleção para a Marca Taiga Musgo**. 2007. Curso (Tecnologia em Produção do Vestuário) - SENAI SC Rio do Sul

2. Nadine Martins Varela. **Projeto SCMC: Etapa acabamento**. 2007. Curso (Tecnologia em Produção do Vestuário) - SENAI SC Rio do Sul

3. Renata Françosi. **A proposta de um editorial de moda e um conceito diferenciado**. 2006. Curso (Design e Tecnologia de Moda) - Universidade do Planalto Catarinense

4. Suelen Amorim. **Alta Costura: Um mundo de Glamour**. 2006. Curso (Design e Tecnologia de Moda) - Universidade do Planalto Catarinense