

Sociabilidades contemporâneas: o Pelourinho como enunciador de modos e modas

Contemporary sociabilities: Pelourinho
as an announcer of manners and fashions

Cíntia SanMartin Fernandes¹
cintia@lagoadaconceicao.com

Josenilde S. Souza²
zizizaza@gmail.com

Resumo

A moda como modo de ser, como identidade de uma cidade, de um lugar e de um grupo é tema central deste artigo. Elegemos o Pelourinho, em Salvador, como espaço a ser investigado, tendo como objetivo compreender como as interações entre gestos, espaços, temporalidades e movimentos geram sociabilidades singulares através das práticas socioculturais cotidianas de um determinado lugar.

Palavras-chave: comunicação, sociabilidade, moda, cultura.

Abstract

The central theme of this article is fashion, as a way of being the identity of a city, of a place, and of a group. We chose Pelourinho, in Salvador, as a space to be investigated, aiming to understand how the interactions between gestures, spaces, temporalities, and movements can generate natural sociability through the everyday sociocultural practices of a particular place.

Key words: communication, sociability, fashion, culture.

¹ Professora da ESPM-RJ e pesquisadora do Centro de Pesquisas Sociosemióticas (CPS). Escola Superior de Propaganda e Marketing - Rio de Janeiro. Rua do Rosário, 90, Centro, 20041-002, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

² Pesquisadora do Centro de Pesquisas Sociosemióticas (CPS) e docente da graduação de moda da UNIFMU-SP. Faculdades Metropolitanas Unidas, Vila Mariana. Av. Lins de Vasconcelos, 3406, Vila Mariana, São Paulo, SP, Brasil. Blog: <http://modacine.blogspot.com>.

“O sertão vai virar mar... e o mar vai virar sertão!”

Em termos literais, a profecia glauberiana de “Deus e o Diabo na Terra do Sol” indica uma transmutação geológica. Em termos absolutos é improvável, ainda que tornada agora como um pouco mais plausível pelo aquecimento global. Na verdade, a frase exprime mundos em movimento, num processo de mútuo intercâmbio: o interior se dirige para o litoral e vice-versa. Feira de Santana se encontra com Salvador e Porto Seguro. Nosso artigo navega nessas ondas que carregam as águas de Oxum e Iemanjá para fertilizar a catinga.

O baiano do litoral tem um espírito dionisíaco: adota no seu cotidiano a festa, a dança e não se inibe ao se esparramar pela areia, como a espuma da praia. Do mesmo modo que se deixa tomar por essa fruição estésica com a vida, nos momentos em que a indignação ou a injustiça o espregueira, impõe-se com os movimentos precisos e infalíveis da capoeira, quando não ginga de lado e saca a peixeira, que, segundo Adoniran Barbosa, mata tanto quanto o olhar da namorada, ou a espada de Iansã.

Esse arquétipo feminino do baiano atlântico está formado nas obras de Jorge Amado e nas canções de Dorival Caymmi; nos versos do Navio Negreiro, na antropologia de Antonio Risério, na poesia de Wally Salomão e Gregório de Matos; nas imagens iconoclastas do cinema novo de Glauber Rocha; e nas mulheres guerreiras como Catarina Paraguaçu, Joana Angélica, Ana Neri, Menininha do Gantois (Figura 1) e Irmã Dulce.

A própria identificação cultural desse povo se faz de modo visual e instantâneo, por meio do vestuário – o baiano é o único tipo de brasileiro que veste branco maciçamente em dia de sexta-feira. Mesmo sem contas de Oxalá no pescoço, a cada semana, todo cidadão de Salvador sublinha ritualmente a presença dos orixás africanos. Esses trouxeram proteção, gênio e prosperidade para músicos, dançarinos, atores, fotógrafos e artistas plásticos.

Neste momento, a criação brota no recôncavo e na caatinga, locais riquíssimos em estilemas de outras naturezas. O sertanejo simboliza um universo a cavalo, apolíneo e masculino, dominado por vaqueiros (Figura 3), jagunços, agricultores e cangaceiros. Substituindo os pretos velhos, a sabedoria popular vem dos caboclos, de suas ervas e de suas ladainhas. Em lugar dos atabaques e berimbau (Figura 2), escuta-se a viola de cocho e a sanfona. As mulheres se ocultam sob o negro dos véus que restaram do Oriente Medieval, enquanto os machos envergam armaduras de couro curtido, decoradas com motivos barrocos. O samba emudece para se ouvir o chachado, o maracatu e o forró – palavra que exprime

me uma atávica globalização nordestina que orienta o nosso projeto em seu multiculturalismo explícito: trata-se da grafia local para a expressão inglesa *for all*, ou seja, “para todos”.



Figura 1. Mãe Menininha.

Figure 1. Mother Menininha.

Fonte: Acervo Luciano Ramos.

Salvador³ como lugar: As pontes e as portas

As relações socioculturais (branco, índio e negro) marcam a moda baiana. Uma pluralidade étnico-cultural que reproduz até hoje, as diferenças culturais e as desigualdades sociais. Segundo Fernandes (2009), Salvador é hoje uma cidade que espelha o ser pós-moderno, no sentido de aliar o que aparentemente parece impossibilitado de *existir como*, no sentido de serem constituídas pequenas tribos misteriosas, que vivem temporalidades muito distintas na construção das possibilidades de agregação social.

Conforme a autora, o lugar pode ser entendido como “espaços afetivos” e de alteridades que se constroem, tomam forma, à medida que são vividos, experienciados, sensivelmente e

³ A cidade de Salvador foi fundada em 1549, como a primeira capital do Brasil pertencente à coroa Portuguesa. O primeiro traçado de Salvador obedecia a um projeto arquitetônico seguindo os modelos medievais da Europa Ocidental. Antes dos portugueses, a Bahia era habitada por índios Tupi, Jê e Kariri. Os negros foram trazidos da África pelo tráfico de escravos desde o séc. XVI. Predominam os provenientes da África Ocidental, especialmente os Iorubanos, correspondendo à Nigéria atual.



Figura 2. Roda de capoeira com berimbau e roda de samba.

Figure 2. Capoeira game with berimbau and samba.

Foto: Christophe Chatverre.



Figura 3. Homem do sertão.

Figure 3. Man of the interior.

Foto: Christophe Chatverre.

inteligivelmente por uma prática de reconhecimento resultante de processos de construção identitária (Landowski, 2002). Pensar Salvador com o auxílio da categoria lugar significa compreender a cidade como o espaço das efervescências de diversos grupos (ou tribos), em que diferentes identidades solidificam-se, mas que, ao se relacionarem nos espaços públicos, passam a fazer parte de uma outra rede de relações. Passam a constituir uma rede rizomática (no sentido deleuziano⁴) em que vivenciam interações abertas que, por meio do contato e do diálogo, permitem desenvolver identitário não fixo, mas fluido. Lançam-se, assim, a uma interação com a potencialidade de criação de um outro lugar, um outro *ethos*, um *ethos* que engloba as diversidades vividas em seus cotidianos socioespaciais.

Em Salvador, há diversos espaços (Figuras 5 e 6) que se constituem como um lugar de representação da comunhão de diversidades estético-culturais coexistentes na cidade: o Pelourinho, as praças Campo Grande e da Piedade, a Lagoa do Abaeté, as escadarias do Bomfim; as livrarias e os bares do Rio vermelho, o Corredor da Vitória com seus pontos culturais e as feiras alternativas, o mercado Modelo, a Feira de artesanato do Rio Vermelho e a Feira de São Joaquim, os shoppings da cidade, desde a Liberdade até a Av. Paralela, entre tantos outros exemplos.

Esses lugares, que representam o espaço da sociabilidade por excelência, são fortalecidos e sedimentados pelos senti-

mentos em comum e por uma forma de expressão também comum aos que os fazem espaços da "comunicação-comunhão". Deste modo, as "portas e as pontes" (Simmel, 1988) servem como metáfora das conexões sociopolíticas culturais que vão tecendo a rede interpessoal na cidade, uma rede na qual a dimensão estética (correspondência) do viver, o compartilhar de sentimentos, emoções e paixões comuns, ganham relevância na constituição da potência comunal, ou dos espaços mediáticos, comunicativos que rompem com o estabelecido e com toda estratégia pública de ordenação dos espaços e de poder territorial (Ferrara, 2007).

Os espaços comerciais da Rua Chile⁵, Baixa dos Sapateiros⁶ e Av. Carlos Gomes convidam o passante a caminhar de uma rua a outra não somente por espaços programados pelas mediações econômicas, mas por relações estéticas em que a enunciação dada pelos sons, odores e gestos descentralizam o ser de sua experiência funcional lançando-o a uma experiência estética e, por que não, mítica. Portanto, é possível investigá-los sob a hipótese de serem espaços que também possibilitam relações capazes de descentrar o valor econômico das relações e eleger outros valores, e sucessivamente ações que, no cotidiano da interação e experiência com o espaço e com os outros, carregam consigo a potencialidade de gerar (e gerar) novas sociabilidades.

⁴ Deleuze e Guattari (1995) propõem o conceito de rizoma, tendo como finalidade contraporem-se ao ideal moderno de uma ordem social estabelecida sobre estruturas verticalizadas e ordenadas a partir de uma raiz unificadora que serve como modelo de reprodutibilidade dos valores de um sistema centrado que privilegia o centro. O rizoma deve ser entendido como a-centrado, uma rede de autômatos finitos que alteram os movimentos e as posições conforme as relações experienciadas. A condição desse tipo de sistema é a de complexidade, em que não há um decalque, uma cópia de uma ordem central, mas sim múltiplas conexões que são estabelecidas a todo momento, num fluxo constante de desterritorialização e reterritorialização.

⁵ Vários estabelecimentos comerciais fizeram história na Rua Chile, num período em que toda a badalação da cidade lá se concentrava. Sloper, Duas Américas, O Adamastor, Chapelaria Mercury, Casa Clark, Confeitaria Chile, dentre outras, atraíram um público fiel formado por jornalistas, artistas, políticos e pessoas da alta sociedade que buscavam as últimas novidades da moda ou um local agradável para tomar um café e conversar.

⁶ A rua foi homenageada nos versos de Ary Barroso: *Na Baixa do Sapateiro eu encontrei um dia/ A morena mais frajola da Bahia/ Pedi-lhe um beijo, não deu/Um abraço, sorriu/Pedi-lhe a mão, não quis dar, fugiu/Bahia, terra da felicidade.*



Figura 4. Cerimônia religiosa na beira do mar.

Figure 4. Religious ceremony near the sea.

Foto: Christophe Chatverre.



Figura 5. Rua Chile.

Figure 5. Chile Street.

Fonte: Acervo da Fundação Gregório de Mattos.

As ruas comerciais na atualidade podem ser vividas tanto como espaços de "manipulação nas manifestações comerciais" (Oliveira, 1997) como possíveis lugares do encontro, do *élan* comunitário em que o consumo pode ser o elemento que aparece num plano mais superficial da análise. É preciso entrar nas ruas e escavar os sentidos das sociabilidades presentes nestes espaços significativos de interações tão diversas.

No texto em que instruiu o processo de tombamento do Terreiro do Gantois, Ramos (2000, p. 7) citava a neta de Mãe Menininha, Mônica Millet:

[...] a tradição do candomblé atribui importância fundamental ao espaço físico ocupado pelo sagrado e todas as coisas que nele se manifestam, porque carregam a multiplicidade de valores que corporificam o legado cultural africano. Por isso, as atividades voltadas ao culto não se restringem aos locais especificamente construídos para as práticas religiosas – a roça e seus arredores, todas as árvores e a vegetação rasteira, bem como as fontes, cursos d'água e até os caminhos e habitações leigas adquirem um sentido devocional e ritualístico.

Portanto, é procedente a ideia de que o território de Salvador como um todo suporta uma aura de lugar sagrado. Esse aspecto é fundamental para se compreender a dinâmica das relações e práticas socioculturais da comunidade soteropolitana, pois grande parte da sociedade descende da cultura negra⁷ e carrega consigo a dialética entre o mundo material e imaterial, onde as relações humanas são permeadas pelas relações religiosas que, por sua vez, orientam uma conduta diante do mundo estabelecida na ideia do eterno retorno.

Viver sob o tempo cíclico do eterno retorno significa, para essa cultura, que é preciso aprender com o passado a fim de viver o presente reflexivamente, mas uma reflexividade que alcança o que Maffesoli (2001) e Durand (1969) denominam de *contenu* e *humus*.⁸

Na cultura nagô, a ideia de progresso, associada ao tempo futuro, desaparece. O importante é viver o presente com inteireza, buscando nas forças imateriais dos orixás (elemento religioso associado sempre aos elementos da natureza, como fogo, trovão, águas etc.) os instrumentos para seguir a vida, reconstituindo-se eternamente em sua força vital para poder gerar vida comunitária reflexiva também (Sodré, 1999).

O imaginário evocado na memória corporal e emocional pelo tambor e por outros símbolos presentes no cotidiano de Salvador – como cores das roupas, formas de dança, culinária e simbologia religiosa – constituem aquilo que Durand (1969)

⁷ Conforme dados do IBGE 2007, a maior parte da população (80%) de Salvador constitui-se do conjunto da soma daqueles que se denominam negros e pardos.

⁸ Maffesoli (2001, p. 82-83), citando Durand, evidencia o quanto o imaginário "deve à mitologia", no sentido de mostrar que Durand se ocupa das diversas imagens que exprimem os regimes diurno e noturno do imaginário. Ora, essas imagens encontradas nas lendas, nos contos, nos fantasmas populares, estão todas ligadas a um lugar, a uma territorialização bem precisa. É o que torna possível dizer que "o espaço é a forma a priori do fantástico". E é certo que as fontes, os bosques, as florestas, as montanhas, os rios, os mares etc. são outras tantas focalizações concretas dos mitos, isto é, do discurso que é mantido sobre a existência e seu desenvolvimento. Afirmar, pois, que "o espaço é o lugar das figurações" é ressaltar a inscrição mundana de nossas representações, é mostrar que nossos sonhos e nossas práticas cotidianas enraizam-se e se territorializam num húmus que é fator de socialidade.



Figura 6. Feira de São Joaquim.

Figure 6. São Joaquim fair.

Foto: Christophe Chatverre.



Figura 7. Pelourinho.

Figure 7. Pelourinho.

Foto: Christophe Chatverre.

definiu como representantes da dramatização cíclica dentro da organização do mito do retorno.

A comunicação é responsável pela complementaridade entre esses dois mundos.⁹ Assim, o campo da imaterialidade é vivenciado com a comunicação oral e corporal, com o canto e a dança, em que os tambores assumem um papel central no sentido de dar o ritmo comunicacional.

O tambor aparece na cultura nagô como um instrumento de comunicação entre os dois mundos. Como um potencializador da interatividade entre eles. Esse imaginário está presente e vivo nas ruas de Salvador. É difícil não reconhecer o poder da comunicação deste instrumento utilizado como símbolo de evocação afetiva tradicional e espiritual¹⁰.

Pelourinho, disseminador de modos e modas

Nos anos 1990, o Pelourinho (Figura 7) foi considerado o celeiro da moda local, pois ali diferentes tribos estão reunidas e coexistem nas diferenças, social, ideológica e cultural. A moda se traduz como manifestação social e cultural. Somen-

te subindo e descendo as ladeiras temos encontros com diversos estilos, comportamentos e dialetos locais.

Assim, alguns ateliês de artistas, de estilistas e designers foram instalados no Pelourinho e resistem até hoje, como é o caso da estilista Márcia Ganem e da designer Goya Lopes. Além do projeto Axé, uma iniciativa do italiano Cesare La Rocca que levantou a alta estima local, fazendo desfiles com roupas criadas pelos alunos e chamando atenção da mídia nacional. La Rocca utilizava celebridades nacionais para apoiar o projeto, como foi o caso do desfile que contou com a participação de Luiza Brunnett e Caetano Veloso.

Mapeando a região, encontramos os salões de cabeleireiros *black* e afro, as lojas de artesanato, os vendedores ambulantes, os museus, as Igrejas, as Organizações não Governamentais, as praças, os bancos, as lojas de joias, as casas de cambio, odteatros, as praças, as grifes alternativas (projeto Axé), os ateliês de estilistas, os estabelecimentos de alimentação, as lojas de roupas e acessórios para as tribos mais diversas como o *new hippie*, a cultura do axé, o *reggae* e o turista, os quais são integrados a este espaço que se constitui como um lugar de sociabilidade.

⁹ Tavares (2001), assim como Verger (1985) e Sodré (1999), analisaram a importância do Candomblé no cotidiano da cidade de Salvador, o qual está presente no imaginário relacional, na trama que compõem a rede comunicacional da cidade.

¹⁰ No plano espiritual, não se pode deixar de apresentar o Candomblé como a cerimônia religiosa que representa a teia complexa desse povo. Neste sentido, o Candomblé é o conjunto de cerimônias religiosas animistas que diferem nos rituais, conforme seja ijexá, ewe (jeje), aussá, kêtú, cabinda, congo. A festa do Candomblé começa ao amanhecer do dia, com uma cerimônia privada de sacrifício de animais (galo, pombo, carneiro, cabrito) em homenagem aos orixás. Aberta ao público, fiéis ou não, continua pela tarde com o "padê", oferta de alimentos rituais ao orixá Exu, que é convidado para garantir a harmonia da festa. Forma-se uma roda, com fiéis dançando, cantando e chamando os orixás... A festa alcança o seu ponto máximo com todos os orixás presentes dançando e cantando. Somente depois desse clímax é que a roda se desfaz, momento em que os orixás vão se recolhendo à camarinha e a mãe de Santo de retira. A orquestra de tambores, agogô, adjá e xerê, tem especial destaque e função na festa do Candomblé (Tavares, 2001, p. 59).

Passamos pela experiência de compartilhar diferentes estilos estéticos, diferentes identidades que se deixam desvelar por diferentes possibilidades de modos de ser. Cada rua representa o lugar de cada grupo.

Nas ladeiras há o predomínio da cultura do *reggae* com suas roupas largas, coloridas, cabelos com *dreadlocks*, sons de Bob Marley, que utiliza um artifício paradoxal na construção musical ao compor canções de melodias mansas, suaves, para expressar um conteúdo denso, com forte componente crítico social.

Mais marcadamente, as culturas *black* (afrodescendentes) nos convidam a ser *voyeurs* das suas diversas expressões. Seja no cromatismo, formas e estilos das roupas, no toque dos tambores, no jogo da capoeira, nos modos de arranjar os cabelos e a cabeça transmutando todo o gestual corpóreo, bem como nas procissões sincréticas realizadas em homenagem aos santos da Igreja Católica que, em sua enunciação, têm correspondências com os santos do Candomblé. Essas expressões são resultantes de uma afirmação identitária que utiliza a visualidade e a plasticidade corporal para explicitar o conteúdo racional-sensível-espiritual de seu grupo de pertencimento sociocultural.

Desse modo, compreendemos que, além da incorporação dos valores *black*, nestes locais comerciais encontramos aquilo que Risério (2007) chama atenção para o entendimento do *neonegro* (Figura 8). Conforme o antropólogo, esses espaços são significantes na medida em que são vividos como referenciais relacionais em que sua estima é valorizada. Nesses espaços, as cores fortes de suas roupas, a ostentação de sua vasta cabeleira e o contraste de sua pele reluzente são mais do que aceitos, pois são vividos numa verdadeira relação de alteridade.

A partir das ladeiras, ruas e ruelas do Pelourinho somos instaurados numa espacialidade cuja topologia divide-se entre alto e baixo (cidade alta e cidade baixa). A comunicabilidade

entre esses dois espaços alto/baixo ocorre por meio de ruas, elevador (Lacerda) e Plano Inclinado (funicular). Desse modo, as relações horizontalizadas em cada plano se comunicam verticalmente entre si. Os movimentos ascendentes e descendentes corrompem a possível linearidade da relação corpo/espaço. O corpo experiencia essa dinâmica por meio das modalidades e modulações do tônus muscular ao se ajustar às formas do lugar, a sua espacialidade.

Esse ajuste corpo/cidade nos faz pensar na dimensão comunicativa do espaço, sua sociabilidade constituída por meio de relações que estão para além das racionalidades e intencionalidades cognitivas, conformando-se por meio de estesias, plásticas e estéticas originadas no plano da sensibilidade.

E, assim, os modos de vestir, as escolhas das formas e cores das roupas de quem circula pelo lugar não podem ser pensados sem articular espacialidade, corpo e roupa, o que pode vir a se desdobrar em moda ou na expressividade dos modos de ser. É interessante notar que a diversidade das cores utilizadas nas fachadas coloridas dos casarões antigos reitera-se nas roupas das pessoas que ali frequentam e habitam: corpo/roupa/espaço integrando-se e revelando que ali é um lugar.

Esses lugares do pertencimento, da espacialidade afetiva vão sendo construídos e tomam forma, na medida em que são vividos, experienciados, sensivelmente e inteligivelmente. Santos (1996) chamou esses lugares de "espaços do acontecer solidário", que definem usos e geram valores de múltiplas naturezas, como culturais, antropológicos, econômicos, sociais etc., em que se pressupõem coexistências culturais.

Ao transitar pelas ruas do Pelourinho, encontramos a celebração dos diversos estilos de vida (Figura 9), fundados no tempo do prazer profundo e imediato, eternizado pelas cores, pelos ritmos, cheiros, corpos. O corpo complexo e múltiplo, plu-



Figura 8. A beleza negra.
Figure 8. The black beauty.
Foto: Christophe Chatverre.



Figura 9. Habitante do Pelourinho.
Figure 9. Pelourinho's resident.
Foto: Christophe Chatverre.

ricultural, plurigestual, dinâmico, somente pode ser compreendido no processo da configuração da dinâmica dos corpos em interação com o espaço.

Assim, as lojas deixam de ser os únicos expositores de produtos, sendo o corpo a sua extensão, tornando-se vitrinas de estilos móveis (Figura 10), mas não para aparentar status de exposição de grifes da moda, como ocorre nos *shoppings*.

O Pelourinho pode ser visto como um espaço de difusão de ideias e estilos referentes ao universo da moda, estabelecendo uma ponte com as manifestações concretas da cultura. Alimentada, portanto, a inspiração de estilistas, designers, antropólogos, sociólogos e formadores de opinião que mapeiam o local e cujo trabalho pode ser consumido no mercado, desde lojas de luxo até lojas de departamento.

A espacialidade do Pelourinho cumpre o papel de difusor da moda. A roupa é um dos traços significativos e expressivos do estilo, expandido para música, estética, gestual, decoração e acessórios (Figuras 11 e 12). São essas as categorias expressivas do indivíduo, usadas para se sentir aceito na tribo e permitir uma demarcação das fronteiras dos grupos sociais. A roupa e a visualidade do baiano são trabalhadas de maneira a construir uma identidade de grupo e um possível reconhecimento do estilo.

Como é o caso da tribo¹¹ do *reggae* (independe, de ser dia ou noite, verão ou inverno), em que se nota uma predileção pelas cores primárias. Os tecidos abusam de texturas e caimentos variados, desde a escolha de tramas mais leves contrastando com materiais.

O importante é perceber que estes territórios, ao mesmo tempo em que estão demarcados por uma questão da lógica do espaço, interagem entre si por meio de mediações que, em processo contínuo, rompem com o uso do espaço demarcado pela rotina, pelo hábito (Ferrara, 2008). Essas mediações são entendidas como uma complexa experiência capaz de gerar ajustamentos nas formas de ação e interação do sujeito no mundo em que este, devido a sua autonomia e integridade, pode navegar e construir, em seu cotidiano, relações inesperadas, mais arriscadas, potencializando a aventura do lançar-se na cidade de forma sensual, em que corpo e ambiente (artificial ou natural) interagem, gerando outros significados para os locais, transformando-os em lugares (Ferrara, 2007).

Com isso, afirmamos que os espaços se *lugarizam* na medida em que os indivíduos se apropriam destes, sentindo-os, intercambiando com o ambiente, desvelando-os ao mesmo tempo em que se desvelam, gerando a possibilidade de infinitas conformações de espacialidades que tecem o cotidiano da vida cidadina em uma trama infinita e aberta, uma rede geradora de possibilidades comunicativas em que as in-

formações, os desejos e as fantasias circulam em um mecanismo de proximidade.

Daí a existência das pequenas tribos, efêmeras ou duradouras, conduzindo ao possível viver cíclico, que une "lugar" e "nós", mesmo diante da complexidade do mundo vivido, de realidade imperfeita e atribulada, o qual não deixa de produzir um *co-naissance comum* (Maffesoli, 2007) que circula na dança múltipla dos cruzamentos e entrecruzamentos, constituindo tecido social cuja trama é complexa e diversa.

Deste modo, nesse Corpo Pelourinho, portas e pontes são utilizadas no sentido de agudizar a ambivalência simmeliana,

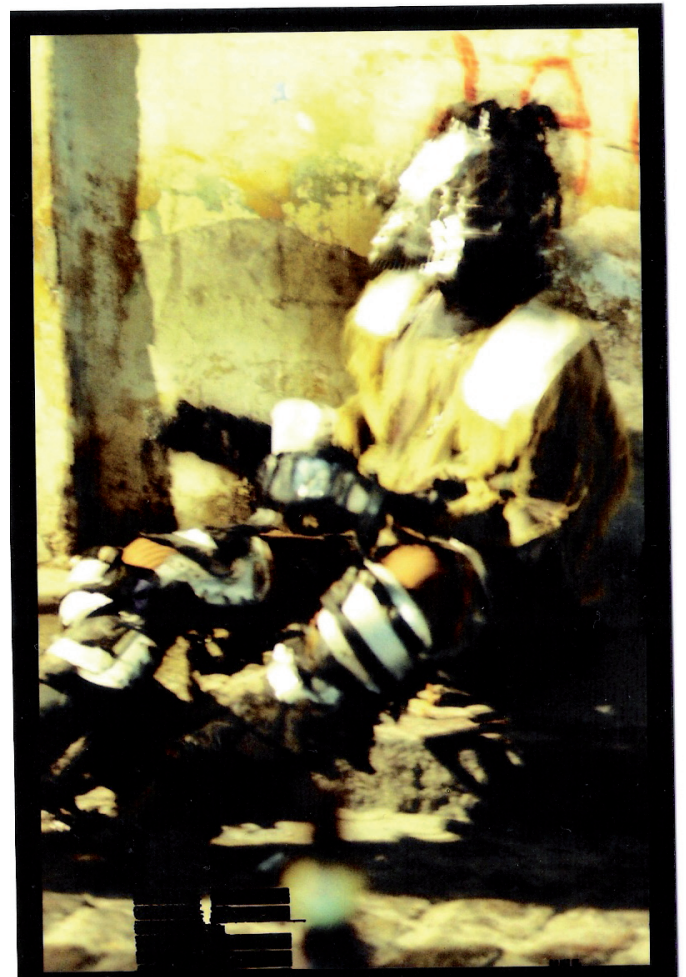


Figura 10. Jaime Figura.

Figure 10. Jaime Figura.

Foto: Nilo Mota.

¹¹ O conceito de tribalismo é introduzido na discussão sociológica por Maffesoli (1987), em seu estudo a respeito do declínio do individualismo nas sociedades de massa neste fim de século. O estudo aponta a emergência de microgrupos sociais, os quais se denominam "tribos". Para o autor, a metáfora da tribo "permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa (persona) é chamada a representar dentro dela. Claro está que, como as massas em permanente agitação, as tribos que nelas se cristalizam tampouco são estáveis. As pessoas que compõem essas tribos podem evoluir de uma para outra" (Maffesoli, 1987, p. 9).



Figura 11. Estilo criado nas ruas de Salvador.
Figure 11. Style created in Salvador streets.
Foto: Christophe Chatverre.



Figura 12. Baianas nas ruas de Salvador.
Figure 12. Baianas in Salvador streets.
Foto: Christophe Chatverre.

quer seja: como estratégias de manter a unidade identitária dos diversos grupos e, ao mesmo tempo, como intercâmbio dos valores e das práticas identitárias sob uma perspectiva transgressora, não limitadora, mas expansiva e aberta a outras possibilidades de mediações desses mesmos grupos, a outros ajustamentos, a outros *porvires* que se deixam ver através da moda.

O baiano na mídia

Quando se fala no negro na Bahia é preciso lembrar Rui Barbosa, Edison Carneiro e Roger Bastide. É preciso recorrer ao

geógrafo Milton Santos, ao ator Antônio Pitanga, mas nunca ao que produtos equivocados de diluição e engodo cultural transmitem. Esse é o caso de filmes como *Opaió*, em que temos uma Bahia filtrada pelos figurinistas da TV Globo, caricatural e plasticada: uma hipérbole circense da vida real equivalente ao que se faz em produtos como *Casseta e Planeta* e *Zorra Total*.

A visão do baiano na TV é puro clichê: abuso de estereótipos, do linguajar decalcado numa ampliação de exageros. Quando o povo baiano aparece nas mídias televisivas, é sempre apresentado como um habitante de periferia, marginalizado, "carnavalizado". A grande mídia trabalha com a tipificação e, assim, cai numa visão reducionista. A Bahia é, na verdade, várias Bahias – do litoral, à Chapada, do recôncavo, ao sertão. Ao mesmo tempo em que este povo se apresenta aberto e expansivo, ele é retraído, talvez por causa do isolamento imposto por cem anos do restante do país, desde quando a capital do Brasil foi transferida para o Rio de Janeiro, no século XVIII. Mas onde se encontra a identidade da moda baiana? Será que ela existe no mundo real? Como será resistir a uma homogeneização provocada pelo mercado e pela mídia? O clima quente, a beira do mar e a presença africana levam a mulher a exibir seu corpo ou parte dele. Uma mistura de "Gabrielas" com "Yemanjás", ou uma baiana brejeira do sertão que abusa das cores e das formas justas modeladas no corpo, dos vestidos curtos, dos sapatos altos e sempre com um batom na bolsa. A roupa é casual, com cara de praia e tecidos fluidos, leves e de alça, para arrastar sandália. O homem baiano, apesar de ter incorporado a elegância de Vadinho do Jorge Amado, mostra pouca ousadia no vestir. O baiano acompanha a moda da TV e as jogadas de marketing dos cantores de axé. Recorrendo a uma assessoria de visual, a cantora Ivete Sangalo é modelo para uma legião de fãs que imitam desde seu corte de cabelo até sua maneira de vestir.

Mas, afinal, o que é moda baiana? Tem a ver com um jeito de fazer *moulage* no corpo (lenços na cabeça, na cintura). As armações oriundas de outras terras, na Bahia, ganham um jeito próprio e peculiar de aliar ancestralidade com a contemporaneidade. Apesar de seu baixo poder aquisitivo, o baiano gosta de comprar e acompanhar as tendências da moda. Não tem vergonha de ser brejeiro e exagerado nos penduricalhos: figas, patuás, além das imagens de santos (Figura 13). Sincrético e barroco no seu estilo, ele mescla no seu *look* peças de artesanato (renda, bordado, crochê, ponto cruz) com fios sintéticos.

Por outro lado, outro segmento busca a sofisticação. Isso pode ser notado pelo crescente mercado de luxo no setor imobiliário, nos *looks* da elite dominante, na construção dos shoppings de luxo, nas alamedas em bairros nobres dedicadas a lojas de decoração, na proliferação de restaurantes (Figura 14) requintados.

É impossível dissociar a moda da sua contextualização histórica, cultural, econômica e local, como também seria miopia acreditar que a moda é feita por uma determinada classe social. A moda baiana é um fluxo de informações relacionadas a sua maneira de ver e vivenciar o cotidiano. Pensar em moda somente como feitura de roupas seria um ato reducionista.



Figura 13. Adoração de imagens nas roupas e no cotidiano.
Figure 13. Adoration of images in clothes and in the quotidian.
 Fotos: Álvaro Villela.



Figura 14. Restaurante Trapiche Adelaide, Marina Contorno.
Figure 14. Trapiche Adelaide Restaurant, Marina Contorno.
 Foto: Christophe Chatverre.

O baiano cria moda: a moda na música, seja o movimento tropicalia ou o axé *music*; a moda na culinária, seja nos pratos típicos ou na cozinha internacional; a moda da dança de rua, a dança afro. A moda para o baiano é um conjunto de ideias e criações que se misturam num grande caldeirão miscigenado.

A moda a partir dos anos 1980

A Bahia ficou esquecida como criadora de moda por muitos anos; o mercado local foi ocupado pelas marcas nacionais, febres nos anos 1980: *Divina Decadência*, *Varal*, *Iodice*, *Zoomp*, *Fórum*, *Yes Brasil*, entre outras. Por outro lado, a Bahia viveu um enriquecimento com a valorização do artesanato local.

Nos anos 90, aconteceu o fortalecimento da moda local com o lançamento de novos estilistas baianos na semana de moda. O evento possibilitou a visibilidade dos estilistas locais na mídia. Foram destaques Márcia Ganem (Figura 15), Ródnei Costa, Ismael Soudam, Valéria Kaveski e Fábio Sander. No início dos anos 90, não podemos deixar de lado a estilista Luciana Galeão, que também alcançou notoriedade na moda nacional.

Márcia Ganem, que tem seu ateliê no Pelourinho, ganhou espaço na mídia nacional e internacional, com suas roupas apoiadas em pesquisa de material local, associando artesanato com moda. As peças produzidas pela estilista, por serem feitas manualmente e possuírem algumas pedras semipreciosas, são caras e não chegam aos consumidores em grande escala. São poucos os que podem comprar suas criações. Os artistas locais, cantores, turistas internacionais que frequentam o Pelourinho que conhecendo o trabalho de Márcia Ganem, se encantam e compram. Entre seus clientes estão: Daniela Mercury, Margaret Meneses, Gilberto Gil, Vera Fisher, Lisa Minelli, Janeth Jackson, Alicia Keys, Elza Soares e Márcia Short.

A estilista trabalha integrando múltiplos elementos, tais como renda, crochê, tear, fibra de poliamida, crepe de seda, camadas de organza. Ela elabora formas femininas, de maneira a desconstruí-las com roupas estruturadas em assimetrias. A imagem da mulher construída pela estilista é sedutora, livre e sensível ao toque das texturas em sua pele. Ganem investe na pesquisa de materiais, produzindo peças artesanais e exclusivas.

A artista plástica e *designer*, Goya Lopes, também tem seu ateliê no Pelourinho. Ela vem se destacando com suas criações a partir de traços étnicos afrobrasileiros. Toma, por exemplo, desenhos praticados no artesanato de cerâmica e os transfere para a estamparia dos tecidos. O projeto *Didara* ('bom', em iorubá), capitaneado pela estilista traz inspiração da África, nas texturas, cores e sensações, com apropriação da luminosidade da Bahia. Além dos valores estéticos, os produtos confeccionados por Goya buscam a praticidade, com preços acessíveis a todas as camadas sociais.

Qual o futuro da moda baiana? Com a profissionalização do setor, abertura de universidades de moda e investimento do governo, talvez seja possível encontrar caminhos que viabilizem o crescimento da mesma. Há vontade, profissionais dedicados e capacidade criativa do baiano em inovar. Talvez seja somente



Figura 15. Criação de Márcia Ganem – Fashion Rio, Inverno 2009-01.

Figure 15. Maria Ganem creation – Fashion Rio, Winter 2009-01.
Fonte: www.marciaganem.com.br

uma questão de tempo e maturação para que esta semente em cultivo brote. Assim, a moda baiana cumprirá o seu papel cultural, social e econômico.

Referências

DELEUZE, G.; GUATARI, F. 1995. *Mil Platôs Capitalismo e Esquizofrenia*. Rio de Janeiro, Ed. 34, 96 p.
DURAND, G. 1969. *Les Structures Antropologiques de L'imaginaire*. Paris, Dunod, 552 p.
FERNANDES, C.S. 2009. *Sociabilidade, Comunicação e Política: a experiência estético-comunicativa da Rede MIAC na cidade de Salvador*. Rio de Janeiro, E-Papers, 269 p.



Figura 16. Atelier de Goya Lopes.

Figure 16. Goya Lopes studio.

Fonte: www.goyalopes.com.br

FERRARA, L.D. 2008. Cidade: meio, mídia e mediação. *Matrizes*, 1(2):39-54.
FERRARA, L.D. 2007. *Espaços Comunicantes*. São Paulo, Annablume, 255 p.
LANDOWSKI, E. 2002. *Presenças do outro*. São Paulo, Perspectiva, 215 p.
MAFFESOLI, M. 2007. *O Conhecimento Comum*. Porto Alegre, Sulina, 295 p.
MAFFESOLI, M. 2001. *Sobre o Nomadismo: vagabundagens pós-modernas*. Rio de Janeiro, Record, 205 p.
MAFFESOLI, M. 1987. *O Tempo das Tribos*. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 232 p.
OLIVEIRA, A.C.M. 1997. *Vitrinas: acidentes estéticos na cotidianidade*. São Paulo, EDUC, 181 p.
RAMOS, L.V.F. 2000. *Um Lugar*. Relatório de visita. Brasília, IPHAN, junho, 7 p.
RISÉRIO, A. 2007. *A utopia brasileira e os movimentos negros*. São Paulo, Editora 34, 440 p.
SANTOS, M. 1996. *A natureza do espaço: Técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo, EDUSP, 392 p.
SIMMEL, G. 1988. Pont et Port. In: G. SIMMEL, *La tragédie de la culture (et autres essais)*. Paris, Rivages, p. 159-166.
SODRÉ, M. 1999. *Claros e Escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 272 p.
SODRÉ, M. 1996. *Reinventando a Cultura. A comunicação e seus produtos*. Petrópolis, Vozes, 180 p.
TAVARES, L.H.D. 2001. *História da Bahia*. São Paulo, UNESP, 542 p.
VERGER, P. 1985. *Lendas Africanas dos Orixás*. Salvador, Ed. Corrupio, 96 p.

Submetido em: 25/09/2009

Aceito em: 21/02/2010