



III EBE | III ENCONTRO BAIANO DE CULT | ESTUDOS EM CULTURA



Estética vestimentar no espaço urbano de Salvador.

Isabel Catarina Suzart Argolo

RESUMO

Este artigo é o resultado do estudo sobre os fenômenos vestimentares observados nos espaços públicos da cidade do Salvador, Bahia, no período de 2003 a 2006. Nele foram analisadas expressões individuais e em grupos, no cotidiano destes espaços, bem como nas festas populares e religiosas comuns à cultura local. Em ambas situações, seja no cotidiano ou nos eventos festivos, procurou-se observar a individuação na maneira de vestir-se como uma conduta contrária aos imperativos da moda, bem como uma forma de interpretação das temáticas das festas. A revelação da estética vestimentar, no cotidiano dos espaços públicos e nas efemérides é, por sua vez, um indicativo de um *ethos* local, delineado pela ambiência criativa da cidade, verificada na arte pública e na pluralidade de ações estéticas rotineiras e inerentes ao coletivo estudado.

Palabras-chave: Estética vestimentar. Arte urbana. Identidade. Ethos. Salvador.

O estudo da estética vestimentar de rua de Salvador, pretende mostrar a influência da estética urbana e de seus aspectos culturais na construção do *ethos* baiano, e como este se revela um importante fator de criação nas expressões estéticas vestimentares.

O caráter empírico (do objeto analisado) e fundamentação baseada no estudo qualitativo das essências e enfoque sobre os fenômenos humanos, conduziram à escolha do Método Fenomenológico, como ferramenta ideal para investigar uma produção vestimentar baseada no experimentalismo. O Método possibilitou o tratamento de pormenores que deram 'individualidade' às declarações de seus criadores, enfocando a essência de suas vivências e as variáveis as que o fenômeno vestimentar é suscetível. Sua eficiência para tratar a 'exclusividade', que é um atributo da produção subjetiva, a afetividade e fenômenos relativos à comunicação não-verbal, foi um facilitador durante o processo de registro das situações cotidianas e no intercâmbio de experiências com os produtores da estética vestimentar.

As entrevistas revelaram 'unidades de sentido', 'temas' o 'essências' recorrentes nas narrativas, que orientaram a construção do discurso sobre a estética vestimentar. Esses temas sintetizam a

forma como este fenômeno indumentar se manifesta em três de suas produções, revelando suas especificidades e traços pertinentes à nossa cultura e realidade social, como a *religiosidade*, o *lúdico*, a *crítica social* e a *'estética pela estética'*.

O espaço urbano sempre serviu de palco para realização das mais diversas manifestações estéticas produzidas por anônimos ou artistas que desfrutam da sua potencialidade 'cênica' e da heterogeneidade deste público, para compartilhar criatividade e promover uma ambiência estética.

Até o final do XIX a arte esteve reservada aos domínios fechados. Impressionistas libertaram a pintura dos limites físicos dos ateliês e a levaram para os campos, as ruas e praças das cidades. A artificialidade lumínica dos 'laboratórios da arte' foi vencida pelo poder e beleza da luz natural, seus grandiosos efeitos sobre a natureza, as pessoas, a *urbis*, os objetos, foram plasmados em pintura. Multiplicando as possibilidades de registros de um tema em distintos momentos do dia, a luz natural promoveu uma sutil revolução na arte, na forma de captá-la e de percebê-la.

No período das vanguardas modernistas, o espaço urbano teve seu valor estético reconhecido por artistas como o pintor francês Fernand Léger, que observou ali a plasticidade dos movimentos das pessoas e de suas vestes, em ações cotidianas e procurou trasladar estas cenas poéticas, à sua pintura. As manifestações visuais do cotidiano, segundo ele, são um espetáculo que se converteu em uma necessidade da existência humana e razão por que se presentifica desta forma, na vida. É do espaço urbano, das ruas e praças, que brotam suas criações, é onde radica a origem do espetáculo moderno, a captação do inesperado. E para organizar um espetáculo baseado em fenômenos cotidianos, afirmava, era necessária uma renovação contínua que permitisse distrair a multidão.

Léger testemunhou um tempo em que a tecnologia e a velocidade das mudanças promovidas pela indústria do consumo e pela publicidade ainda não haviam operado transformações radicais na paisagem urbana. A arte ainda não havia se integrado aos espaços públicos, tornando-se fisicamente acessível nas ruas, praças e construções. Pouco mais de três décadas da criação dos *Balés Mecânicos* (1924), o mundo contemporâneo passou a ver e viver a arte mais intensamente e a conhecer novas modalidades de expressão artística. Tais mudanças trouxeram para a vida das pessoas, a incorporação de novas experiências estéticas e sensoriais, ocasionando uma transformação na forma de perceber e inteligir o mundo e de expressá-lo.

O olhar prospectivo, apurado e seletivo do ser contemporâneo é fruto destes fenômenos que se manifestam atualmente com mais freqüência, velocidade e acessibilidade que há oitenta e oito anos da apresentação do *Balé Mecânico*. Não obstante o uso e avanços dos recursos

tecnológicos, é na vida real que ocorrem as mais puras transformações no mundo: situações e vivências se cruzam com as grandes imagens publicitárias para formar uma intrincada rede de significantes e significados.

A contemporaneidade resgatou da *Ágora* a democratização da arte, expandindo o espaço de atuação das manifestações estéticas, gerando uma ambiência criativa nas ruas. Esta expansão dos domínios da estética gerou um público de olhar mais sensível e de natureza mais interativa. A rua, espaço aberto de natureza fluida por conta da constante renovação de público, acolhe todo tipo de manifestação estética é onde o público flutuante e os acontecimentos cotidianos se entrecortam rompendo o fluxo natural do tempo.

Em distintos pontos do planeta, as cenas observadas por Léger se repetem, somando-se a outros fenômenos estéticos que modificam a plasticidade da paisagem urbana e intervêm na fluidez da vida cotidiana. Estes fenômenos se destacam no universo indumentário das pessoas que deambulam pelas ruas do Centro e circunvizinhanças da cidade de Salvador, local onde se desenvolveu a pesquisa.

Artistas urbanos de faixa etária, nível de formação, classe social e procedências, as mais diversas, compõem um mosaico urbano feito de indumentos. Naturalmente presentes em eventos multitudinários (festas), são localizados no cotidiano, prescindindo de motivo ou situação especial para trajar-se de modo a distinguir-se da multidão. Não possuem um perfil especial, nem ideologia, são pessoas ‘comuns’ que se fazem notar nas zonas de maior concentração urbana da cidade, por seu senso estético e criatividade transladados à sua cosmética. Por cosmética, compreendem-se técnicas de maquiagem, de tecido e de pintura, ou seja, o conjunto das artes da ornamentação e da atração, tanto do corpo como da decoração, do rosto como da vestimenta, do discurso como da imagem (LICHTENSTEIN, 1989, apud MAIA, 2003, p. 22)

Defendia Marcel Mauss, sociólogo culturalista, que, “não se senta, não se dorme ou se caminha da mesma maneira em todas as culturas” (1936, apud CUCHE, 2000, p. 90), referindo-se, principalmente, às funções vitais e aos movimentos naturais do corpo, interpretados e transformados pela cultura. Na Bahia, estes traços peculiares se refletem no *ethos* de seus habitantes, na sua forma de vestir-se, de expressar-se através de sua vestimenta. O *ethos* é a essência tornando-se aparência. Os múltiplos aspectos que integram a cultura se manifestam no *ethos* de uma população, influenciando no seu *modus vivendi*, seu comportamento e na sua expressão. Na estética urbana de Salvador, essa identidade cultural se patenteia nos vestidos, segundo o uso particular que seus criadores fazem dos traços simbólicos da cultura, aos quais incorporam seus dados vivenciais.

Vale ressaltar que a referência conceitual dessa estética de rua, permite localizá-la em vários contextos não institucionalizados, que inclui os meandros e detalhes imperceptíveis do cotidiano das ruas de Salvador. As pautas básicas para compreendê-la provêm de autores como Dewey (1949), cuja dimensão fenomenológica de estético está vinculada ao ato de percepção e gozo, pondo sobre o observador, sobre sua experiência, a capacidade de conferir esteticidade ao que vê, sem qualquer influência de concepções prévias. Maffesoli posiciona-se sobre a estética dentro de uma perspectiva vitalista que corrobora as observações aqui feitas, de que “existe uma criatividade popular, uma criatividade instintiva e do sentido comum, que serve de substrato às diversas criações sociais”, destacando o presenteísmo da arte e assinalando nosso potencial criativo e sentido estético, com a recorrente expressão *Homo estheticus*. Noção similar encontra-se na teoria da formatividade de Pareyson, para quem “há arte em toda atividade humana” (1986, p. 36).

A estética, desde a percepção deste corpus teórico, está na vida, no cotidiano das cidades, nas suas múltiplas expressões criativas e na aparência, como observou Maffesoli, ao afirmar que “a cidade é o lugar onde se deixa ver a expressão imaginativa mais desenfreada” e que é “a multiplicidade de vestimentas que contribui para isso, pois a vida urbana é assim mesmo das aparências”. O autor ratifica a hipótese de que a estética vestimentar é uma expressão do cotidiano, e como tal, comunica, porque faz parte de 'um vasto jogo simbólico em que se estabelecem relações de alteridade, fazendo sociedade'.

A legitimidade deste discurso foi observada nos dispositivos formadores da cultura que intervêm direta ou indiretamente tanto neste ‘modo de ser’ (*ethos*) como no *modus faciendi*, ambos modeladores dessa imagem pessoal. A partir desta análise e da observação deste 'fenômeno' no contexto em que ele foi gerado, assim como nos relatos das experiências vividas pelos agentes produtores desta estética, foi possível dimensionar sua potência comunicativa, fundada na noção de Sapir sobre o influxo da cultura - através de seus signos e símbolos -, na relação de alteridade (SAPIR apud CUCHE, p. 105-106). Estes dados apontam a estética e a cultura como os pilares em que se apoiam a estética vestimentar de rua de Salvador, e a análise estético-culturalista, o caminho para compreendê-la, tendo a Arte (através da Estética) e a Cultura enquanto principais vias de entendimento, no que elas representam como 'formas de ser' manifestas em sua expressão cosmética, e mecanismos de interação social.

A riqueza 'plástica', o colorido da cidade de Salvador e os elementos culturais são a fonte de inspiração para alguns dos criadores da estética vestimentar:

Estas cores – o azul francês, o branco – (referindo-se à sua roupa), possuem relação com os orixás, mas também, com o sentido que o cristianismo dá a elas, como por exemplo, as que são atribuídas a *Santa Bárbara, São Jorge e São Cosme e Damião*, que no sincretismo, correspondem aos orixás *Oxum, Oxóssi e Omulu (Tio Souza)*.

Acredito que todos os artistas e artesãos que trabalham com indumentária (inclusive o público), sofrem influência da cultura afro, principalmente aqui, em Salvador. Mas temos influência também da cultura indígena, da natureza, dos guetos e grupos urbanos, dos ritmos musicais, isso porque aqui no Pelourinho, há uma mistura de tudo. [...] é uma 'cidade' onde vemos de tudo, há um 'mundo' aqui dentro, gente de várias localidades e um pouco das influências externa e interna.

Meu trabalho é um 'caldeirão' de influências, ainda que minha pesquisa seja mais 'local' eu absorvo influências externas. Há que pesquisar de qualquer maneira. Eu acho que a vestimenta deve ter a 'nossa cara' **(Levite)**.

Em minhas criações há algumas referências à nossa religiosidade, como por exemplo, o uso de rosários, de santos, de amuletos como patuás, figas e também, algo de baianidade na maneira 'desleixada' de vestir, nas cores intensas do traje e dos padrões têxteis **(Flávia)**.

Manifesta na diversidade de seus acidentes geográficos (seus diques, formações lacustres, praias, penínsulas, dunas, rios e afluentes, colinas, planícies) e coroada pelo verde onipresente da Mata atlântica, a plasticidade natural de Salvador soma-se aos frutos da ação humana para compor um cenário rico em formas, cores, luzes e texturas, e outros dados sensoriais, que reforçam a sensualidade e complexidade da vida natural, cultural e cotidiana. As ações humanas se concretizam em distintas expressões artísticas e culturais, como a arquitetura colonial do Centro Histórico (do Pelourinho), composta por suas casas multicores; na contemporaneidade estampada nas fachadas coloridas e no estilo geométrico dos edifícios comerciais; nas esculturas e monumentos; na decoração dos gradis das praças; na ornamentação geométrica do passeio marítimo e adjacências; nas intervenções artísticas presentes em vários pontos do perímetro urbano (painéis em pintura e mosaicos, grafites); no traje típico e processional das baianas e das manifestações culturais; nos fortes tons da indumentária de rua e em sua cosmética diversa; nos utensílios e peças de artesanato expostos pelas praças do Centro; nas festas religiosas e profanas. Os exemplos não se esgotam. Essa pequena amostra ilustra (para quem desconhece a cidade) e propõe (para quem a conhece e nela vive) uma ressignificação da estética urbana soteropolitana, destacando sua imponência na paisagem e na rotina da cidade.

O fator climático é outra característica que incide sobre os comportamentos e ações cotidianas, refletindo numa conduta de vida direcionada mais ao universo exterior e à socialização. Seja por meio de práticas recreativas e esportivas, seja na convivência proporcionada pelas festas sagradas e profanas, ou pela celebração desta tropicalidade que brinda aos seus habitantes com um inverno 'azul' e quente e torna a cidade um destino eminentemente turístico e propício ao entretenimento, é desta maneira que se vive essa exterioridade.

O espaço urbano é o domínio onde esse repertório de informações visuais é transubstanciado em manifestações estéticas que traduzem a potência criativa do coletivo estudado, especialmente canalizada para a construção de identidades indumentares. Nesse mesmo espaço convivem a estética vestimentar presente no cotidiano da cidade, e outra, de caráter festivo, concebida para eventos pontuais. Neste caso, será abordada a elaboração da cosmética para a festa do Dois de Julho.

Sobre a indumentária da Festa

Em uma celebração não estamos sozinhos, e não nos vestimos para nós mesmos, senão para comunicar-nos com os demais e, a julgar pelo que cada um veste, se incita ao riso, se solicita do outro um olhar mais atento, mais contemplativo, se reconhece a beleza, a fealdad, a crítica, a brincadeira, um sem fim de decodificações para uma infinidade de mensagens explícitas e subliminares presentes na vestimenta. O caráter primitivo da festa a torna indispensável à vida social do ser humano, apresentando-a

[...] como uma atualização dos primeiros tempos do universo, [...] era original eminentemente criadora que tem visto a todas as coisas, a todos os seres e a todas as instituições plasmar-se em sua forma tradicional e definitiva. [...] época [...] em que viviam e atuavam os antepassados divinos cujas histórias nos relatam os mitos (CAILLOIS, 1948, p. 116).

A festa transcorre de uma necessidade gerada pelo cotidiano, emoldurada por um ritmo de vida linear e proibitivo, pleno de regras. O momento da celebração é caracterizado pela liberdade de expressão que alcança seu ponto máximo nas diversas formas de atuação.

As acepções da palavra 'festa' sinalizam em um sentido único para o fenômeno, que consiste em uma reunião alegre para fim de divertimento ou conjunto de cerimônias com que se celebra qualquer acontecimento. Seja qual for o âmbito ou a circunstância na qual ela se manifeste, o estado de ânimo que se apossa dos participantes é de alegria, ainda que a festa possua um profundo sentido religioso.

Uma análise mais atenta sobre a ontologia da festa (*lato senso*) mostra sua relação com a arte, desde sua origem mítica, passando por aspectos como a motivação para a criação de uma cosmética elaborada para o evento, a encenação dos papéis de cada participantes e dos grupos, até a ornamentação das casas onde ela se realiza. É sua potência socializadora que garante a participação da coletividade na estetização dos espaços de ação e na construção de sua identidade vestimentar.

A correspondência entre festa, decoração do trajeto e das vivendas onde ela acontece, é 'ilustrada', nesse estudo, pela celebração cívica baiana do Dois de Julho, cujo enfoque principal é a cosmética inspirada em seu tema, a Independência de Bahia da Coroa Portuguesa, ocorrida em 1823, com suas personagens mais representativas, o caboclo e a cabocla, e simbologia própria.

A festa do Dois de julho é analisada como uma produção coletiva do cotidiano, marcada por um 'agrupamento de afectos' e emoções de acordo com um ideal atingido e celebrado em função de uma identidade específica. Essa 'identidade' é o motivo central de sua celebração somado ao conjunto de elementos sógnicos que lhe dão sentido e existência.

Uma das questões trazidas à reflexão concerne a uma suposta influência de sua simbologia na formação do *ethos* de baianidade, responsável pela elaboração da indumentária de seus partícipes. Partindo-se dessa hipótese, procurou-se demonstrar que os aspectos estéticos inerentes à vestimenta provêm da mesma fonte (da paisagem e estética urbanas e da cultura local), nos dois contextos em que este indumento é examinado: no cotidiano das ruas, subordinado a regras, e na produção idealizada para a festa, onde as normas não existem. Para verificá-la foi necessário compreender a concepção, estrutura e categorias de festa, destacando seus elementos integrantes e fundamentais à criação. Com base nessa premissa, tentou-se mostrar que a imagem pessoal vestimentar idealizada para a festa é uma prática comum ao evento, de elaboração dessa identidade. Neste processo de construção identitária, arte, festa e traje se articulam e proporcionam aos seus celebrantes, experiências estéticas e sensoriais através da vivência física da cor do próprio indumento, dos adornos, ou da pintura corporal amplamente usada pelos participantes. Estas experiências põem o indivíduo a serviço do autoconhecimento, do descondicionamento de comportamentos aprendidos e cristalizados pelo tempo e da amplitude perceptiva (Oiticica, 1986).

Maffesoli (1989) observa que 'a elaboração e divulgação de idéias' provém da 'emoção vivida em comum', justificando a importância da arte na vida social como um veículo que humaniza e sensibiliza, porque desperta emoções e aviva outras adormecidas pelo tempo, além de contribuir para o desenvolvimento *perceptivo* dos indivíduos - tanto no sentido *sensorial* como *subjetivo* -, na medida em que estas mudanças lhe assinala novas perspectivas de reestruturação de uma nova ordem social.

Ao longo do caminho da humanidade, a festa, assim como a arte, tornaram-se uma necessidade social – para quem as produz e as desfruta. A festa traduz essa 'nova ordem social', na qual o despojo das obrigações e das regras sociais são traços que se coadunam com os do momento da criação. Sendo assim, aquele que participa da festa (fantasiado ou não),

experimenta outra dimensão temporal e submerge na mesma ‘magia’ da arte. A emoção, a mudança e sensação de prazer e liberdade que o evento opera no indivíduo é similar ao que a arte proporciona ao artista. O estado de alma (supraconsciência) que se experimenta é idêntico ao que se manifesta na criação - para muitos, sinônimo de desarraigo, de afastamento do tempo real, de bem-estar e plenitude, de transposição para outra esfera cósmica. É como encher o espírito com um alimento etéreo e portanto, diferente do que o cotidiano normalmente supre. Caillois discorre sobre esta perspectiva:

“Compreende-se que a festa, representando um tal paroxismo da vida [...] pareça ao indivíduo como outro mundo, onde se sente sustentado e transformado por forças que o ultrapassam. [...] Sua atividade cotidiana [...] só enche seu tempo e provê suas necessidades imediatas. [...] a festa representa para ele, para sua memória e seu desejo, o tempo das emoções intensas e da metamorfose de seu ser” (Caillois, 1942, p.111).

O autor realça outro aspecto importante da festa, o da memória, da preservação da história e de cultura, que conformam o *ethos* de um povo, mas que exerce sobre este, significativas transformações. Um exemplo da constante recuperação dessa memória é a tradição das celebrações mantida pelos povos ao longo do tempo, que possibilita, no presente, o conhecimento dos trajes utilizados nas antigas festas. A certificação do valor da festa como um produto cultural e parte de uma estética cotidiana, está presente no discurso sensível, de Michel Maffesoli, sobre temas relacionados às manifestações estéticas presentes à vida comum. Em sua fala, ratificada pelos produtores da estética vestimentar, a aparência é fruto de um *ethos*, é a própria cultura plasticamente moldada. Como produto cultural, é um fator determinante nas interações que se desenvolvem na vida comum. A ‘vivência do espaço’ em suas dimensões estética e antropológica, é a expressão de um *ethos* e, ao mesmo tempo, um aprendizado dos cidadãos da cidade de Salvador sobre sua forma de relacionar-se, de viver sua cultura, ressignificá-la, gerando uma produção estética (vestimentar). É também uma prática da corporalidade, afetividade e da “ética da estética”, que é a experiência comum das emoções.

REFERÊNCIAS:

- BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, *Aurélio*. **Novo Aurélio Século XXI. O dicionário da língua portuguesa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
- CAILLOIS, Roger. **El hombre y lo sagrado**. México: Fondo de Cultura Económica, 1942.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 2002.

- DEWEY, John. **El arte como experiencia**. México: Fondo de Cultura Económica, 1949.
- LÉGER, Fernand. **Funciones de la pintura**. Barcelona: Paidós, 1990.
- PAREYSON, Luigi. **Os problemas da estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1984.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.
- MARELIM VIANA, Heraldo. **Pesquisa em educação: a observação**. Brasília: Plano, 2003.
- MOREIRA, Daniel A. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira-Thomson, 2002.
- OITICICA, Hélio. **Aspiro ao grande labirinto**. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.