



## **Mapas da Moda Urbana: Linguagens e Territórios da Comunicação no Morro da Mangueira.<sup>1</sup>**

Ricardo da Silva Teixeira<sup>2</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.

### **RESUMO**

Este trabalho busca mapear territórios simbólicos construídos pela sociabilidade urbana através das composições de vestuário realizadas pelos consumidores do bazar “Candelária Modas e Costumes”, localizado no morro da Mangueira, no Rio de Janeiro. Interessa-nos perceber de que modo são apropriados sentidos de moda que articulam a vida cotidiana aos vetores de comunicação da cidade, formulando novas possibilidades narrativas para o sujeito contemporâneo. Para tanto, temos os trabalhos de Doreen Massey e Milton Santos abordando questões sobre espaço, território e lugar em diálogo com os trabalhos de Michel Maffesoli e Massimo Canevacci, que pontuam as problemáticas dos sujeitos contemporâneos.

**PALAVRAS-CHAVE:** cidade; moda; lugar; cotidiano; narrativa.

“Candelária Modas e Costumes” é o nome do bazar da ONG Meninas e Mulheres do Morro, que atua na favela da Mangueira, no Rio de Janeiro. “Candelária” é o nome da sub-localidade, ou sub-bairro onde a ONG atua. É um espaço frouxamente demarcado que referencia um lugar dentro do amplo território que compõe o Complexo da Mangueira. Aqui já temos muitos conceitos sobrepostos: as noções de espaço, território e lugar serão contempladas neste trabalho, porém, um pouco mais adiante. Vamos retornar à etimologia do termo que dá nome ao bazar que é tema desta discussão. “Modas e Costumes” é uma interessante expressão que nos leva às primeiras considerações.

Em primeiro lugar, a associação entre moda e costume, que pode até mesmo parecer óbvia, mas é indicativa de uma noção particular do que seja moda. Diferente do que é sugerido pelo comércio em geral, ao anunciar em seus letreiros a palavra moda, atribuindo uma conotação de novidade, no bazar da Mangueira a moda é o cotidiano, é a repetição. “Costumes” é uma rubrica central neste artigo. Os costumes são o ponto catalisador dos conceitos e categorias que circulam nesta explanação teórica baseada na

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPGCOM-FCS/UERJ. Bolsista CNPq. Pesquisador do Grupo CAC – Comunicação, Arte e Cidade (UERJ/CNPq) e-mail: ricardokazuza@gmail.com



observação desta geografia simbólica que imprime marcas identitárias plurais ao contexto da cidade.

Na introdução do livro “Costumes em Comum”, E.P. Thompson aborda que:

“... ao considerar os costumes (plurais) como discretas sobrevivências, [perdeu-se] o sentido intenso do costume no singular (embora com variadas formas de expressão) – o costume não como posterior a algo, mas como *sui generis*: ambiência, mentalité, um vocabulário completo de discurso, de legitimação e de expectativa” (THOMPSON, 1998, p. 14).

É sob este olhar que pautamos nossa compreensão dos costumes e dos usos cotidianos para a linguagem de moda que é criada na Mangueira. Uma moda vinculada ao vivido, à experiência, às narrativas produzidas coletivamente, às imagens e culturas re-significadas pelo ambiente, explorando as dimensões de estilos de vida, de práticas de comunicação e de afirmações de localização no espaço da cidade, a partir de adesões e repulsas pautadas pelo costume. Entendemos que a produção de sentido na contemporaneidade é uma equação que considera os fluxos informacionais e as camadas de sensibilidade da experiência que se manifestam nos costumes, no cotidiano.

E a partir destas referências os espaços da cidade são codificados pelas marcas que as sociabilidades registram na paisagem, dando forma a esta e configurando lugares de reconhecimento simbólico. Estas marcas apontam para uma dissolução do signo, que já não teria, contemporaneamente, um lastro de significado, pois o sentido é atribuído nos termos da experiência e da troca entre os sujeitos. Sobre isto, João Batista Ferreira de Mello contribui ao dimensionar a questão territorial conjugando-a as questões de posse, defesa e significado em um espaço que só pode ser considerado pelo prisma do mundo vivido, “contemplando indissociavelmente os pertences privados ou públicos, parentes, amigos, conhecidos, eventos, ações, 'canções que minha mãe me ensinou', (...) em outras palavras, consoante a alma dos lugares” (MELLO, 2008, p. 176).

O bazar “Candelária Modas e Costumes”, assim, articula uma representação local. Nas palavras de Paulo César da Costa Gomes:

“... as representações criam seus sistemas, quadros próprios, carregados das tintas de cada momento e embebidos nos contextos de cada lugar ou grupo social. As representações expressam escolhas a partir de princípios de significações que lhes são próprios e também transitórios, ambíguos e polimorfos, ou como gostamos de dizer atualmente, complexos” (GOMES, 2008, p. 193).

Para a ONG Meninas e Mulheres do Morro, a Candelária é o principal capital de negociação; é a *forma* que justifica sua atuação e é o valor que permite à instituição



estabelecer redes diversas de comunicação dentro da comunidade e para além da Mangueira. A Candelária torna-se referência para seus moradores projetarem suas perspectivas, e é a partir do lugar (como no caso da Candelária modas e costumes) que se inventam novas possibilidades de diálogo com a cidade.

É interessante perceber no bazar esta disposição em ser um agente que proporciona o circular de novas informações culturais ao mesmo tempo em que afirma a validade estética e comercial dessa “forma” comunitária de moda. Para Michel Maffesoli, “ao levar em conta todos os aspectos da existência, a forma é uma matriz que dá origem ao estar-junto” (MAFFESOLI, 2007, p. 62).

Este trabalho é um esforço de atenção às questões componentes do espaço. Mais especificamente, à comunicação que a *forma* moda elabora manipulando sentidos que são agregadores de experiências, memórias, costumes e invenções compartilhadas de saberes que formulam sentidos ao estabelecer relações de intimidade com os símbolos culturais.

### **A moda como narrativa de lugar.**

Para embasar este artigo e sua abordagem da comunicação a partir do cotidiano, extraíndo deste o componente da moda como recurso de linguagem do território (construindo paisagens, cenários), recorremos aqui à fala de Milton Santos, para quem o cotidiano “presta-se a um tratamento geográfico do mundo vivido que leve em conta as variáveis de que nos estamos ocupando: os objetos, as ações, a técnica, o tempo” (SANTOS, 2010, p. 586).

Desta maneira, entendemos que a vida cotidiana forja paisagens e cenários, construindo imaginários. Uma narrativa através de imagens. Os frequentadores do bazar no morro da Mangueira estabelecem roteiros geográficos, rotinas materiais que estruturam suas perspectivas de cidade e configuram, dialogando com modas e costumes, narrativas particulares de auto-identidade, uma definição de Anthony Giddens para *estilo de vida* (GIDDENS, 2002, p.79). Veremos a seguir como o espaço e o território em fabulações arbitrárias da cultura (através da moda) possibilitam o erigir de cenários e lugares por meio de narrativas de estilo de vida.

Dona Natália, de 54 anos, encontrou o bazar Candelária Modas e Costumes quando descobriu, há 4 anos, que seria avó. O filho mais novo se tornou pai aos 18 anos, e ela percebeu que já era hora de retomar um antigo projeto: voltar a estudar e



cuidar dela mesma. Nascida e criada na Mangueira, procurando roupas novas para si e para o neto (“*Criança já nasce pedindo C&A*” - diz ela). Desde então ela vai ao bazar todos os dias, mesmo admitindo que não seja “caminho” para casa. Passa por lá pela manhã e diz que é como “*a condução que a gente pega todo dia. Você acaba conhecendo gente.*”<sup>3</sup>

Natália tem reparado ultimamente que branco está na moda, e “*estampadinhos*”. Ela descreve: “*Você pega uma legging, põe um casaco, joga um lenço no pescoço. São coisas que eu encontro por lá.*” Gosta de pérolas (de todas as cores) e compra muitas bijuterias (“*Elas são minha tentação!*”). Ela comenta que o bazar faz parte de uma proposta de transformação pessoal. Antes, quando esteve às voltas com a criação dos filhos e adiando o projeto de fazer faculdade de psicologia, ela era uma “mãe assexuada”, conforme se auto-define, e também “cafoninha”.

Dona Natália explica que foi a partir do contato com o universo do bazar, que sua perspectiva de vida mudou. Passou a ter interesse em si mesma. Decidida, encontrou no bazar um lugar. Um espaço preenchido de sentidos, experiências. Estabeleceu uma intimidade, uma troca. Um lugar para a conversa solta. Deste modo, reconfigurou seu mapa simbólico, seus percursos. Fernando Resende alerta para a necessidade de considerar a perspectiva dos percursos, as trajetórias que dão relevo e sentido à circulação no território. É preciso que haja um esforço real de observação de movimentos. Não é pertinente uma leitura do presente feita sem a perspectiva dos percursos. Um dar a ver, uma apresentação de um quadro (RESENDE, 2008, p. 143).

O lugar sensível que o bazar preenche, relaciona o pertencimento, o local, o cotidiano ao universo de produção de significados da moda, do vestir-se e todo o lúdico que sugere identidades, performances sociais, estilos de vida, auto-estima. Dona Natália atribui ao bazar e as descobertas de novos espaços de circulação territorial a nova referenciação identitária e social que construiu:

*Olhei prum lado, olhei pro outro, falei: ninguém precisa de mim, to fazendo uma pós em psicopedagogia. Se não tivesse essa machadada em mim eu continuava com a minha vida interrompida. E indo pro bazar, trocando conhecendo as pessoas eu passei a ficar mais bonita. Não é caminho, mas eu faço de propósito, até pra caminhar, ter qualidade de vida. Vou da Vila Olímpica até a Quinta da Boa Vista. Caminho, joga um pouco de conversa fora. Tenho flexibilidade de horário.*

---

<sup>3</sup> Entrevista concedida ao autor do texto em 20 de maio de 2011, na sede do projeto Meninas e Mulheres do Morro. Mangueira - Rio de Janeiro.



Nascida “*do lado da Quadra da Mangueira*”, somente aos 50 anos D. Natália recriou sua paisagem, seu cenário. Este trabalho propõe a possibilidade de se configurar uma narrativa do lugar também através da moda. O bazar embaralha possibilidades de imagem e corpo inventando novos usos e práticas que se articulam pela linguagem do local, do que é compartilhado. É um espaço para a afetividade, a cumplicidade. “*Primeiro elas são muito solícitas, e depois às vezes você vai num lugar porque você ta triste, e as pessoas te escutam. A Kely é boa de ouvir. Nunca saio de lá com a mão vazia. To pedindo até a Deus pra me tirar esse impulso.*”

Inserida num contexto criativo, de experimentação de modos, de costumes traduzidos na indumentária, D. Natália revela que exercitou o olhar para perceber novos símbolos, novas linguagens, uma nova percepção espacial. “*Eu me achava muito cafoninha mesmo. Não tinha gosto, não tinha visão. Eu via tudo escuro. Eu não olhava, não prestava atenção. Hoje não. Quando eu vejo uma vitrine à mão, você vê a novidade, eu tenho vontade de me arrumar.*”

Masimo Canevacci, em *Cidade Polifônica*, nos sugere como método, uma etnografia que faça uso de um “olhar oblíquo”. Um olhar para além do objeto, que considere a proximidade e as relações de estranhamento e familiaridade, para que se vejam as múltiplas dimensões da imagem (ou do espaço, da cidade). Nesta concepção de comunicação que opera uma dissolução da cidade, repensada e reconstruída por fragmentos, *parcialidades imagéticas* (CANEVACCI, 2004), o que emerge são sujeitos tramando relações com grupos, espaços, imagens. Uma urbanidade confeccionada de elementos de reconhecimentos diversos. Isto é, a cidade, os espaços, os lugares são constituintes da percepção identitária e são modificados por esta que lhe confere narrativas pela cultura. Doreen Massey esclarece:

“Desenvolvemos meios de incorporar uma espacialidade às nossas maneiras de ser no mundo, aos modos de lidar com o desafio que a enorme realidade do espaço projeta. Produzidos por e envolvidos em práticas, das negociações cotidianas às estratégias globais, esses engajamentos implícitos de espaço retroalimentam e sustentam entendimentos mais amplos do mundo” (MASSEY, 2009, p. 26).

Os modos de vida incorporam práticas que redimensionam espacialidades. Assim, os aspectos das relações entre lugar e comunidade devem ser observados de maneira complexa. O olhar comunitário cria lugares, contaminando e atraindo novas percepções do espaço. Reconfigura aspectos homogeneizantes da noção de espacialidade ao instabilizar lógicas dualistas simplificadoras. Conforme Milton Santos



pontua: “para apreender essa nova realidade do lugar, não basta adotar um tratamento localista, já que o mundo se encontra em toda parte” (SANTOS, 2010, p. 585). Isto implica em vivenciar as articulações de comunicação como um ponto de observação das experiências que precipitam sentidos e valores atribuídos livremente à geografia e à história; e cujas lógicas não hierarquizam significados. De outro modo: a Candelária e a Mangueira são lugares que existem a partir das culturas que preenchem e dão forma ao seu território. A moda é um registro móvel dessa incessante construção de imagens. O que consumir, de que forma, com que significados, o vestir-se e o despir-se revelando atuações, posicionamentos, e também espelhamentos do entorno, não constituindo o entorno como externo.

O lugar, como contexto subjetivo entrelaçado nesta nova realidade de que fala Milton Santos, em um mundo diluído, é também afirmativo, peculiar, codificado. Em uma afirmação que é um duplo desta percepção de lugar, Santos pondera: “Cada lugar, irrecusavelmente imerso numa comunhão com o mundo, torna-se exponencialmente diferente dos demais” (Ibid., p.585).

Neste olhar sobre a moda como narrativa de lugar, neste forjar de trajetórias e identidades alinhavadas pelo bazar Candelária Modas e Costumes, cuja moda é expressão de sensorialidades comunitárias dialogando com o espaço re-significado, D. Natália mais uma vez nos atenta para como a moda, e principalmente, o lugar atribuído à moda por D. Natália, é elemento propulsor de circulação, informação e referência de identidade, funcionando como delineamento da cultura na cidade contemporânea.

*Todo final de semana eu arrumo algum lugar pra eu ir. Pego meu netinho levo na Quinta (da Boa Vista), vou ver vitrine, tomo sorvete, vou no Méier, vou em Copacabana. Sempre tenho um local pra passear. Tenho muita roupa. Eu olho e falo, ai meu Deus que bom. Minha nora trabalha no Teatro Casa Grande (no Leblon), de recepcionista. Ta passando “Hair”, eu vi, gostei, vai acabar amanhã. Eu vi também “É Com Esse Que Eu Vou”. Eu gosto de teatro, de cinema, eu tenho minha carteirinha, meia entrada pra estudante.*

É relevante afirmar novamente que as práticas cotidianas, nessa geografia dos significados, estabelecem lugares de comunhão e não vislumbram barreiras como ambientes vazios, exteriores, abstratos. O que se percebe é que o espaço também é um produto de inter-relações. O espaço não existe antes das identidades/entidades e de suas relações (MASSEY, 2009, p. 30).



Assim, podemos entender que para Massey, o espaço é elemento do cenário, constitui o imaginário do lugar, a narrativa da paisagem. Não é algo posto, sobre o qual se dão as práticas culturais; o espaço colabora no processo de criar formas e contornos para a vida cotidiana, atribuindo sentidos e materialidades às imagens da cidade. A autora nos atenta para o perigo de conceber o espaço como um fenômeno sobre a superfície, pois desta forma, eles ficam desprovidos de história (Ibid., p. 23).

Na fala de D. Natália, ela pontua que o bazar liberou o seu olhar e se tornou um novo lugar para sua vida cotidiana. Quando decidiu que os filhos já não precisavam dela e passou a se ver como agente autônomo, encontrou no bazar elementos que agregaram à sua narrativa, novas nuances. Definiu uma nova circulação em sua comunidade, estabeleceu novos vínculos, modificou a superfície da cidade a partir das novas possibilidades de roupas, contatos, histórias. Ela fala em qualidade de vida, narrativas, olhares, utilidades, acesso, diferenciação, conceitos que para D. Natália estão diretamente relacionados às possibilidades de moda e de codificação da paisagem pela linguagem que exercita em suas visitas diárias ao bazar.

*Hoje eu já tenho mais qualidade de vida, eu observo as coisas e os olhos são diferentes né. Se você pega esse livro aqui (aponta para livro na mesa) cada um vai narrar de um jeito. Se você tem um olho bom você vai saber ver as coisas boas. Eu observo e vejo que tem coisas que não servem pra mim. Todos os dias eu encontro uma novidade, todos os dias encontro uma coisa útil pra mim. Porque o preço também é acessível demais! E é diferente do comum que eu usava, que eu não tinha acesso. É diferenciado, de qualidade, e coisas pra você usar sempre. Meia-calça é uma coisa pra usar sempre.*

Na cidade, os sujeitos se percebem espacializando as relações, comunicando sentimentos e subjetividades de múltipla referência. Uma interação entre corpos, imagens, espaços, incorporações estéticas e identificações a bens simbólicos. A paisagem, os cenários como lugares de identidade viva, integrada entre sujeitos e territórios de espacialidade fluida. Esta é a metrópole comunicacional (CANEVACCI, 2004). A moda, o trabalho, todos os discursos são elementos versáteis.

D. Natália é uma das muitas frequências diárias ao bazar da ONG Meninas e Mulheres do Morro. São muitas histórias que se misturam entre araras de roupas, caixas de sapato, itinerários e conversas banais. O bazar recebe as frequentadoras do baile funk, que se apropriam de modo desgovernado de referências e marcas da cultura industrializada; com centímetros de lycra deixando a barriga de fora, com microssaias; adicionado ao descaso para com os ditames da indumentária hip-hop, reinterpretando



todos os signos presentes nas capas de revistas, nas vitrines dos shoppings, nos videoclipes e nos becos da favela, incorporando tudo a sua linguagem hipertextual e original.

Ao lado delas, estão as evangélicas, comprando bolsas e proseando sem reservas com as meninas funkeiras. O flagrante da diferença de estilo de vida está na roupa. Cores sóbrias e não-cores, apesar de algum decote proeminente, salto alto acima de 7cm, ou bijuterias extravagantes atestarem a não obviedade das motivações não há como não admirar a fluência do papo entre universos estéticos assim distantes.

A narrativa da comunidade substancializa a diferença cultural e constitui uma forma múltipla de identificação de grupo. O pessoal do samba também marca presença, mesmo considerando que quem vai ao samba, não necessariamente não vai ao funk. O assunto festa é predominante, é a principal motivação para as compras.

É neste ambiente animado e confuso que as escolhas sobre o que vestir se operam, posicionando a moda como parte da práxis cotidiana coletiva. A performance que enxergamos neste universo esta contida no superlativo que a vida ganha quando é representada no bazar. Samba-se, grita-se, gargalha-se reproduzindo diálogos, eventos, sonhos, encontros, filmes, qualquer coisa. O bazar é um palco, um camarim, um espaço onde o imaginário comunitário se renova através dessas performances motivadas pela afirmação do estilo que o ambiente proporciona.

O bazar é o lugar onde a vaidade é estimulada, onde se pensa em valorização da auto-estima. E seus frequentadores recriam seu cotidiano ali lhes atribuindo mais expressividade e importância social. Daí a performance, o espetáculo da história miúda entre personagens em construção, como atores em prova de figurino.

A criação dos projetos de vida e a elaboração de produtos culturais que circulam pela cidade divulgam o estilo de vida comunitário para o mundo, gerando a diversidade de valores e embaralhando os elementos que estariam separados hierarquicamente.

Assim, afirmamos que o bazar transformou um espaço público em lugar de significado onde seus frequentadores inventam performances para comunicar saberes culturais comunitários ou globais fazendo uma leitura da realidade em forma de moda e comportamento. A vida e seus causos, na Candelária, ganham contornos performativos quando alinhavados no bazar das Meninas e Mulheres. Comunicam-se sensibilidades, aspirações identitárias, modos de vida, desejos de consumo, motivações políticas, questionamentos amorosos, orientações religiosas, sexualidades. Todo um complexo





cultural efervescente que é acolhido na brincadeira de comprar brincos, bolsas e calcinhas.

O estilo de vida na metrópole é marca identitária, mas é mais que isso. É a liga social que aglutina os sujeitos e lhes confere relevância na cultura. Esta cultura se alimenta e se particulariza na dinâmica acachapante cultura do capitalismo global na linguagem local produzida popularmente. A comunicação consolida a gestão dos signos da cultura e a moda identifica as projeções dos agentes comunicacionais, “novos atores sociais que em coesão comunitária estão acionando maneiras inéditas de pensar o mundo” (MAIA, 2006, p.115).

De volta à D. Natália:

*Eu quero ser honesta entendeu. Marca... claro que se eu botar uma blusa da guess, uma bolsinha da victor hugo, vitor valentim, não sei o que, essas coisas todas. É uma bolsa! Essas (bolsas) caras vão fazer o mesmo efeito. Não faz diferença. Pra mim não. Porque o lugar quem faz é você. Não é porque é do lado da minha casa que eu vou com sandália de dedo, um sapato qualquer, de qualquer jeito que for. Igual aqui agora, eu botei meu sapato, eu gosto.*

Na Candelária, o popular se globaliza pelo uso festivo e mesclado das experiências comunitárias. O bazar recebe esse fluxo informacional e repercute, multiplica, inventa novos usos para as informações de moda e cultura. Ao sair do bazar, depois de mais uma performance compartilhada, cada frequentador é um cidadão que manipula com mais ferramentas simbólicas os recursos culturais.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANEVACCI, Massimo. *A Cidade Polifônica. Ensaio Sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel, 2004.

COGO, Denise e MAIA, João (Org.). *Comunicação para a cidadania*. Rio de Janeiro : EDUERJ, 2006.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

GOMES, Paulo César da Costa. Cenários para a geografia: sobre a espacialidade das imagens e suas significações. In: CORRÊA, Roberto Lobato, ROSENDAHL, Zeny (ORG). *Espaço e Cultura: Pluralidade Temática*. Rio de Janeiro: EdUERj, 2008.

MAFFESOLI, Michel. *O Ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2007.

MASSEY, Doreen. *Pelo Espaço – uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

MELLO, João Batista Ferreira de. O Rio dos símbolos oficiais e vernaculares. In: CORRÊA, Roberto Lobato, ROSENDAHL, Zeny (ORG). *Espaço e Cultura: Pluralidade Temática*. Rio de Janeiro: EdUERj, 2008.

RESENDE, Fernando. Espaços Parciais, espaços de resistência. Relatos e conflito no cenário contemporâneo. In: GOMES, Renato cordeiro, MARGATO, Izabel (ORG). *Espécies de espaço. Territorialidades, literatura, mídia*. Belo Horizonte: Editora UFMG 2008.

SANTOS, Milton. O lugar e o cotidiano. In: MENESES, Maria Paula, SANTOS, Boaventura de Sousa (ORG). *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Almedina, 2010.

THOMPSON, E.P. *Costumes em comum*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.