

## A EROTIZAÇÃO DE CULTURAS, MINORIAS E A ANTROPOFAGIA: INFLUÊNCIAS SOB O STYLING CONTEMPORÂNEO.

Josenilde Silva Souza<sup>1</sup>

Viviane Sayuri de Lima Sugahara<sup>2</sup>

**RESUMO:** Na presente pesquisa, a investigação dos cenários e conceitos apresentados tem como objetivo o entendimento sobre o papel ativo do styling como influência cultural. Será revisitada a moda a partir de uma análise sobre a sociedade atual, com resgates de recortes históricos, descrevendo desde a Revolução Sexual dos anos 60 até pensamentos neoliberais que permeiam o contexto dos dias que correm. Será englobado desde um levantamento de paralelismos entre as artes e a moda até a relação estabelecida entre o ser humano e as imagens e como elas o alteraram completamente, especialmente com a globalização. Para auxiliar a abordagem desenvolvida, serão visitadas tanto obras mais antigas, como as de Foucault, quanto mais atuais, como as de Byoung-Chul Han.

**Palavras-chave:** moda; *styling*; antropofagia cultural; imagem.

**ABSTRACT:** In this research, the investigation of the presented scenarios and concepts aims to understand the active role of styling as a cultural influence. Fashion is revisited through an analysis of contemporary society, drawing on historical frameworks ranging from the Sexual Revolution of the 1960s to the neoliberal ideologies that shape the present context. The study encompasses parallels between art and fashion, as well as the relationship established between human beings and images—and how this relationship has profoundly transformed humanity, especially through globalization. To support the proposed approach, both classical works, such as those of Foucault, and more contemporary ones, such as those of Byung-Chul Han, are examined.

**Keywords:** fashion; *styling*; cultural anthropophagy; image.

---

<sup>1</sup> Professora e coordenadora da graduação e Pós Graduação na Belas Artes.

Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, graduada em Relações Públicas. Especializações em Criação e Styling de Moda pelo Senac, Fashion Image pelo Instituto Marangoni de Paris.

<sup>2</sup> Graduada em Mídias Sociais Digitais na Belas Artes e pós graduada em Produção de Moda e Styling Criativo na Belas Artes.



## INTRODUÇÃO

A moda passou por profundas mudanças durante a história, principalmente em momentos de revoluções sociais. A Revolução Sexual dos anos 60, como explica o Prof. Silvânio Barcelos, doutor em História pela UFMT, foi um momento marcado por um importante rompimento com diversos valores edificantes das sociedades anteriores, que tinham o cristianismo como um de seus pilares fundamentais (BARCELOS, 2023).

A partir da introdução de preservativos na sociedade, iniciou-se uma nova forma de exploração sexual, pautada em valores hedonistas, que aposentavam a família e a igreja como fontes de conhecimentos absolutos e as substituíam pela academia, pela ciência e pela medicina. Logo após, em 1968, na França, teve início um movimento em busca do fim das proibições e das ideias opressivas, dando ainda mais força à Revolução dos anos 60. O papel da mídia na disseminação de ideias libertárias e voltadas para a construção de uma nova noção de Eros foi vital para que se estabelecesse a oposição à ideia de que a razão deveria ser priorizada em detrimento da sensualidade.

Segundo Herbert Marcuse (1968), em *Eros e Civilização*, a religião começou a ser interpretada como semeadora de um entendimento da moral que visava controlar, dominar e limitar a felicidade humana. Esse marco foi fundamental para que a sociedade buscasse se libertar de tabus profundos e fundasse novas bases para o desenvolvimento de uma renovada percepção do papel da mulher, a qual era separada de pensamentos relacionados a uma figura que tinha um único propósito: ser encarregada do prazer sexual masculino, como defendia o francês Marquês de Sade (2000), principalmente em *A Filosofia na Alcova*. Tal momento de quebra da narrativa histórica ajuda na construção dos entendimentos necessários para compreender a evolução que serviu de início para a atual erotização extrema da moda.

A globalização, acompanhada pelo cinismo constante que atravessa a sociedade atual, como descreve Chul Han (2015), soma-se a uma progressiva caminhada neoliberalista em direção a uma necessidade de estímulos mais intensos para despertar alguma reação por parte das pessoas. O styling, na sociedade globalizada, transcende limites culturais, e logo é possível identificar traços de antropofagia cultural, que assimila diferentes culturas e as devolve para o mundo em uma roupagem erotizada e miscigenada.

A investigação do movimento antropofágico expresso no *Manifesto Antropófago*, de 1928, escrito por Oswald de Andrade, servirá de aliada para a compreensão de como ocorre a

exportação cultural. Inspirando-se na elaboração proposta por Oswald, busca-se entender o processo de "deglutição" da cultura europeia na formação do modernismo brasileiro, como se deu o processo de antropofagia na arte e como se dá a antropofagia no styling. As duas formas de expressão criativa, que muito frequentemente chamam atenção pela sua estética, passarão aqui por uma tentativa de decodificação quanto às movimentações de rearranjos culturais que acontecem nos bastidores, para, enfim, servirem de combustível para uma indústria que alimenta uma sociedade cada vez mais atravessada por paradoxos.

A relevância do tema se torna exponencialmente mais latente em decorrência da frequência paulatina do uso da sexualização na moda, por meio de vias culturais, para captar a atenção do indivíduo. Entender o processo de construção de imagens e as motivações na organização dos signos na direção do styling ajuda a compreender mais os arredores, o movimento, o tempo que em que se vive e como o *Zeitgeist* influencia quem se é e quem se busca ser na elaboração da própria imagem. Entender os caminhos que guiam a identificação imagética de uma sociedade, da indústria e de seus desdobramentos é extremamente importante para que seja possível desenvolver o próprio senso crítico, fundamental para compreender escolhas e vontades.

A compreensão profunda dos desdobramentos da erotização na construção de imagens de moda e styling pode ser enriquecida pela interpretação do *Manifesto Antropofágico*, que oferece uma perspectiva crítica sobre como as minorias são abordadas nesse contexto. Essa análise permite entender não apenas as dinâmicas de poder e representações presentes na moda, mas também como essas imagens refletem e influenciam a sociedade. Ao investigar a sexualização na moda, é possível perceber como as estratégias visuais são utilizadas para comunicar ideais e valores, ao mesmo tempo em que se tornam um reflexo das lutas e conquistas das minorias. Essa abordagem crítica é essencial para desvelar as narrativas que moldam a percepção coletiva e individual, contribuindo para a formação de um olhar mais consciente e crítico sobre as escolhas estéticas e identitárias na contemporaneidade.

A relevância da proposta de investigação das raízes culturais e antropofágicas, junto à grande sexualização imagética que acontece nas diferentes formas de expressão da cultura globalizada atualmente, e de como elas se traduzem em moda, é importante para identificar as raízes do comportamento. As escolhas e formas de entender a vida muitas vezes partem de um modo automático de lidar com os arredores, e, por meio da pesquisa, existe a busca por

abandonar o processo de falta de protagonismo nas ações e encontrar um maior esclarecimento das influências no agir.

O ato de revisitar o *Manifesto Antropofágico* em busca de uma maior compreensão da moda se dá por sua relevância no passado para a introdução do modernismo no Brasil. As artes têm como objetivo a quebra de uma movimentação automática do indivíduo e o conduzem a um processo de despertar, em que ele se vê em uma reflexão que leve a uma compreensão maior do todo, de suas atitudes e de seu papel ativo. A arte se dá pela assimilação de signos e por meio de uma tradução simbiótica que leva a diferentes visões de mundo. A moda e a arte se veem, por vezes, em uma constante conversa estética, em que ambas assimilam referências visuais que se traduzem em posicionamentos sociais, políticos e econômicos. O uso da aproximação da arte com a moda para o aprofundamento do conhecimento sobre os desdobramentos da sexualização e da antropofagia cultural se assemelha a uma forma natural de exploração dos modelos de assimilação do bombardeio de informações da sociedade globalizada, em busca de um sentido para o todo.

É possível, por vezes, ter posicionamentos sociais, políticos e econômicos e a intenção de agir de uma certa forma que valorize tal cultura ou causa, mas que isso acabe se perdendo em uma abordagem rasa das atitudes tomadas. Muitas vezes, a falta de compreensão das ferramentas usadas para a autoexpressão por meio da moda pode contribuir para a perpetuação de ciclos de opressão étnica, racismo e outras formas de violência contra determinados grupos, normalmente minorias.

Esta pesquisa pode servir de início para diversos tipos de questionamentos sobre como se reverberam certas raízes de pensamentos preconceituosos na realidade presente. Muitas vezes, não são vistas ou recebem um tratamento corriqueiro as heranças culturais de um passado escravocrata e de uma lógica de dominação cultural advinda de longos períodos de colonização. Aqui existe a busca por colocar luz sobre tais comportamentos e iniciar um possível processo de reforma de hábitos e expressões criativas dessas memórias.

## CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Cultura, tanto no passado como atualmente, é um termo sem um conceito bem definido. No contexto da antropologia social, diversos estudiosos se debruçam sobre a tentativa de entender como resumir, em uma única forma, um conceito tão heterogêneo e com tantas

variáveis de recoberta, como discute Antonio Augusto Arantes (1990), em *O que é cultura popular*.

Neste estudo, partiremos do entendimento de que cultura é um conjunto de concepções e pontos de vista que sejam compreendidos e identificados como tendo alguma forma de “saber”, “conhecimento”, inspirada na definição registrada por A. Buarque de Hollanda (1977) em *Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*, na qual ele engloba no conceito os domínios da filosofia, das ciências e das belas-artes.

O ser "culto", teoricamente, seria, então, a pessoa mais correta segundo seu padrão de rigor ao seguir as “atividades especializadas” do conhecimento reconhecido e produzido nas academias e universidades, que posteriormente é difundido entre as diversas camadas sociais. Ser "culto" atravessa noções de razão, bom gosto e um admirado grau de informação reconhecido pelo coletivo.

O styling, por sua vez, define-se como as escolhas para a elaboração de um *look* em busca da comunicação de uma ideia, tendência ou tema de moda, ou para promover um produto de moda (MCASSEY; BUCKLEY, 2013).

[...] Basicamente, styling é uma maneira de combinar roupas e acessórios, exibindo-os do modo mais atraente ou desejável possível, para que sejam vendidos. Isso pode incluir, por exemplo, a escolha de acessórios (cintos, sapatos e jóias) para complementar e combinar um vestido. As roupas podem ser produzidas individualmente ou como grupos de produtos (mostrando uma cartela de cores), com ou sem um modelo.

O processo de styling envolve selecionar e experimentar um grande número de peças alternativas para chegar à composição perfeita. (MCASSEY; BUCKLEY, 2013)

É deveras importante entender o conceito de cultura e quem é "o ser culto" para conseguir elaborar um styling criativo que converse com o público-alvo escolhido e que sirva como um dos mecanismos complexos de produção e divulgação de ideias, responsável pela disseminação de modos de agir e de pensar.

Lipovetsky (2009) entende a moda como um fenômeno que individualiza e estetiza a vaidade humana. Ela é considerada um instrumento fundamental da existência e um dos signos das sociedades democráticas. Inicialmente, era usada como forma de suprir uma necessidade de proteção do bem-estar e da integridade do corpo, até ser incorporada a seu valor de diferenciação social (BRAGA, 2022). A moda, como a entendemos, segundo *O Império do*

*Efêmero*, é um fenômeno essencialmente ocidental e pós-moderno e que, nos dias de hoje, torna-se, mais do que nunca, marcada pela ditadura do novo.

Lipovetsky e Serroy (2015) comentam:

[...] A indústria cria uma pacotilha kitsch e não cessa de lançar produtos descartáveis, substituíveis, insignificantes; a publicidade gera “poluição visual” dos espaços públicos; as mídias vendem programas dominados pela tolice, a vulgaridade, o sexo, a violência [...].

Em busca de atingir o sucesso na elaboração do styling, de forma que ele consiga romper o estado de esgotamento generalizado, conforme documentado por Byung-Chul Han, em *Sociedade do Cansaço*, o styling muitas vezes faz uso da hipersexualização, principalmente de figuras com notoriedade e relevância midiática, para se conectar com uma sociedade hiperativa e "isolada". As noções do eu observadas por Chul Han (2015) no indivíduo contemporâneo, em contraste com o ser disciplinado de Foucault (2013), salientam traços narcísicos e voltados ao desenvolvimento da vontade de afirmação do eu, de modo que a imposição de regras e os traços punitivos se tornaram introspectivos. Tal ser, com tamanho foco na autoexpressão, volta-se com mais ênfase à importância do styling e se vê em um relacionamento cada vez mais vivo com as noções de autoimagem e o hiperfoco no corpo.

Segundo Lars Svendsen (2004), a relação do indivíduo do século XXI com seu corpo é de identidade; antigas crenças católicas são deixadas para trás, segundo as quais quem se é estaria relacionado ao espírito, e ocorre um encaminhamento ao culto da carne, que, por sua vez, segue em um processo de pasteurização das percepções e noções de beleza como advento da globalização. Acontece o distanciamento dos pensamentos da Idade Média sobre "o eu" estar na alma, pois hoje "o eu" passa a significar "o corpo".

Como observado em *Moda: uma filosofia*, o corpo está trajado de todas as crenças sociais, mesmo quando nu. Para o ser contemporâneo, a roupa é uma extensão do corpo. Nunca será possível de reconhecer o que não é visto; ou seja, a tradução da cultura midiática hoje se aplica massivamente sobre o corpo e, como relembra Umberto Eco (2021), a culturalização da natureza por meio de signos só pode ser uma produção humana. O corpo é moldado pelo indivíduo para caber nas roupas, e as roupas são produzidas, por sua vez, com base nas artes e na mídia. "A forma de vida da moda é natural para o homem como um ser social"; assim, entende-se que o corpo natural é sempre socialmente construído e só conhece os limites que a

medicina ainda não rompeu (SVENDSEN, 2004, p. 75-90).

Wilton Garcia (2005) elabora que o cultivo do corpo se confunde com o conceito de “vivacidade da carne” e ressalta como ter o corpo ideal ajuda na sociabilidade do indivíduo, que busca se aproximar do modelo de corpo padrão da grande mídia no culto à sedução. Em *Corpo, Mídia e Representação: Estudos Contemporâneos*, ele discorre sobre como o prazer da sociabilidade é impulsionado pelo desejo pelo outro, pelo seu corpo. O corpo assim se torna uma ferramenta de performance para demonstrar sucesso, causando desejo e funcionando como um objeto de desejo público, traduzindo um ideal moldado pelas massas graças à sua plasticidade. Garcia (2005) mostra como, por meio da humanização da arte e da objetificação do sujeito, o indivíduo se perde em conceitos de um corpo que virou objeto da cultura.

A cultura transmitida pelo patrimônio imaterial utiliza signos para traduzir em linguagem os valores do grupo. Na obra literária *Em nome do corpo*, é descoberto que cada tribo se coloca de uma forma dentro do sistema, e assim a tribo se caracteriza pelo corpo. No desdobramento consumista de cada grupo, em esforços para mascarar o corpo com a cultura da tribo, encontra-se o fim do indivíduo e dos “grupões”. Ao desenvolver o styling, estuda-se a linguagem da tribo e os rituais de cada grupo, podendo ou não estar relacionados a se colocar como forma de resistência a outro grupo ou simplesmente a se autoafirmar de uma forma específica (VILLAÇA; GOÉS 2014).

Uma vez que existe clareza sobre como a cultura influencia o corpo – que, nesse caso, se confunde com as ideias de identidade e moda –, produz-se a partir de uma noção midiática do que é o desejável. Inicia-se, assim, uma reflexão sobre o que é difundido nas mídias em um tempo em que a informação é bombardeada e extremamente afetada pela globalização.

A moda e as artes andam em um paralelismo que permite, por horas, refletir sobre uma a partir da história da outra. Por instância, será revisitado o *Manifesto Antropófago*, de Oswald de Andrade (2017), no qual se testemunha o início do modernismo brasileiro, que carrega fortemente a ideia de “antropofagia cultural”: a absorção e reinterpretação de influências estrangeiras para a formação de uma produção genuinamente brasileira. Em um país com uma história marcada pelo colonialismo cultural, que renega qualquer possibilidade de congenialidade artística, o modernismo veio de forma que “devorou” as influências externas, aposentando uma figura passiva e “reinventando” a arte brasileira, que valoriza a cultura nacional e afirma a própria identidade.

Durante a leitura dessa obra, o leitor vê o clamor por liberdade absoluta das artes e da literatura em um movimento que propõe a construção da identidade brasileira a partir de múltiplas influências, incluindo indígena, africana e europeia. Ao extrapolar a cultura clássica, renunciar à mentalidade de supremacia cultural e adentrar uma dimensão mais prosaica relativa à arte brasileira, o movimento se depara com o fator essencial da arte no Brasil: ser advento da mistura com o “primitivo”. As experiências estéticas trazidas pelo modernismo europeu ao Brasil não eram uma ruptura profunda com o passado cultural, que já incorporava o cotidiano e o aspecto folclórico em sua natureza miscigenada, como em *Carnaval em Madureira* (1924), de Tarsila do Amaral.

Porém, como visto no modernismo, a elite intelectual, produtora cultural e responsável pela representação das realidades impressas para as massas, sempre foi majoritariamente branca. O "porta-voz" da cultura miscigenada nas artes produzia a partir da perspectiva branca, que tomava a liberdade de representar a realidade de pessoas de cor segundo a sua visão, como Tarsila do Amaral em *A Negra* (1923). A estilização das memórias e sensações de Tarsila na obra em questão vale a reflexão sobre como a elite, ao representar uma escrava, certamente se diferencia de como ela própria se expressaria, caso tivesse a oportunidade para tal.

Nos dias de hoje, a antropologia cultural segue presente, porém sem a presença de momentos bem delimitados como a produção de um manifesto. A incorporação estética do fator estrangeiro supera limites geográficos; a internet conecta de forma massiva, e o corpo, repleto de adaptações para adesão a diversas padronizações estéticas, agora engloba um ideal de beleza com recortes de todas as etnias e impossível de ser atingido de forma natural.

## **CORPO E MODA E SEU ENTRELAÇO COM A PRODUÇÃO DE IMAGENS**

As noções de cultura e do que é socialmente aceito em um grupo são diretamente expressas na escolha das vestimentas trajadas diariamente; porém, atualmente, o que é o corpo e o que é a moda têm sido entrelaçados de forma que se tornou difícil separá-los. Assim, recorrentemente, é trazida a discussão sobre a beleza de um *look* estar atribuída ao styling ou apenas à forma física da modelo.

Quando se adentram os campos das discussões sobre o corpo, e este está moldado pela cultura, em um momento histórico em que as experimentações corporais, a partir de procedimentos estéticos e cirúrgicos, têm sido mais normalizadas, aceitas e acompanhadas de

constantes novidades, faz-se relevante a discussão de até onde é possível se modificar e quais seriam os limites éticos e morais que devem influenciar o que a medicina pode fazer.

Segundo Paula Sibilia (2002), em *O Homem Pós-Orgânico: Corpo, Subjetividade e Tecnologias Digitais*, existe atualmente uma ambição de ultrapassar barreiras humanas e conduzir a própria vida não mais refém de fatalidades e do caráter aleatório do destino, mas por meio de intervenções tecnológicas que permitem moldar a condição humana e romper barreiras biológicas antigamente impostas. Partindo do pressuposto "fáustico" de que se é virtualmente doente e de que se necessita de constantes intervenções, utilizando-se do papel de consumidor e de estímulos para que haja a geração de um desejo constante por se "melhorar", envolvendo vias medicinais, essa nova realidade é vendida.

Ao entender o que se representa ao mundo quando se nasce com traços étnicos marcantes na aparência, é possível escolher se existe a pretensão de permanecer nesse papel ou o desejo de forjar mudanças em prol de diferentes justificativas, muitas vezes confundidas com questões vendidas como saúde e bem-estar. Nos últimos anos, tem se tornado muito comentado o novo ideal de beleza etnicamente ambíguo, que envolve alterações cirúrgicas no rosto, principalmente de mulheres, para que se obtenha um rosto que empresta diferentes características étnicas vistas como atraentes. Podemos observar o exemplo extremo de Rachel Dolezal, figura que se tornou famosa na mídia por ter sido descoberta como ativista dos direitos de pessoas de cor, identificando-se como mulher preta, que, no passado, antes de passar por transformações e assumir outra cor, era uma mulher branca, filha de pai e mãe com ascendência europeia.

O exemplo citado anteriormente é ideal para demonstrar como o styling, que caminha lado a lado com os cuidados da "beleza" de um *look* e com a construção de um corpo, pode facilmente passar despercebido e adentrar um campo do imaginário que, sem nenhuma resistência, traz enganações e é automaticamente aceito como verdade. A "beleza" que hoje pode estar envolvida nas formas de usar a medicina para romper barreiras antes existentes cria um potencial de transformação completa e de adentramento em questões de raça, envolvendo minorias, nas quais os discursos gerados podem ser distorcidos e sequestrados para fins que não favorecem essas mesmas minorias. A necessidade de um cuidado extra com essas questões de "sequestro de discursos", bem como com os motivos e crenças por trás da construção da comunicação e das linguagens às quais se deve atentar, é expressa claramente no trecho a seguir

que, apesar de ser emprestado do campo da arquitetura, serve muito bem para esta pauta.

Maricato (2008) afirma:

[...] A bibliografia utilizada no livro é quase totalmente em língua inglesa, o que constitui uma limitação. O número de títulos utilizados é impressionante, mas a tentativa de construção de explicações e fenômenos generalizados para o mundo todo, ou para os países não desenvolvidos, sem conhecimento das especificidades nacionais, cobra um preço como não podia deixar de ser. Cabe aqui um alerta aos leitores brasileiros ou latino-americanos. A produção intelectual de países como o Brasil (subordinado culturalmente) não prestigia a memória existente e o mimetismo intelectual que busca no exterior o eixo da reflexão, frequentemente descolado da realidade local. (MARICATO, 2008)

Neste trecho, existe o entendimento de que muitas vezes acontece uma produção baseada nos discursos que nos são repassados e, mesmo quando estamos munidos de uma bibliografia forte, que promete passar uma certeza intelectual sobre determinada narrativa, é necessário entender que ainda existe a possibilidade de essa narrativa ser descolada da realidade que discute. Nesse caso, os leitores deste livro focado em urbanismo e arquitetura de cidades poderiam entender seu próprio país como nunca antes, a partir do deslocamento do "eixo da reflexão", conduzido pelo elóquio de uma pessoa que, apesar de muito estudiosa, nem brasileira é. Então esses mesmo leitores poderiam reproduzir e produzir com base nesses pensamentos e interpretações disseminadas. No mundo da moda, por outro lado, tais discursos se traduzem em formas de moldar o corpo, vesti-lo para retratar pensamentos de uma realidade, porém sem um texto ao fim que esclareça as questões levantadas.

Migrando da compreensão da comunicação de um discurso que se traduz em expressões físicas, como roupas e na forma de moldar o corpo, e adentrando com mais profundidade temas relacionados à produção imagética e à comunicação visual, focando na moda – difundida por câmeras e na mídia atual – será questionado como se dá esse processo de forma mais detalhada.

Como comenta Walter Benjamin (2023), em *A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica*, já existia, por sua parte, um pensamento voltado para a compreensão do homem moderno, levando em consideração uma análise sobre a técnica e como ela determina os modos de percepção, ao falar dos novos regimes de visualidade que são estabelecidos. Para um retrato mais atual, agora do homem contemporâneo, deve-se reavaliar as formas de percepção que dependem de objetos de estudo anteriormente abordados por

Benjamin (2023), como o surgimento da fotografia e do cinema. Nos dias atuais, a realidade encenada acontece por meio das mídias sociais, e o elemento da fotografia foi elevado às suas últimas consequências. Atualmente, a fotografia faz muito mais do que revelar uma realidade; também pode servir como ferramenta para distorcer ainda mais a percepção. O styling, como é conhecido hoje, está diretamente relacionado à produção imagética por meio de fotos; muitas vezes, stylists de personalidades notórias da mídia têm um pensamento voltado à produção de *looks* que existem a partir de uma demanda de produção fotográfica.

Outro ponto pertinente que Benjamin (2023) coloca em foco é que as artes e a produção estética não devem ser pensadas sem levar em consideração a política. A produção fotográfica, partindo desse pressuposto, sempre vai ter um teor político; logo, a moda e o corpo também o têm ao se tornarem foco das fotografias. O autor ainda destaca que “a sociedade se protege de si mesma – e da morte – por meio de uma avalanche de imagens”, o que também tem sido colocado como uma forma ainda mais reforçada de construir uma imagem de si, com a obsessão atual pela forma física saudável e eternamente jovem, já flagrada pelo retratado medo da morte.

No mesmo ensaio, Benjamin adentra o tema da fotografia ser intrinsecamente reprodutível e, dessa forma, assume que é possível romper com o passado ao dispensar modelos anteriores. Decorrente dessa nova realidade, não seria mais possível ter uma "identidade única, fechada, de uma obra, do seu produtor e daquilo que eventualmente ela venha representar" (BENJAMIN, 2023). Entendemos que a moda, nessas circunstâncias, pode ser tirada de contexto, ao estar intrinsecamente relacionada a essa nova realidade fotográfica: não existe mais um domínio do discurso do produtor do *look* e do que ele visava expressar com o seu styling. Segundo seu posicionamento, o fenômeno da web permite uma "repaginação" da história da arte, ao incorporar tudo e ressignificar seu status, considerando a web como um fenômeno estético (BENJAMIN, 2023).

A partir do pensamento de Benjamin (2023), entende-se que, para ler a história, é preciso considerar o ponto de vista técnico e entender como ele determina o modo de ver e perceber o mundo, irreversivelmente alterado pelas mídias, smartphones e fotografias de moda. Todos esses pontos evidenciam a intensidade do aceleração da reprodução figurativa do que é visto, pois o olho aprende, neste momento da história, no mesmo ritmo da fala. Dilui-se, em uma efemeridade constante, o que antes podia ter seu testemunho histórico em sua materialidade (BENJAMIN, 2023).

Anteriormente, o cinema funcionava como forma de "testar novas modalidades de convívio intra-humano", e, dessa forma, acreditava Walter Benjamin (2023) que seria ensaiado ludicamente o futuro dos indivíduos. Já na época atual, aparentemente, o ensaio se tornou vida real e, nessa aproximação lúdica por meio das lentes, ocorre uma falta de domínio do que é retratado, favorecendo um *jogo* em que existe um certo grau de emancipação do objeto capturado pela câmera. O que antes Benjamin considerava ser o papel do cinema como meio de comunicação com as massas para fins de controle e imposições capitalistas pode agora passar por uma releitura, na qual vemos as mídias sociais como representantes vencedoras de tal forma de influência.

O papel das estrelas de cinema, descritas pelo filósofo como expressões de um caráter mercadológico, se mantém. Porém, hodiernamente, o número de pessoas que adentraram o culto às celebridades no campo que exerce essa influência é extremamente maior, de forma "pulverizada em inúmeras telas", apresentando uma "recepção concentrada e isolada". Outra forma de encarar e compreender os terrenos adentrados, ao se iniciar o contato com o retrato da realidade a partir do cinema, inclui a interpretação da revisitação às referências do mito da caverna de Platão, entendendo que se é eternamente condenado a viver em uma aparência ilusória e a confundi-la com a verdade. Por outro lado, a realidade retratada pelas câmeras teria o papel de captar o real, mas acaba revelando pelas lentes um "valor análogo ao do inconsciente, descoberto pela psicanálise". Existe, assim, uma "mostra" de "um mundo insuspeito", "recalcado sob a aparência", em que são produzidas "imagens que se assemelham à alucinações, aos sonhos e aos delírios psicóticos", ao mesmo tempo que "permite democratizar coletivamente essas experiências" (BENJAMIN, 2023).

Traçando um paralelo com o mundo das artes, Benjamin (2023) descreve as funções das artes como, primeiramente, "familiarizar a humanidade com certas imagens, antes que sejam dadas à consciência os fins cuja perseguição tais imagens são criadas" e, em segundo lugar, "auxiliar tendências sociais, cuja realização no próprio ser humano seria destrutiva, a se concretizarem no mundo das imagens". Porém, nos dias atuais, as artes estão certamente atrás das imagens disseminadas pelas mídias em termos de influência, as quais dispensam ensaios e não oferecem tempo para a reflexão. A "função terapêutica", antes exercida pelos filmes, que "substituiria uma loucura coletiva (simulada) por uma psicose real que nos acossa", chega nesta era livre de fricção.

Benjamin (2023) compreende:

[...] A tecnização criou a possibilidade de uma vacinação psíquica contra essas psicoses de massa por meio de certos filmes, nos quais um desenvolvimento forçado de fantasias sádicas ou de alucinações masoquistas pode impedir o seu amadurecimento, tanto natural quanto perigoso, nas massas. (BENJAMIN, 2023)

Com um estilo freudiano, compreende-se que o riso é visto nessa teoria como uma "válvula de escape" que a "humanidade exige diante das repressões que a cultura tecnicizada traz", mas que, por outro lado, se perde em grande parte na era em que vivemos.

Em outro momento de seu texto, Benjamin (2023) discute como a arte é política e social, e como pode ser usada como ferramenta facista pelas chamadas *estetização da política e politização da arte*. Ousa-se, aqui, refletir sobre como esse mesmo efeito pode ser replicado para fins políticos em imagens de moda. De forma curiosa, a arte é tida por Benjamin como uma forma de antever diferentes versões do futuro, e a história da arte como uma análise das utopias do passado, funcionando como uma antecâmara da realidade. Tal realidade não nos dá mais o luxo de ver o futuro com tal distanciamento – as imagens que consumimos hoje apodrecem quase instantaneamente ao atingir seu público. A forma como o homem vive, incluindo sua coletividade e modos de percepção, depende do momento histórico que habita.

Para os gregos, o valor da eternidade das artes os fazia optar pelas esculturas, e essa escolha se confundia com obras que estavam diretamente relacionadas ao seu caráter de menor possibilidade de melhoria. Porém, com o surgimento dos filmes – uma sequência de imagens que podem ser melhoradas e alteradas em sua minúcia –, esse modelo de valor foi completamente desvirtuado. Em tempos recentes, o total oposto, o caráter precívél, se tornou comum. Teria a geração atual uma dependência de valor pelo desgaste? Antes, era reservada aos atores, perante uma aparelhagem cinematográfica, a consciência de que, ao se colocarem em tal posição, poderiam estar iniciando um diálogo com as massas que, mesmo invisíveis, exerciam poder sobre sua performance. Já nos dias atuais, todos somos atores e nos perdemos em nossa corriqueira e diária performance de nós mesmos, e o styling se tornou parte de um figurino de encenação rotineira do eu, comum a todos que possuem um celular com câmera, fazendo com que a influência do público se torne ainda mais intrínseca e imperceptível.

## ANTROPOFAGIA DE OSWALD DE ANDRADE

Ao iniciar a análise de Oswald sobre o movimento de antropofagia cultural, entende-se, ao situar o Brasil como um país de riqueza étnica, que tal significado abarca a religião, a alimentação, a dança, as atividades que geram renda e a forma de organização daquela sociedade, como demonstrações dessa mistura irreversível de povos. Tal mistura é a identidade do povo.

Existe, no manifesto, o entendimento de que a única forma de superar expressões de individualismos de todos os coletivos seria por meio da antropofagia cultural, que uniria pessoas social, econômica e filosoficamente. Abandona-se a identidade para gerar uma nova, e esse movimento seria um novo tratado de paz entre os povos. Essa nova identidade trazida pela antropofagia cultural representaria a quebra de roteiros clássicos de preconceitos antigos. O movimento se constrói no exercício da possibilidade, em que se soma e resulta em algo novo, original, congenial, como a arte modernista brasileira.

Na descrição da antropofagia cultural discutida por Oswald, ele também ressalta que a antropofagia sempre foi reservada às elites, dando continuidade a um movimento que se repete, no qual um grupo em posição superior ou de domínio social se aproveita de um povo. O monopólio do discurso garante, assim, a imposição de dores em uma infinita condição de anonimato.

Como discute Caetano Veloso (2012) em *Antropofagia*, a forma caricata e folclórica reservada à representação do Brasil no exterior – país no qual Caetano se via como vanguardista de um movimento que integrava o que o Brasil "realmente era", sem se prender a antigas concepções taxadas e vendidas até mesmo aos brasileiros como sua própria identidade – estava diretamente ligada a um entendimento de si elaborado por estrangeiros.

Veloso (2012) aponta:

[...] O segundo manifesto, o *Antropófago*, desenvolve e explicita a metáfora da devoração. Nós, brasileiros, não deveríamos imitar e sim devorar a informação nova, viesse de onde viesse, ou, nas palavras de Haroldo de Campos, “assimilar sob espécie brasileira a experiência estrangeira e reinventá-la em termos nossos, com qualidades locais iniludíveis que dariam ao produto resultante um caráter autônomo e lhe confeririam, em princípio, a possibilidade de passar a funcionar por sua vez, num confronto internacional, como produto de exportação”. (VELOSO, 2012)

Dessa forma, a pesquisa parte para uma despedida da revisitação da antropofagia cultural pela qual as artes passaram no Brasil e de como ela está intimamente ligada à identidade dos povos, seguindo agora para uma abordagem que abranja os estudos sobre a beleza e os movimentos de espelhamento.

## **DESEJO MIMÉTICO E A NECESSIDADE DE BELEZA**

Para entender o movimento maior em que se está inserido, é necessário tomar conhecimento do “desejo mimético”, descrito por René Girard (2009) como a vontade de possuir algo exatamente como o próximo deseja.

Segundo Liv Strömquist (2023), em *Na sala dos espelhos: autoimagem em transe ou beleza e autenticidade como mercadoria na era dos likes & outras encenações do eu*, a necessidade de atingir a beleza nos garante melhores condições de vida, assegurando-nos, relativamente, contra diversas formas de perigos, como a solidão. Em um período em que a solidão é avassaladora, a beleza seria vista pelas pessoas como uma forma que, mais que nunca, pode garantir a sobrevivência e, além disso, existência com qualidade. O belo exerce uma espécie de antídoto contra a morte metafórica, o abandono, o esquecimento, a perda da relevância, o fim do engajamento.

Esse novo ser, que é seu próprio capataz, como retrata Chul Han (2019), agora tem a necessidade de se cobrar ser belo para sobreviver com mais qualidade. Strömquist (2023) descreve como a fusão da sociedade de consumo com a sexualidade reforça o valor da aparência, em que o clima erótico vende toda e qualquer mercadoria, seja uma calça ou a própria pessoa, em uma espécie de prateleira do desejo, como no Tinder ou no próprio Instagram. Segundo a socióloga Eva Illouz (2012), no momento em que houve saturação da necessidade de adquirir novos produtos, o capitalismo teve de se reinventar, apelando, então, para uma roupagem mais sexualizada de tudo. Do ponto de vista do capitalismo, a sexualidade assegurou uma grande margem de expansão em meio à necessidade inesgotável do indivíduo de performar e encenar a si mesmo, sempre em busca de um clima mais sexy, fazendo das mulheres suas maiores – mas não únicas – vítimas.

Strömquist (2023) escreve:

[...] Assim, a sexualidade se tornou um objeto de consumo múltiplo, saturando a cultura de consumo e a identidade pessoal ao mesmo tempo... Era a imagem de um eu dotado de beleza que circulava amplamente nas indústrias midiáticas, uma forma de competência que exigia acessórios, conselhos de especialistas ou medicamentos. Em resumo, a sexualidade se tornou um projeto de consumo que possibilita a autoencenação - a realização do eu interior - de diferentes formas, sobretudo através da compra de um monte de coisas. (STRÖMQUIST, 2023)

Outro ponto importante a ser levado em consideração é a reflexão de Eva Illouz (2012) sobre a perda do “status elevado da castidade”, que dá ainda mais valor à boa aparência e à capacidade de se apresentar como sexualmente atraente, utilizando diferentes marcadores “físicos, linguísticos e visuais” para dar vida a esse desejo sexual. Ao continuar a linha do tempo da revolução sexual e da sociedade de consumo, Strömquist (2023) traz luz ao fato de que, no capitalismo tardio, uma lógica de livre mercado aplicada às pessoas instaurou uma competição pela beleza, gerando uma "segurança" temporária, não mais estritamente relacionada aos relacionamentos amorosos, mas transformando-se em um indicativo de valor humano. Segundo ela, a falta de aparência sexy, independentemente das condições ou de quem você seja, pode acarretar questões relacionadas ao complexo de inferioridade.

Em outro contexto, mas ainda na investigação da sexualização do indivíduo, o fotógrafo Bert Stern (2011) relata sua opinião: “Sexo e fotografar sempre foram duas coisas intimamente ligadas”, externalizando de forma clara a relação entre fotografia e corpo, especialmente no contexto das celebridades, foco das produções de Stern.

Susan Sontag (2004), em *Sobre Fotografia*, discorre sobre como o ato de fotografar se atrela à apropriação do objeto. A realidade torna-se, segundo ela, avaliável dependendo de sua fidelidade às fotos, e não mais o contrário. Estabelece-se, assim, uma relação voyeurística crônica consigo mesmo.

Desta forma, Liv Strömquist (2023) relembra como Kim Kardashian, ao se apropriar de sua imagem sexualizada, conseguiu embolsar todo o valor dado a esse corpo, de forma um tanto disruptiva, no sentido de beneficiar-se financeiramente dessa exploração da imagem sexualizada. A beleza se tornou sinônimo de presença, e a autoestima se tornou, acima de tudo, refém da forma física.

Naomi Wolf, em *O Mito da Beleza*, aborda a existência de um movimento de padronização da beleza, no qual não é mais suficiente ser belo: é necessário ser aprovado por

uma distinta “régua da beleza” e ser fotografado. Por meio das cirurgias, as características individuais são apagadas.

Strömquist (2023) detalha:

[...] Talvez pareça paradoxal, mas à medida que a produção de imagens de mulheres bonitas aumenta, os ideais se padronizam ainda mais, então as mulheres consideradas “belas” ficam cada vez mais idênticas. [...]

Por fim, Strömquist discorre sobre como a beleza é mutilada e editada para os formatos nos quais se decide exibi-la. O ser humano encontra-se na era da tirania da imagem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa reflete sobre a possibilidade de não ser necessário lutar contra a antropofagia cultural que acontece atualmente. Para o mundo atual, não existe antídoto, como visto anteriormente no processo de assimilação de informações e imagens, que se tornou, aparentemente, irreversivelmente irrevogável. Absorve-se sem tempo para julgar, discernir, separar. Torna-se outro "povo", o que possivelmente pode ser positivo, por assimilar o mais fraco, tornando-se ele e defendendo-o como sendo-o. E o mais fraco também se torna o mais forte. Existe uma união dos povos que está longe de ser pacífica e livre de preconceitos, mas cujos preconceitos podem ser internalizados por cada indivíduo. Diferente do início do modernismo brasileiro, a antropofagia cultural atual traz uma nova roupagem estética semelhante tanto para oprimidos quanto para opressores. É comum o ideal de beleza disseminado pelas mídias e incorporado por diferentes nacionalidades e classes sociais. O padrão de beleza exige uma uniformização tanto das elites quanto das massas, alcançando "todos" por meio da globalização.

Nesse estudo, há uma sapiência que serve como porta de entrada para uma questão maior: a cognição da globalização deixa de ser superficial, como era entendida em outros momentos, quando descrita como a informação que chega a todos ao mesmo tempo, e passa a ser um processo que transforma profundamente os indivíduos pelo contato com o outro, o estrangeiro, dando origem a um novo eu, uma nova identidade, a assimilação de povos. Entende-se aqui como imagem e informação caminham em um entrelaçamento que altera as pessoas ao serem absorvidas por seus dispositivos ópticos, da mesma forma que ocorre com

expressões artísticas e *fashion*. Seria essa a antropofagia causada pela era do digital? A antropofagia cultural do ser contemporâneo?

A sexualização do indivíduo atinge seu ápice de violência contra as minorias, mas não é possível descrever o momento vivido sem falar da sexualização generalizada. A vulgarização tornou-se um tom comum da comunicação imagética. Neste momento da pesquisa, o foco recai sobre o ser humano, onde ele está inserido, pois este será o formador do styling.

## REFERÊNCIAS

ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BARCELOS, Silvânio. **A segunda onda da revolução sexual: década de 1960**. YouTube, 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=59tR7ae0UQA>? Acesso em: 1 maio 2025.

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: L&PM, 2023.

BERT STERN: O Primeiro Mad Man. Direção: Shannah Laumeister Stern. Produção: Gregory McClatchy, Shannah Laumeister Stern, April Eckerfeld, Byron Gawron, Diana Holtzberg, Diana Estelle Vicari, Jeff Werner e Phylis Stuart. Estados Unidos: Magic Film Productions, 2011.

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. São Paulo: D' Livros Editora, 2022.

DAVIS, Mike. **Planeta favela**. São Paulo: Boitempo, 2008.

ECO, Umberto. **Interpretação e superinterpretação**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

FERREIRA, Aurelio Buarque de Holanda. **Pequeno dicionário brasileiro da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: RRP Editorial, 1977.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Lisboa: Edições 70, 2013.

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos**. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

GIRARD, René. **Anorexia e desejo mimético**. São Paulo: Texto & Grafia, 2009.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

'IDEIA de raça é uma mentira': americana branca que se passou por negra se diz 'transracial'. **BBC News Brasil**, 28 mar. 2017. Disponível em:



**REVISTA BELAS ARTES**

Volume 48, Número 2  
Maio - Agosto / 2025

ISSN: 2176-6479

<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-39413853>. Acesso em: 2 jun. 2025.

ILLOUZ, Eva. **Why love hurts: a sociological explanation**. Cambridge: Polity, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **Império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **Metamorfose da cultura liberal: ética- mídia- empresa**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MANCUSE, Herbert. **Eros e civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud**. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare. **Styling de moda: fundamentos de design de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

OSWALD, Andrade. **Manifesto antropófago e outros textos**. São Paulo: Penguin & Companhia das Letras, 2017.

SADE, Marquês de. **A filosofia na alcova**. São Paulo: Iluminuras, 2000.

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

STRÖMQUIST, Liv. **Na sala dos espelhos: autoimagem em transe ou beleza e autenticidade como mercadoria na era dos likes & outras encenações do eu**. São Paulo: Quadrinhos na Cia, 2023.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. São Paulo: Zahar, 2010.

VELOSO, Caetano. **Antropofagia**. São Paulo: Penguin & Companhia das Letras, 2012.

VILLAÇA, Nízia; GOÉS, Fred. **Em nome do corpo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.