

Experimentação

Redes sociais digitais de moda, educação informal e aparência na perspectiva das narrativas míticas: entrevista com Marcos Ferreira-Santos¹

Redes sociales digitales para la moda, la educación informal y la apariencia desde la perspectiva de narrativas míticas: entrevista a Marcos Ferreira-Santos

Digital social networks for fashion, informal education and appearance from the perspective of mythical narratives: interview with Marcos Ferreira-Santos

Luana Ferrari Nascimento dos Santos¹ , Andrea Lopes¹ 

¹Universidade de São Paulo , São Paulo, Brasil

RESUMO

A entrevista com Marcos Ferreira-Santos, professor livre-docente e pesquisador da Universidade de São Paulo (USP), aborda os processos de educação informal e a construção de aparências nas redes sociais digitais de moda sob a perspectiva das narrativas míticas, uma problemática pouco explorada no Brasil. Parte-se da prerrogativa que os meios midiáticos desempenham um papel central na contemporaneidade em termos de educação comunitária. Realizada em outubro de 2023, utilizou roteiro semiestruturado. Discutiu-se de forma crítica a natureza da comunicação e das relações que acontecem nestes ambientes digitais contemporâneos, permeados fortemente pela publicidade, propaganda e ações de marketing. Entende-se que esta lógica contamina e direciona os processos educativos comunitários, ao centralizar a promoção da comercialização massiva e a homogeneização das aparências, alinhadas à lógica do capitalismo. Neste contexto, destaca-se a presença de narrativas míticas, que são continuamente reproduzidas, contribuindo para a consolidação das tendências de moda.

Palavras-chave: Redes sociais digitais; Moda; Aparência; Educação Informal; Narrativas Míticas

¹ Livre-docente da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, professor de mitologia comparada e professor visitante de mitohermenêutica em universidades na Espanha e América Latina. Email: marcosfe@usp.br.

RESUMEN

La entrevista con Marcos Ferreira-Santos, profesor e investigador de la Universidad de São Paulo, aborda los procesos de educación informal y la construcción de apariencias en las redes sociales de moda digital desde la perspectiva de narrativas míticas, un problema poco explorado en Brasil. Se basa en la prerrogativa de que los medios desempeñan un papel central en los tiempos contemporáneos en términos de educación comunitaria. Realizado en octubre de 2023, utilizó un guión semiestructurado. Se discutió críticamente la naturaleza de la comunicación y las relaciones que se dan en estos entornos digitales contemporáneos, fuertemente permeados por la publicidad, las acciones publicitarias y de marketing. Se entiende que esta lógica contamina y orienta los procesos educativos comunitarios, al centralizar la promoción de la comercialización masiva y la homogeneización de las apariencias, alineadas con la lógica del capitalismo. En este contexto destaca la presencia de narrativas míticas, que se reproducen continuamente, contribuyendo a la consolidación de las tendencias de la moda.

Palabras clave: Redes sociales digitales; Moda; Apariencia; educación informal; Narrativas míticas

ABSTRACT

The interview with Marcos Ferreira-Santos, professor and researcher at the University of São Paulo, addresses the processes of informal education and the construction of appearances on digital fashion social networks from the perspective of mythical narratives, a problem little explored in Brazil. It is based on the prerogative that the media plays a central role in contemporary times in terms of community education. Conducted in October 2023, it used a semi-structured script. The nature of communication and relationships that occur in these contemporary digital environments, strongly permeated by advertising, propaganda and marketing actions, was critically discussed. It is understood that this logic contaminates and directs community educational processes, by centralizing the promotion of mass commercialization and the homogenization of appearances, aligned with the logic of capitalism. In this context, the presence of mythical narratives stands out, which are continually reproduced, contributing to the consolidation of fashion trends.

Keywords: Digital social networks; Fashion; Appearance; Informal Education; Mythical Narratives

1 INTRODUÇÃO

Marcos Ferreira-Santos apresenta-se inicialmente como negrindio, jardineiro, praticante de bonsai tropical e folclorista. Estar na presença desse griô² é desfrutar de trocas profundas, repletas de significados. Autor de mais de 50 títulos, divididos entre artigos científicos, coletâneas e livros. Realizou pós-doutorado em hermenêutica simbólica pela Universidad de Deusto, País Basco/Espanha, sob a supervisão do filósofo

² Entende-se como o indivíduo que em uma comunidade, seja por exemplo religiosa ou folclórica, detém a memória do grupo e atua como difusor de tradições (Pacheco, 2006).

Prof. Emérito Andrés Ortiz-Osés, parte do Círculo de Eranos³. Tornou-se professor livre-docente pela Faculdade de Educação (FE) da Universidade de São Paulo (USP), arguindo sobre o título *Crepúsculo do Mito - Mitohermenêutica & Antropologia da Educação em Euskal Herria e Ameríndia*, (Ferreira-Santos, 2004). Pedagogo com mais de 40 anos de dedicação à docência, atuou em todas as faixas etárias, da educação infantil à pós-graduação. Idealizador e pesquisador do Laboratório Experimental de Arte-Educação & Cultura (Lab_Arte)⁴ da FE USP, atua como docente nesta mesma instituição há 30 anos, bem como em universidades espanholas na cadeira de Mitologia Comparada. Atualmente, integra coletivos como a Escola Feminista Abya Yala, “um espaço de estudo coletivo, fortalecimento e cuidado entre mulheres ativistas das periferias da zona sul de SP”⁵.

Dentre as produções vinculadas aos interesses discutidos na presente entrevista, destacam-se: *Crepusculário - conferências sobre mitohermenêutica & educação em euskadi* (2021)⁶; *Aproximações ao Imaginário: bússola de investigação poética*⁷; *Antropolíticas da educação* (2012)⁸; *Direito à desconexão na idade média digital* (2022)⁹; *Tatuagem imagem da alma e corpo-vitrine* (2018)¹⁰; *Cultura e educação para superar os tempos de COVID-19* (2020)¹¹; *Contributos libertários para a arte-educação contemporânea: autogestão na experiência do Piá* (2012)¹²; *Cultura e educação afro-ameríndia: fluxos da experiência*

³ “O Círculo de Eranos foi um grupo interdisciplinar de livres pensadores que se desenvolveu em Ascona, coração italiano dos Alpes suíços (Ticino), de 1933 a 1988, com a publicação de 57 volumes (Eranos Jahrbuch), aglutinando pesquisas e discussões de mitólogos, antropólogos, filósofos e cientistas. Foi iniciado por Rudolf Otto e Carl Gustav Jung. Discutiu intensamente as questões relacionadas à mitologia comparada, antropologia cultural e hermenêutica simbólica, a partir das reflexões e questões colocadas por Ernst Cassirer em seu livro “Filosofia das Formas Simbólicas” (p. 69, Ferreira-Santos, 2012).

⁴ Maiores informações disponíveis em: <https://www.labarte.fe.usp.br/>. Acesso em 30 nov 2023.

⁵ Conforme descrição no Instagram oficial do coletivo Escola Abya Yala. Disponível em: https://www.instagram.com/escola_abyayala/. Acesso em 30 nov 2023.

⁶ FERREIRA-SANTOS, Marcos. *Crepusculário - conferências sobre mitohermenêutica & educação em euskadi*, 3ª edição, 2021. Disponível em: <https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/670/596/2242>. Acesso em 07 abr. 2024.

⁷ FERREIRA-SANTOS, Marcos; ALMEIDA, Rogério de. *Aproximações ao imaginário: bússola de investigação poética*. 2012. Disponível em: <https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/453/406/1590>. Acesso em 07 abr. 2024.

⁸ FERREIRA-SANTOS, Marcos; ALMEIDA, Rogério de. *Antropolíticas da educação*. 2019. Disponível em: <https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/318/279/1188>. Acesso em 07 abr. 2024.

⁹ FERREIRA-SANTOS, Marcos. *Direito à desconexão na idade média digital*, Mitologia Aberta – revista de livres pensadores mitológicos, nº 13, setembro, p. 17-34, 2022. Disponível em: https://www.academia.edu/71804568/direito_%C3%A0_desconex%C3%A3o_na_idade_m%C3%A9dia_digital. Acesso em 07 abr. 2024.

¹⁰ FERREIRA-SANTOS, Marcos. *Tatuagem imagem da alma e corpo-vitrine*, Revista Diálogo Religião e Cultura, n. 92, p.12-17, 2018. Disponível em: https://www.academia.edu/105922224/Tatuagem_imagem_da_alma_e_corpo_vitrine. Acesso em 07 abr. 2024.

¹¹ FERREIRA-SANTOS, Marcos. *Cultura e educação para superar os tempos de COVID-19*, Revista Futuro do Pretérito, v.2, p. 96-103, 2020. Disponível em: https://www.academia.edu/105921789/Cultura_e_educacao_para_superar_os_tempos_de_COVID_19. Acesso em 7 abr. 2024.

¹² FERREIRA-SANTOS, Marcos. *Contributos libertários para a arte-educação contemporânea: autogestão na experiência do Piá*. In: SANCHEZ, J.; FERREIRA-SANTOS, M. & ALMEIDA, Rogério. *Artes, Museu e Educação*. Curitiba: Editora CRV, p. 63-106, 2012. Disponível em: SANCHEZ, J.; FERREIRA-SANTOS, M. & ALMEIDA, Rogério. *Artes, Museu e Educação*. 2012, Curitiba: Editora CRV, p. 63-106.

na FE-USP (2017)¹³; e, *Cultura Imaterial e Processos Simbólicos* (2004)¹⁴. Ainda, através do canal no Youtube intitulado Marcos Ferreira-Santos - oficial¹⁵, encontram-se produções em audiovisual (vídeos, músicas e entrevistas), que envolvem assuntos das áreas da antropologia, educação, comunicação, artes e mitologia. Certamente, este se trata de um suporte de consulta igualmente relevante em termos dos possíveis desdobramentos que a presente entrevista fomenta.

Os objetivos da entrevista foram discutir inquietações e questionamentos buscando encaminhar pistas investigativas acerca dos processos de educação informal e a construção das aparências na contemporaneidade, no âmbito das redes sociais digitais de moda. Trata-se de uma temática de pesquisa incipiente no Brasil. Um conjunto de estudos organizou três eixos teóricos.

O primeiro envolve a discussão sobre educação informal e mídias. O estudo central utilizado trata-se de uma revisão narrativa realizada por Yokomizo e Lopes (2018). As autoras indicam uma diversidade de agentes de educação informal presentes nas relações espontâneas do cotidiano, como os livros, a família, as comunidades religiosas e as relações de amizade. No entanto, destacam que os materiais, conteúdos e a comunicação produzida pelas diversas mídias são o maior alvo das produções e ocupam centralidade na contemporaneidade. Em sua maioria, as pesquisas analisadas criticam o seu “caráter manipulador e mercantilista” (p. 307), exercido de forma reducionista, idealizada e preconceituosa. Marcam os riscos desse desempenho, de amplo alcance social, “em razão do seu potencial na atualidade em envolver, conceitual e transformar, positiva ou negativamente, o pensamento sobre questões envolvendo públicos diversos” (p. 307-308).

O segundo eixo teórico norteador trata sobre as noções de aparência e moda. A discussão sobre o primeiro termo é desenvolvida em outro estudo bibliográfico

¹³ FERREIRA-SANTOS, Marcos. Cultura e educação afroameríndia: fluxos da experiência na FE-USP, publicado na In: ALMEIDA, R. & BECARI, Marcos Fluxos Culturais. São Paulo: FEUSP, coleção Galatea, p. 258-275, 2017. Disponível em: https://www.academia.edu/87278774/Cultura_e_educac%C3%A7%C3%A3o_afro_amer%C3%ADndia_fluxos_da_experi%C3%A7%C3%A3o_na_FE_USP. Acesso em 7 abr. 2024.

¹⁴ FERREIRA-SANTOS, Marcos. Cultura Imaterial e Processos Simbólicos, Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia, São Paulo, 14: 139-151, 2004. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revmae/article/view/89663/92484>. Acesso em 7 abr. 2024.

¹⁵ Maiores informações disponíveis em: https://www.youtube.com/c/MarcosFerreiraSantosoficial-mito_musica. Acesso em 30 nov. 2023.

realizado por Yokomizo e Lopes (2019). O amplo levantamento e a análise do material indicaram a ausência de estudos que propusessem uma definição clara sobre aparência. Observou-se que as compreensões presentes na literatura investigada se apresentavam de forma fragmentada em termos correlatos, como corpo, beleza e autoestima, o que impedia a concentração de esforços em uma mesma direção, no que tange ao referido debate. A síntese dos estudos encaminhou a compreensão, edificação e apresentação por parte das pesquisadoras de um conceito original de aparência, de natureza biopsicossociocultural:

Conjunto de aspectos físicos, comportamentais, atitudinais, estéticos e simbólicos construídos e externalizados pelos indivíduos ou grupos, compondo sua apresentação pessoal ou coletiva (...) a aparência resulta do contato pessoal e coletivo com diversos contextos e relações socioculturais, historicamente datadas, estabelecidas ou não, ao longo da vida (p. 239).

Do ponto de vista proposto, a aparência é entendida como uma plataforma comunicacional, que serve tanto para expressar mensagens, significados e aspectos identitários, como emoções, crenças, estilos e ideais de beleza. Também reflete papéis e funções sociais, ajustando-se ou desafiando expectativas culturais e sociais que variam conforme o contexto e, inclusive, o clima. Ou seja, a construção da aparência é um processo dinâmico, histórico e influenciado por circunstâncias e agentes diversos, sendo produzida e performada ao longo da vida de acordo com as experiências e modos de envelhecimento de cada indivíduo e grupo social (Yokomizo, Lopes, 2019). Dada a complexidade temática do assunto, as pesquisadoras sugerem, nas considerações finais, que novos estudos devem ser realizados. Traçar um diálogo interdisciplinar e fazer avançar ambas as contribuições das autoras é um dos desafios do presente trabalho.

Nesta direção e ainda no âmbito deste segundo eixo teórico, o conceito de moda será tratado a partir das contribuições de Diana Crane, em especial o livro *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade de roupas* (2006). Nesta obra, a

professora emérita da Universidade da Pennsylvania, Estados Unidos da América, realiza uma vasta e detalhada análise sociológica sobre a moda e o seu papel na construção das identidades e dinâmicas sociais. Compreende a moda como uma linguagem visual, uma forma de comunicação não-verbal, usada para transmitir identidades, valores e status. A autora sugere que os códigos visuais da moda são socialmente construídos e podem ser lidos e interpretados dentro de um contexto social. Explora a ideia de que a moda é cíclica e dinâmica, sujeita e promotora de constantes mudanças, refletindo as transformações culturais e econômicas da sociedade em um determinado tempo histórico.

A autora observa ainda que os ciclos de moda não ocorrem isoladamente, mas influenciam e são influenciados por mudanças nas normas culturais, nas estruturas de poder e nas demandas de consumo. A globalização da moda e a mistura de influências culturais apontam que o intercâmbio global permite a circulação e fusão de estilos de várias culturas, levando a uma moda híbrida e multicultural. A autora alerta, no entanto, para os riscos da apropriação cultural e da perda de autenticidade local (Crane, 2006). Tais preocupações, inspirando a compreensão do contexto das redes sociais digitais de moda, conduziram os questionamentos e as discussões engendradas pela presente entrevista, do ponto de vista das narrativas míticas.

Por fim, o terceiro eixo teórico adotado envolve o debate sobre os ambientes virtuais contemporâneos, iniciando com as contribuições de Santaella (2003). Em especial, destaca-se a reflexão e advertência de que apesar do ciberespaço parecer ser diferente de outras mídias culturais, sua estrutura está igualmente ancorada nos ditames e interesses do capitalismo contemporâneo. Essa lógica alcança a sua constituição, desenvolvimento, programas, natureza virtual e as experiências proporcionadas ao usuário.

O conceito de hipermodernidade, desenvolvido pelo filósofo francês Gilles Lipovetsky, é outra contribuição em destaque neste último eixo teórico, buscando localizar, em termos sociohistóricos, as contribuições até aqui proferidas. O autor

aponta que vivemos na atualidade uma nova fase da modernidade, caracterizada pela aceleração das mudanças sociais, culturais e tecnológicas. A noção de hipermodernidade é descrita como uma extensão da modernidade, onde suas características, como racionalidade, individualismo e a busca pelo progresso, são intensificadas. Esta dinâmica envolve o aumento da incerteza e complexidade nas relações sociais, refletindo uma sociedade em constante transformação. Neste cenário, as redes sociais digitais amplificam a interconexão entre indivíduos, permitindo que as informações sejam compartilhadas em tempo real, o que hiperdimensiona a sensação de urgência e instantaneidade. Esse cenário oferece uma plataforma para a construção das identidades, onde os indivíduos podem apresentar diferentes facetas de si mesmos. A performance constante torna-se um reflexo da busca por reconhecimento e validação social (Lipovetsky, 2004).

O consumo, outro desfecho relevante, se torna uma prática essencial na hipermodernidade, com as redes sociais digitais promovendo uma cultura estética que valoriza a imagem e a aparência. Essa dinâmica influencia as tendências de moda e estilos de vida. Nas redes sociais digitais, por exemplo, a visualidade se torna predominante, e os indivíduos se vêem na necessidade de se expor e de se destacar, levando à criação de uma sociedade do espetáculo, onde a imagem muitas vezes se sobrepõe ao conteúdo. Apesar da diversidade aparente nas redes sociais digitais, há uma tendência à homogeneização das experiências e dos estilos de vida, enquanto o individualismo é simultaneamente exaltado (Lipovetsky, 2004). Assim, esses ambientes comunicacionais podem modificar a forma como os indivíduos se relacionam, promovendo tanto conexões superficiais quanto profundas, dependendo do uso que se faz das plataformas comunitárias.

No livro *O império do efêmero*, por sua vez, Lipovetsky faz uma análise mais focada sobre a moda e suas implicações socioculturais, considerando o contexto histórico e a modernidade. Explora como a moda é uma manifestação essencialmente ligada à modernidade, diferenciando-se das tradições por ser mutável e efêmera.

Discute, ainda, como a moda transcende o vestuário, influenciando comportamentos, pensamentos e valores sociais. Destaca a natureza efêmera da moda, constantemente reinventando tendências e estilos. Essa volatilidade está ligada ao crescente individualismo da sociedade moderna, no qual as pessoas usam a moda para expressar sua singularidade, mesmo que temporariamente. Analisando a relação entre moda e a busca por beleza, associando-a ao narcisismo contemporâneo, o autor sugere que a moda alimenta uma obsessão pela imagem pessoal, valorizando a aparência e a estética como reflexos da identidade (Lipovetsky, 1989). Esses conceitos refletem a visão do autor sobre como a moda, mesmo sendo um fenômeno efêmero, influencia profundamente a estrutura social, a cultura e as individualidades.

Para concluir, ainda neste eixo, observa-se a oportunidade de traçar um diálogo entre as contribuições do filósofo com o debate e a produção do campo da educomunicação (Santos *et al.*, 2020; Pires *et al.*, 2023). Entende-se que ambos exploram como os indivíduos se relacionam com as estruturas culturais para expressar sua identidade e como a sociedade pode mediar essas expressões (Mazzarino, Marques, 2024). Ressalta-se que a educomunicação oferece uma resposta crítica à performance da moda. Sua contribuição está na promoção da mediação consciente e reflexão sobre o consumo e a cultura de massa aos usuários das tecnologias digitais, promovendo processos educativos a partir da comunicação (Ghisleni *et al.*, 2021).

A interface interdisciplinar que os três eixos teóricos aqui delineados organizam congrega esforços no intuito de pensarmos novas problemáticas contemporâneas, como a que interessa aos objetivos da presente entrevista, aqui localizada no complexo campo da comunicação humana. O diálogo com o Prof. Dr. Marcos Ferreira-Santos avança e instiga a buscarmos de forma crítica possíveis caminhos disruptivos destas realidades, preocupações e tensionamentos através da inclusão de um novo elemento analítico, as narrativas míticas.

Inspirado na trajetória teórica, a realização da entrevista utilizou roteiro semiestruturado, composto por três frentes de interesse: 1) Introdução ao tema,

produção e carreira do entrevistado; 2) Aspectos teórico-conceituais; e 3) Moda, educação e aparência no contexto das redes sociais digitais. A entrevista foi transcrita e os dados tratados, analisados e editados no formato aqui apresentado. Nas notas de rodapé são apresentados os detalhes dos aspectos tratados pelo professor, de cunho mais especializado. A entrevista aconteceu em formato presencial, nas dependências da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São paulo (EACH-USP), em 10 de outubro de 2023. Integra os interesses e ações do grupo de ensino, pesquisa e extensão Envelhecimento, Aparência e Significado (EAPS). A entrevistadora, Luana Ferrari dos Santos, está identificada no texto através das iniciais LFS e o entrevistado MFS.

A principal contribuição da entrevista é o convite a pensarmos de forma instrumentalizada a problemática educação informal, moda e construção das aparências no contexto das redes sociais digitais, a partir da perspectiva das narrativas míticas. Certamente, a vasta produção do entrevistado e a sua visão crítica sobre educação informal e os agentes contemporâneos de comunicação poderão inspirar e contribuir nesta direção. Espera-se, por fim, que o presente material sensibilize e promova investigações no campo da comunicação a respeito do papel das redes sociais digitais de moda na contemporaneidade, seus desafios, potenciais, limitações e efeitos. Em particular, que motive a seguirmos investigando a sociedade que criamos, seus valores, mecanismos e quem podemos nos tornar a partir disso como indivíduos e coletividade.

2 ENTREVISTA

LFS: Bom dia, Prof. Marcos. Em meu nome e do grupo EAPS agradeço o aceite em participar desta entrevista.

MFS: Obrigado pelo encontro. Não há como não ficar emocionado com esse tipo de convite, porque é gratificante ver e acompanhar, mesmo à distância,

a trajetória de Luana Ferrari dos Santos. É muito, muito gratificante. Agradeço também a Prof^a. Dr^a. Andrea Lopes, por ter apoiado a ideia e ser a nossa parceria na condução dessa entrevista.

LFS: Início perguntando se o senhor classifica as redes sociais digitais como ambientes contemporâneos educativos por excelência? Comente, por favor.

MFS: Cortaria o “por excelência”, pois temos na contemporaneidade esse problema, a meu ver grave, que é o desenvolvimento agressivo e desordenado dos campos tecnológico e midiático, aqui representado pelas redes sociais digitais. Vamos problematizar a questão. Assisti um documentário sobre o Brasil antigo que retrata as profissões que desapareceram, por exemplo, o entregador de leite, o lanterninha de cinema, o datilógrafo e o acendedor de lampiões. Sinalizava as mudanças e os avanços tecnológicos contemporâneos. Veja, principalmente a partir dos anos 2000 vivenciamos o nascimento do Facebook¹⁶, depois da empresa Meta¹⁷, ampliando o que a Apple¹⁸ e outros gigantes da tecnologia já vinham fazendo desde a segunda metade do século XX. Em um primeiro momento, as redes sociais digitais e a própria internet atuaram de forma muito semelhante às primeiras bibliotecas, ou seja, dispositivos sociais onde tínhamos acesso em um único lugar a muito conhecimento. Inclusive, os bispos da época eram críticos às bibliotecas, pois diziam que concentrar tanto conhecimento, em um lugar só, era perigoso. Ainda assim, as bibliotecas se expandiram, mesmo que muito menos do que gostaríamos.

Bem, voltando. O atual cenário de transformações levou a substituímos as bibliotecas, tal como a conhecíamos e a praticávamos, pela internet e as redes sociais digitais. Um dos desafios que enfrentamos, nesta direção, é manejarmos a imensa solidão coletiva que vem resultando dessas mudanças, ancorada na

¹⁶ Mídia social e rede social virtual lançada em 04 de fevereiro de 2004. Maiores informações disponíveis em: <https://www.facebook.com>. Acesso em 7 abr. 2024.

¹⁷ Empresa de metaverso social, anteriormente denominada Facebook. Maiores informações disponíveis em: <https://about.meta.com/br/>. Acesso em 7 abr. 2024.

¹⁸ Apple Inc. empresa multinacional estadunidense de produtos eletrônicos de consumo, fundada em 01 de abril de 1976. Maiores informações disponíveis em: <https://www.apple.com/br>. Acesso em 7 abr. 2024.

ilusão da conexão que esse tipo de comunicação proporciona. Desenvolveu-se uma crença e sentimento que os seus 5.000 amigos do Facebook são de fato seus amigos. O que as dinâmicas sociais que ocorrem nesses espaços virtuais vêm nos mostrando é que não são necessariamente vínculos de amizade que se formam, não no sentido tradicional do termo. São apenas contatos. No entanto, o desejo permanece. Quando desligamos a maquininha ou deixamos o celular um pouco de lado, sempre voltamos para a mesma solidão insuperável da existência. Nessas lógicas relacionais, tentamos nos comunicar, a minha solidão tenta acariciar a sua solidão e vice-versa, mas elas nunca são eliminadas, porque isso é constitutivo do ser humano. Portanto, o que temos presenciado é essa solidão existencial sendo imposta. Ou ainda pior, sendo mercantilizada. Não é mais uma questão de escolha na sua vida relacionar-se ou não com ela. Nestes termos, a rede toda, enquanto ambiente humano, parece-me extremamente comprometida por conta desta monetização, mercantilização dos dados, que é o que a alimenta, o ciclo das solidões contemporâneas, que ela mesmo negocia. São as chamadas grandes *big techs*¹⁹.

Essa reflexão está alinhada às proposições da pesquisadora Shoshana Zuboff²⁰, quando publica em 2021 o livro *A era do capitalismo de vigilância*²¹, o qual considero indispensável para compreender um pouquinho do capitalismo atual. Nos ambientes virtuais, nós não somos mais mercadoria, nós somos matéria-prima do processamento. Você não é cliente, você não é usuário, você é a matéria-prima que está comunicando dados, perfis, hábitos, costumes, procedimentos que irão alimentar a publicidade voltada a esse grande comércio das *big techs*. Por conseguinte, estando em posse de um grande banco de dados a respeito dos usuários, as empresas vão colocando supostas opções que vão aparecer no seu celular, que vão aparecer no seu computador, que aparecerão quando fizer uma busca que não tem nada a ver com

¹⁹ Como são chamadas as maiores e mais influentes empresas de tecnologia do mundo, as “Grandes Empresas de Tecnologia”, em tradução livre.

²⁰ Professora aposentada de administração de negócios pela Harvard Business School, uma das primeiras mulheres a ser professora titular nesta renomada instituição internacional de ensino superior. Maiores informações em: <https://shoshanazuboff.com/book/>. Acesso em 07 abr. 2024.

²¹ ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância*. Editora Intrínseca, 2021. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/A>. Acesso em 07 abr. 2024.

aquele item e ainda assim aquele item aparece por meio da publicidade. Parece um estado persecutório, disfarçado de coincidência.

Estamos sendo monitorados, fornecendo dados, não só através do computador e do celular, mas pela conexão *bluetooth* de todos os *devices*²², ou seja, dos aparelhos que automatizam o seu cotidiano, como o aspirador de pó, a televisão de *led*, a campainha. Esse é o tipo de comunicação do nosso tempo. Eu diria que existe até o monitoramento do monitoramento, como é o caso de dispositivos de controle de dados. Algo que deveria assegurar a nossa própria segurança, no entanto, alimenta todos esses dispositivos através do fluxo de uma rede virtual que disponibiliza dados pessoais que, por sua vez, findam nas mãos do mercado.

Portanto, é muita ingenuidade achar que podemos controlar isso tudo. Não controlamos. O máximo que podemos fazer é não alimentar a rede primeiro. Algo quase impossível hoje em dia, porque depende-se da internet para tudo: banco, pagamento de boletos, estudar, nos comunicar. Tudo está em e na rede virtual.

É tão perverso que qualquer um que fique isolado do sistema digital está excluído. Olhe como vivemos a solidão dentro e, mais fortemente, fora das redes virtuais. Eu, por exemplo, não tenho Instagram, não tenho Facebook. Já tive, mas tirei tudo. Apaguei todos os meus perfis. A única coisa que eu mantenho ainda é o e-mail e o canal do Youtube para alguns vídeos. Esta última é uma via de comunicação que surgiu para mim no contexto da pandemia e que alimento de vez em quando com alguma palestra, por exemplo. Mas das redes sociais digitais nada, necas, e tudo aquilo que chega através de buscas no Google ou no Youtube não vejo absolutamente nada do que é sugerido. Faço a minha busca para ver aquilo exatamente que estou procurando. Isto por compreender que na medida em que assistimos ao acessar algum *link* que foi sugerido, estamos alimentando de novo a máquina e assim sucessivamente. Ou seja, como eu mencionei antes, nos tornamos matéria-prima, enclausurados, não agentes consumidores.

²² Palavra da língua inglesa que significa “dispositivo”, utilizada na língua portuguesa para se referir aos diversos aparelhos eletrônicos presentes na cultura digital.

Os algoritmos se retroalimentam, somado à inteligência artificial, como diz o Yuval Harari²³, historiador israelense, o qual gosto muito. O nosso futuro está muito sombrio, porque não sabemos se vamos continuar habitando o planeta ou ainda em que circunstâncias iremos habitá-lo. Na medida em que já somos a matéria prima dessa engenharia virtual, grande parte dos empregos nesta lógica tenderão a desaparecer. Enfim, sob minha perspectiva, esse é o panorama contemporâneo a respeito das redes sociais digitais e correlatos, seus desafios e efeitos, como um todo.

LFS: Professor, podemos aplicar esse raciocínio às redes sociais digitais de moda?

MFS: No que se refere mais especificamente às redes sociais digitais de moda e possíveis processos educativos entendo que quando se cria um perfil e público-alvo, que passa a ser atingido pelos algoritmos por conta da mecânica dos *likes*, das curtidas, observa-se as movimentações dos usuários. Isto é, por exemplo, o que presenciamos na plataforma Instagram. Compreendo essa dinâmica como sendo a rede cercando. Tenho algumas reservas quanto a possibilidade de concebermos essas práticas como processos educativos, especialmente quanto ao que se refere à autonomia de quem está vendo o *post* ou consultando esse conteúdo imagético e textual. Parece-me que essa autonomia, caso não seja intencional por parte do usuário, resvalamos de algo que poderia ser formativo nessa perspectiva da autoformação proporcionada pela vida em comunidade, parece ser mais uma fagocitação do mercado. Ambiente instalado dentro da lógica empresarial e da indústria da alta costura. A roupa é uma segunda pele. Está intimamente ligada à identidade. Do meu ponto de vista, ela traduz a identidade, a atitude e o modo de ser no mundo. Ela comunica. Por isso, a rigor, não nos enquadraríamos no modelo de produção em massa para o vestuário. No entanto, essa tensão não é o que as redes sociais digitais de moda propõem e alimentam?

²³ Professor, historiador e filósofo, autor dos livros 'Sapiens' e 'Homo Deus'. HARARI, Yuval Noah. Sapiens: História breve da humanidade. Elsinore, 2013. HARARI, Yuval Noah. Homo Deus: uma breve história do amanhã. Editora Companhia das Letras, 2016. Disponíveis em: <https://www.ynharari.com/pt-br/>. Acesso em 07 abr. 2024.

Vamos ilustrar essa reflexão teórica com um caso histórico. A Marcha do Sal²⁴, que teve como símbolo a ratima²⁵ e a roda de fiar, incentivou que todos nas aldeias, nas comunidades, fizessem as suas próprias roupas. O intuito era boicotar o imperialismo colonialista da Inglaterra em torno da exportação de tecido para o país asiático, que fornecia a matéria-prima, fruto da revolução industrial inglesa. Foi uma marcha decisiva para a independência da Índia. Isto porque o fato de costurar a própria roupa, a partir da tecelagem do fio, fez com que eles tivessem autonomia e não mais vendessem a mão-de-obra e a matéria-prima, para depois comprar os produtos manufaturados, neste esquema metrópole-colônia. Foram várias marchas e muitas articulações políticas. Uma das negociações que Gandhi²⁶ organizou ao ir para a Inglaterra foi conversar com os sindicatos das trabalhadoras da indústria têxtil apontando a necessidade de união das categorias para alcançar a independência do seu país, o que gerou o apoio dos trabalhadores e dos próprios britânicos, em geral.

Os esforços de Gandhi, bem como os símbolos utilizados nestas dinâmicas de exploração e resistência, ilustram aqui, a meu ver, a problematização e a relação crítica que quero estabelecer entre redes sociais digitais de moda e educação. Essa segunda pele, que deve tratar-se da expressão daquilo que você é, não deve se moldar ao que está disponível, ou seja, às opções arquitetadas por algoritmos, que visam, antes de tudo, tornar quem você é em matéria-prima para o lucro de determinados grupos.

LFS: Professor, no âmbito da cultura de comunicação digital contemporânea, devemos então ter parcimônia na compreensão das redes sociais digitais de moda como espaços de educação informal em termos de construção sociocultural das aparências?

MFS: Quando temos uma busca livre e autônoma, todos são fontes. A exemplo das revistas antigas, no ambiente digital, incluindo sites, Instagram, Facebook, tudo

²⁴ A Marcha do Sal foi um ato de desobediência civil promovido por Gandhi, em 1930. Considera-se historicamente um dos momentos mais importantes da sua longa campanha destinada a mobilizar a Índia contra o domínio colonial britânico. Sugere-se: ALVES, Rubem Azevedo. Gandhi política dos gestos poéticos. Ftd, 1990. Disponível em: <https://www.ava-edu.net/biblioteca/wp-content/uploads/2020/09/Rubem-Alves-Gandhi-Politica-dos-gestos-poeticos.pdf>. Acesso em 12 jun 2024.

²⁵ Tecido felpudo de lã. Do francês ratine.

²⁶ Mohandas Karamchand Gandhi (1869-1948), indiano conhecido como Mahatma Gandhi, foi um advogado anticolonialista e especialista em ética política. Sugere-se: ALVES, Rubem Azevedo. Gandhi política dos gestos poéticos. Ftd, 1990. Disponível em: <https://www.ava-edu.net/biblioteca/wp-content/uploads/2020/09/Rubem-Alves-Gandhi-Politica-dos-gestos-poeticos.pdf>. Acesso em 12 jun. 2024.

é possível de pesquisar e acessar visando tomar uma decisão. Agora, quando se é refém disso, penso que a possibilidade educativa passa a ser muito complexa, ao menos dentro do que entendo por educação crítica e emancipadora. A autoformação nestes espaços dependerá muito do modo como a comunicação e a informação estão disponibilizadas, como se comenta, como se coloca em termos sociais. Portanto, dentro desse ambiente eu posso fazer as minhas escolhas. Quando estou refém da rede e encaro aquilo como uma tendência, temos muito a questionar o que é processo educativo e o que é processo impositivo. A tendência é de quem? A tendência é para quem?

Por isso, tenho muitas reservas ainda sobre o conceito de educação informal, na medida em que, a educação escolarizada (formal e impositiva) é hoje hegemônica e, por isso, o processo massivo da escolarização; mas esta é, ao mesmo tempo, a forma mais recente na história da humanidade, já que, a rigor, nasce junto com a universidade no século 12, ao contrário de 35.000 anos de história do *sapiens* como processo de iniciação (autoformação). Poderíamos tratar, então, de “educação” e “educação escolarizada”. Mas, esta é minha posição histórica nestes anos de militância étnica e de arte-educação.

As classes menos abastadas economicamente não têm posses, nunca tiveram. Sempre dependeram de roupa emprestada dos primos mais velhos, as quais eram usadas ainda por quatro, cinco anos até tornarem-se puídas. Nas tendências não, não se pode esperar cinco anos, a próxima estação ou mesmo o ritmo da própria estação que estamos passando. Embora hoje seja muito complicado, vejo que hoje primavera, verão, outono e inverno já não são mais referência. Dentro da própria estação temos a troca de coleção. Portanto, temos um público específico que passa a ser produzido para esse consumo. A tendência vai dizer que aquilo que você comprou já não é mais o que está na moda, na tendência. O que tínhamos já ficou desatualizado e você precisa se atualizar, às vezes, mesmo que não queira. Porque estando bem sintonizado com as tendências na construção do que se cultua como sendo uma boa aparência abre-se

oportunidade não apenas para vestir-se, mas especialmente para galgar *status* social, seja profissional, seja no seu próprio meio. Assim, nessa esfera relacional que comunica como ser e se portar, a aparência funciona como um marcador social, principalmente quando você fica refém dessa lógica.

Para nós, pessoas negras, há ainda os embates em relação à estética negra e afrodiáspórica²⁷, que é mais colorida e alegre, em relação aos tons pastéis e eurocêntricos. Uma colega do Senegal vivendo no Brasil passou a usar camiseta e calça jeans depois que se sentiu pressionada socialmente ao usar as roupas senegalesas. Eram olhos que a olhavam de atravessado acompanhados de comentários regados a racismo recreativo²⁸. Ela ficou tão incomodada que acabou deixando de usar as suas roupas para se enquadrar na estética daqui. Eu, em contrapartida, ainda que sob os mesmos tipos de comentários maliciosos, mantenho minha roupa como penso e acredito, mantendo o sentido do que intitulei como segunda pele. A dificuldade é ser inofensivo, porque na medida em que aceitamos ofensa, imediatamente começamos a desenvolver mecanismos de raiva, de vingança, de inferioridade. Muitas vezes damos esses sinais²⁹.

Portanto, considero ser difícil bater o martelo de uma maneira assertiva: sim, o espaço das redes sociais digitais de moda é um espaço educativo na construção das aparências na contemporaneidade. Diria que pode ser um espaço educativo na medida em que ele conceba a autonomia de quem utiliza o espaço, seja o Instagram ou qualquer outro espaço virtual de comunicação. Se a lógica for absolutamente comercial, da imersão nas dinâmicas dos algoritmos que alimentam o sistema mercantilista, eu diria que não. Ele não é mais educativo. Ele é o publicitário.

²⁷ Refere-se ao código e símbolo cultural que se expandiu no mundo por meio da diáspora, ou seja, através da migração forçada dos povos africanos como escravos. Sugere-se consultar: MILES, Tshombe. Abdias Nascimento e a tradição intelectual afrodiáspórica: no combate ao racismo. 2017. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/27901/1/2017_art_tmiles.pdf. Acesso em 12 jun. 2024.

²⁸ Recorrente em inúmeros ambientes, o racismo recreativo pode ser definido como uma ofensa de cunho racial disfarçada de piada. Essa atitude costuma diminuir pessoas negras, asiáticas e indígenas ou de outros grupos racializados, fazendo com que se sintam diminuídas pelas características que marcam sua etnia ou raça. Maiores informações em: <https://www.gov.br/lnc/pt-br/centrais-de-conteudo/campanhas-de-conscientizacao/mes-da-consciencia-negra/racismo-recreativo>. Acesso em 10 jun. 2024.

²⁹ Sugere-se consultar: Caio, Yokomizo e Lopes (2019). Envelhecimento e aparência: a experiência de indianos imigrantes da cidade de São Paulo, Brasil. Revista Kairós-Gerontologia, 22, número especial 26, Temático: "Envelhecimento e Aparência", p. 101-125. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/2176-901X.2019v22iEspecial26p101-125/30554>. Acesso em 10 jun. 2024.

LFS: Professor, como podemos então nos relacionar com o poder da comunicação criado nestes ambientes digitais de moda, dada a sua complexidade e variedade de agentes e interesses envolvidos?

MFS: Me parece que a problemática que temos posta é: não podemos esquecer que estamos falando de um instrumento que está dentro do capital e que usa a lógica do capital. Portanto, não podemos simplesmente ter a inocência de acreditar que aquele ambiente é um ambiente que está apenas nos propiciando oportunidades educativas. Por um lado, pode sim ser esse espaço que propicia a educação, mas muito provavelmente não está só fazendo isso. Inclusive, talvez o foco principal não seja nem a educação e sim a publicidade, a propaganda, a venda de mercadorias. Trata-se de uma comunicação mediada por todos esses elementos de poder.

A revista *Manequim*³⁰, por exemplo, a qual eu lia quando adolescente de quinze, dezesseis anos, trazia fascículo com alguns modelos exibindo roupas, como vestidos, macacão, bata. Nada muito elaborado, mas tinha lá os modelos. Junto com os modelos vinham moldes, com as medidas, tracejado e tal. O que acontece quando nos deparamos com um modelo que desperta interesse e que tem um molde? Vamos fazer! Cortar o tecido, aproveitar o molde, recortar, costurar. Se não deu certo, ajusta aqui, ajeita ali. Isso é autoformativo: você está fazendo, produzindo algo. Acredito que nem era a intenção primeira da revista, mas sempre nos era ofertado um molde que usávamos como base para criar. Lembro também que na época ainda existiam, era muito frequente, cursos de corte e costura. Criava-se até para comercializar. No entanto, mesmo assim, havia esse efeito educativo. Era uma comunicação midiática autoformativa, elemento social muito importante para pensarmos educação informal. Eu acabei aprendendo a desenhar um pouco mais por conta desses fascículos de corte e costura. Agora, indago-me: nos perfis de moda do Instagram tem moldes para a prática do fazer? Tem dicas de onde

³⁰ Revista feminina especializada em moda e costura, com moldes que convidam seus leitores a experimentação prática do corte e costura. Para maiores informações: <https://www.escala.com.br/revistas/manequim>. Acesso em 30 mai. 2024.

comprar os tecidos? Ou há só opções da grife que vendem os modelos já prontos e produzidos massivamente? Considero que essas são questões distintivas que também precisamos nos perguntar.

Outro exemplo muito claro nesta direção envolve o que vivemos recentemente, como grupo humano: a pandemia por Covid-19 e o isolamento social. A vida presencial ficou suspensa. Em 2020 e 2021 eu não fiz mais nada de peças de vestuário. No período de isolamento social ficamos sem essas condições: ir à loja, comprar tecido ou ir atrás de linha, agulha. Nos restou apenas a alternativa de compra pela internet, a qual considero ter também gerado complicações que temos que refletir.

LFS: O senhor acredita que o período pandêmico impulsionou a centralidade das redes sociais digitais de moda em nossas vidas, especialmente em termos da construção da aparência no âmbito do isolamento social?

A sensação do conforto de escolher dentre 200 milhões de blogueiros, influenciadores, lojas online (...) pagar e depois de dois, três dias receber a coisa pronta. Tudo isso aconteceu de forma intensa e nos fez observar o fato de que o consumo ficou muito mais fácil, instantâneo. No contexto do isolamento social não tínhamos como sair para fazer compras dos itens básicos aos mais específicos. Portanto, a facilidade da compra *online*, em casa, durante a pandemia, amplificou a relevância do virtual e das redes sociais digitais. Esses meios, em particular, se fortaleceram porque valem-se de uma conotação não diretamente publicitária, mas de comunicação, estabelecimento de rede de amigos, de parcerias, algo como: “nós ajudamos vocês a enfrentar com beleza o seu dia a dia, o confinamento”.

Dado a facilidade de acesso à internet, cresceram as muitas empresas de compra e venda *online*, quando ponderamos sobre o publicitar, compreendo que do ponto de vista empresarial deva ser preciso manter a marca na mente das pessoas o maior tempo possível. Como é que se pode fazer isso? Na medida em que temos aquela marca como amigo, um perfil amigo. Não é mais o site comercial, com anúncios publicitários

diretos, não. Transveste-se a publicidade como se fosse uma relação de amizade, companheirismo, uma ação horizontal: “olha só que lindo isso aqui, amigo”; “imagine você como é que isso ia ficar, amiga”. Principalmente os *posts*, os comentários, acabam estimulando uma determinada atitude, comunicam um certo senso de pertencimento identitário. É o momento no qual aquele modelito que todo mundo adorou entra no *ranking* que tratei anteriormente. A tendência dessa realidade é a compra em massa do modelito que é *top* daquelas últimas 48 horas, porque depois vai mudar.

LFS: Podemos considerar, portanto, que a comunicação digital de moda pode exercer um papel formativo, desde que proporcione aos usuários experiências de liberdade identitária, no que se refere à construção das aparências, a construção de si e dos grupos aos quais pertencemos?

MFS: Se agirem a exemplo de Pirenópolis, cidade do Estado de Goiás, eu diria que sim. Vou te responder com fatos, experiências que considero exemplares. Conhece a experiência educativa de Pirenópolis? É uma das várias experiências de escolas comunitárias³¹ que amo de paixão. Trata-se de um grupo de costureiras que fizeram uma cooperativa. No início dos trabalhos elas esbarram no seguinte problema: quem ficaria com as crianças enquanto estavam costurando. Considerando que eram as responsáveis integrais pela renda da casa ou que almejavam contribuir com o aumento da renda, não havia como pagar alguém para ficar com as crianças. Então, elas criaram um sistema muito anárquico de autogestão do ponto de vista da prática.

Se organizaram e decidiram revezar: enquanto umas costuravam, outras cuidavam das crianças, depois trocavam. A coisa deu tão certo, que isso acabou sendo o modelo da escola comunitária e a própria atividade de costura ficou em segundo plano. As experiências começaram a ser tão ricas que começou a vir gente

de fora, por exemplo, para apresentar o Teatro Mambembe³². Um pouco na linha da

³¹ Escolas que surgem a partir de grupos de comunidades, constituída por pessoas físicas e/ou uma ou mais pessoas jurídicas. Maiores informações em: <https://www.camara.leg.br/noticias/1017053-projeto-institui-marco-legal-para-instituicoes-comunitarias-de-educacao-basica>. Acesso em 29 mai. 2024.

³² O grupo surgiu em 1975, inicialmente ligado ao Projeto Mambembe do Sesc. De 1977 até o fim de suas atividades, em 1985, seguiu de maneira independente. O objetivo do grupo era a criação teatral a partir de elementos da comédia de costumes e do circo-teatro, em palcos armados em praças públicas da cidade de São Paulo e do interior do Estado. Maiores informações em: <https://memoriasdaditadura.org.br/cultura/grupo-de-teatro-mambembe/>. Acesso em 30 mai. 2024.

pedagogia griô³³: vem gente mais velha contar suas histórias, não tem sala de aula, é um pátio grande embaixo de uma árvore. Isso é educação comunitária. Foi o que elas começaram a fazer também. Assim, até outras crianças vieram para frequentar a escola das costureiras de Pirenópolis.

A mesma coisa acontece, por exemplo, com os Ashaninka³⁴ no Acre. Eles estão conseguindo verba internacional para financiar o projeto intitulado “A gente luta, mas come fruta”³⁵. A proposta é o plantio/replanteio de árvores frutíferas da região na aldeia para trazer de novo os pássaros e os animais silvestres, isto porque tanto as frutas como os animais silvestres estão escasseando. Eles compreendem a necessidade do plantio para poderem manter o ecossistema. Enquanto as sementes estão crescendo, fazem artesanato, cestos, roupas, chapéu, flautas. No site da associação tem um *link* para a loja no qual pode-se comprar essas mercadorias, sendo esta uma forma de colaborar com o projeto. Perceba, não é a venda da mercadoria, mas é o que se faz com essa venda. Fortalece uma cooperativa, fortalece uma aldeia indígena, fortalece o grupo de artesãos, fortalece o coletivo e a comunidade. Fortalece o ecossistema. Todos ganham de forma colaborativa, não predatória.

Um terceiro exemplo, agora internacional, fica na cordilheira dos Andes. Na região existem vários *ayllus*, que em português chamamos de comunidade. Eles entram na internet e criam blogs, porque entendem essa forma de comunicação como *chakana*. Ou seja, o espaço digital é visto como uma *chakana*³⁶ na medida que representa essa ponte entre lugares distintos, uma ponte entre lugares diferentes. Neste tipo de organização social não há monetização da vida. Assim, as atividades digitais de comunicação estão subordinadas à promoção de um objetivo e bem maior, que é o movimento indígena, a cooperativa, o povoado, as pessoas.

³³ É uma pedagogia da vivência afetiva e cultural que facilita o diálogo entre as idades, entre a escola e a comunidade, entre grupos étnico-raciais, interagindo saberes ancestrais de tradição oral e as ciências formais para a elaboração do conhecimento. Essa abordagem de aprendizado é um projeto de vida que tem como foco o fortalecimento da identidade e a celebração da vida. Os conceitos que estão sendo construídos na Pedagogia Griô se inspiram na tradição oral e se complementam pela educação biocêntrica, a educação para as relações étnico-raciais positivas, a arte educação e a educação dialógica (Pacheco, 2006).

³⁴ Campas ou Ashaninkas é um povo indígena também denominado Kampa ou Campa, Ande ou Anti, Chuncho, Pilcozone, Tamba ou Campari. Se autodenominam Ashenika. Vivem no Peru, na Bolívia e no Estado do Acre, no Brasil (Pimenta, 2005).

³⁵ Maiores informações em: https://www.youtube.com/watch?v=Bw8uNuo3_qE. Acesso em 30 mai 2024.

³⁶ Chakana é popularmente conhecido como Cruz Andina. Uma cruz com quatro pontas e um círculo no meio. Simboliza uma ponte entre as direções, em termos temporais e espaciais.

Quando há um objetivo maior e mais abrangente, no qual faz-se o uso do instrumento virtual como caminho, voltamos para aquela inquietação em pensar a educação fora da escola tradicional, como no âmbito das redes sociais digitais, por exemplo. Deve-se pensar na utilização de meios virtuais que valorizem recursos próprios para gerar desenvolvimento e inclusão, mesmo que seja só para compartilhar conhecimento aliado a um objetivo maior, que não apenas o lucro de poucos. No entanto, quando temos uma dinâmica em que a venda do produto está ligada ao faturamento empresarial e não humano, em si, mesmo que travestido de amigo da sua rede social digital, o que interessa é emitir uma mensagem para vender aquele ativo e ter como resposta o consumo, muitas vezes, alienado de si e do ato em si. Nesta direção, ditar a tendência do que está na moda, por sua vez, acaba alimentando as lojas e as marcas, que vão vender aquele produto para públicos predeterminados.

LFS: Professor, perante suas preocupações e indagações em torno dos conflitos e das tensões a respeito do papel formativo das redes sociais digitais de moda, podemos considerar esses contextos relacionais e comunicacionais como espaço de produção de mitologias contemporâneas das aparências?

MFS: Sim, é possível fazermos algumas correlações, mas não afirmar de forma categórica. Parto do contexto mais ocidental do mundo, porque compreendo que estamos em um nível agravado de pasteurização da moda e do vestuário no ocidente. Isso não apenas do ponto de vista do cotidiano, como também do uso das roupas, que nitidamente, para muitos, não cai bem. Vemos que pessoas parecem não caber no que vestem. Dizia-se antigamente que “o paletó era maior que o defunto”, porque ficam faltando coisas, sobrepondo coisas. Isto porque não fazemos mais o uso do sob medida. Sob medida não é uma frescura. Se é a sua segunda pele³⁷, tem que ser feito

³⁷ Friedensreich Hundertwasser [nascido Friedrich Stowasser, 1928-2000], arquiteto, artista e ativista ecológico, elaborou a teoria das cinco peles: a epiderme natural, o vestuário, a moradia, a identidade social e o mundo. Funcionam como nossa forma primeira de contato com o meio exterior e também nossa proteção. Nesse sentido, o vestuário é expressão da pessoa e sua forma de afirmação no mundo. Daí decorre que os três perigos para a segunda pele (vestuário) são a uniformidade, a simetria e a tirania da moda. Veja-se em especial: HUNDERTWASSER (2013). Your window right – Your tree duty (“O Teu Direito de Janela – O Teu Dever de Árvore”). The Hundertwasser non-profit Foundation, 1972. Manifesto disponível em: <<http://bit.ly/2fzYELf>> RESTANY, Pierre (1999). O Poder da Arte Hundertwasser – O Pintor-rei das Cinco Peles. Koln: Taschen.

para o seu corpo, não pode ser massificado. No entanto, na medida que temos uma indústria e comunicação altamente massificadas seguimos na contramão disso.

Lembrei-me daquela propaganda antiga da US Top³⁸, marca de jeans da antiga empresa Alpargatas. A mensagem publicitária tinha uma baladinha *rock'n'roll* rural, algo como: “liberdade é uma calça velha azul e desbotada que você pode usar do jeito que quiser, não usa quem quer, USTop, seu jeito de viver”³⁹. Observe, aquele tipo de estratégia de comunicação dizia que todo mundo poderia ter o seu jeito de viver, com o jeans que era exatamente o mesmo para todos. É complicado pensar em uma peça velha, azul e desbotada, que seria essa calça depois de muito usada, quando temos que comprá-la nova. Veja, todos iguais, exercendo a liberdade de ser um igual a outros milhões, que é o paradigma. Vamos além, vamos sair dos produtos popularizados: eu tenho o meu Rolex⁴⁰ personalizado, um acessório de luxo, igual a 500 outros mil Rolex que estão no mundo. Não é contraditório do ponto de vista da pessoa? Apenas mais um exemplo de como no mundo ocidental os apetrechos cotidianos, a roupa cotidiana, a moda cotidiana, estão absolutamente massificadas. As formas de comunicar essas lógicas igualmente funcionam assim. Portanto, como as aparências vem sendo educadas? Por meio de uma mítica mercadológica?

Fora do ocidente temos uma interface entre a roupa tradicional oriental em diálogos com o ocidente, o que me parece bastante interessante. Percebe-se esta dinâmica, por exemplo, em algumas capitais como Pequim, na China, de uma certa maneira também em Tóquio, no Japão, ou ainda na Tailândia. São soluções em que se soma à roupa tradicional um toque ocidental. Temos nesta segunda pele, seja ela tradicional ou dialogando com o ocidente de uma certa maneira, a transcrição daquilo que você é, por você mesmo. Movimento que traz consigo também as marcas míticas do ser, seja pensando em termos históricos, tradicionais, ou no gesto que a roupa nos possibilita expressar. Julgo este ser um diálogo interessante.

³⁸ Marca brasileira de jeans conhecida no mercado como “o primeiro jeans originalmente brasileiro”. Maiores informações disponíveis em: <https://www.useustop.com.br/>. Acesso em 09 abr. 2024.

³⁹ Propaganda comercial disponível em: <http://www.drzem.com.br/2009/06/us-top-propaganda-que-marcou-epoca.html>. Acesso em 9 abr. 2024.

⁴⁰ Empresa de relógios suíços. Maiores informações em: <https://www.rolex.com/pt-br>. Acesso em 30 mai. 2024.

Era essa a autonomia criativa que eu buscava praticar comigo mesmo há algumas décadas, ao priorizar a minha medida e acrescentar algo novo na elaboração das minhas peças de vestuário, que eu mesmo produzia desde adolescente. Não queria compactuar com a publicidade e o mercado ostentando em minha roupa uma etiqueta, marca ou grife. Por isso, a ligação com uma estética étnica. Posso citar alguns exemplos que eu mesmo produzi e vesti ao longo da vida (Painel 1): *khadi* com linho *flamme* – túnica indiana comprida com gola mandarim; *sherwani* – túnica indiana comprida com gola mandarim fechada com poli viscose ou lã fria; *kurta* – túnica indiana comprida sem colarinho; mesclada com o estilo de *boubou* (roupa cotidiana) – túnica senegalesa sem gola bastante difundida na África, com algodão estampado senegalês e outras com viscose; *salwar* – calça larga indiana justa apenas no tornozelo com jacquard; e, *yifu* (vestimenta em mandarim) túnica curta com colarinho mandarim geralmente em seda. Veja quantas formas autorais de comunicar quem somos. A diversidade humana em seu etnopluralismo é a nossa maior riqueza.

Então, porque estamos sendo massificados, não temos mitos⁴¹ novos, posto que oportunidades emancipatórias nestes contextos não existem. Os mitos são os mesmos desde o início da espécie, se não antes. O que temos são roupagens novas dessas narrativas míticas. Portanto, o monstro da caverna hoje é, por exemplo, a inteligência artificial, a versão mais recente do Frankenstein⁴². Um exemplo foi a conferência na Organização das Nações Unidas (ONU) com entrevista a oito robôs, humanoides⁴³. Considero assustador já estarmos nesse ponto de evolução tecnológica das formas de comunicação, com vistas ao além.

⁴¹ O mito é uma forma de conhecimento. Remonta aos primórdios da humanidade, constitui-se por meio de uma narrativa simbólica e aparece como a primeira formulação da experiência de existir no mundo. Se caracteriza por ser uma narrativa dinâmica de símbolos e imagens ancestrais que fazem a tríplice articulação entre a arqueomemória, o presente vivido e as possibilidades do devir (Ferreira-Santos, 2012).

⁴² Frankenstein ou o Prometeu Moderno, mais conhecido simplesmente por Frankenstein, é um romance de terror gótico com inspirações do movimento romântico, de autoria de Mary Shelley, escritora britânica nascida em Londres. É considerada a primeira obra de ficção científica da história (Fauza, 2008).

⁴³ Reportagem do jornal O Globo destaca a notícia, disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2023/07/07/robos-afirmam-durante-conferencia-da-onu-que-poderao-dirigir-o-mundo-melhor-que-humanos.ghtml>. Acesso em 07 abr. 2024.

Painel 1 - Conjunto de imagens das produções autorais de vestuário realizadas e utilizadas pelo entrevistado ao longo da vida.

(Continua)



primeiras incursões com calça em tricoline que fiz com abotoadora de pala transpassada em cinza gelo, 1974 (aos onze anos)

khadi - túnica indiana comprida com gola mandarim fechada (para ocasiões especiais, casamentos) em poli viscose bege, e sherwani - abrigo em poli viscose verde escuro, conferência na UFF/RJ, 2012.

khadi (algodão) - túnica indiana comprida com gola mandarim - faz menção a Mahatma Gandhi - fiz com linho flamme: em sala de aula na licenciatura, usp, 1999.

interpretando flauta indiana bansuri, usando túnica chinesa em seda branca denominada "yifu" (em mandarim: "vestimenta"), em minha casa na serra da cuesta, na gravação de aulas, 2020

fotos do acervo pessoal do entrevistado, marcos ferreira-santos, cedidos para a entrevista
• todas as vestimentas foram criadas e confeccionadas pelo entrevistado

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

Painel 1 - Conjunto de imagens das produções autorais de vestuário realizadas e utilizadas pelo entrevistado ao longo da vida.

(Continua)



khadi (em viscose) – túnica indiana comprida com gola mandarim em sala de aula, universitat ramón llull, barcelona, 2005



com khadi de mangas compridas em linho flamme cor rosa vaishnava, Cuenca (Ecuador), 2017.



kurta – túnica indiana comprida sem colarinho; mesclada com o estilo de boubou (roupa cotidiana) – túnica senegalesa sem gola bastante difundida na África – fiz com algodão estampado senegalês e outras com viscose. Aqui também com calça em tricolore com barra italiana, projeto Trecho 2.8 (fotografia com moradores de rua e luta anti-manicomial), são paulo, 2019



Debate na Folha de São Paulo com boubou senegalês, 2018



com boubou verde, sarau lab_arte interpretando alaúde egípcio, 2017.



kurta em viscose indiana floral e calça salwar em jacquard de padrão persa, interpretando a flauta toyo (boliviana), tatui/sp, gravação de aula, 2019.

fotos do acervo pessoal do entrevistado, *marcos ferreira-santos*, cedidos para a entrevista
• todas as vestimentas foram criadas e confeccionadas pelo entrevistado

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

Painel 1 - Conjunto de imagens das produções autorais de vestuário realizadas e utilizadas pelo entrevistado ao longo da vida.

(Continua)

com boubou com composição de tecidos senegaleses, em minha casa, serra da cuesta, gravação de aula, 2018.

boubou com padrões senegaleses tradicionais, em minha casa, serra da cuesta, gravação de aula, 2016

boubou senegalês, sherwani – túnica indiana comprida com gola mandarin fechada em lã fria; e salwar – calça larga indiana justa apenas no tornozelo em jacquard. Botucatu, 2020 (a bolsa em jacquard em estilo de Mianmar foi feita por minha esposa. Grazielle Ferreira)

kurta/boubou em viscose indiana, com calça salwar em algodão listrado paraibano, tocando quenacho (flauta boliviana), sarau no capão redondo, 2017.

kurta em tecido senegalês, ao lado da compositora e cantora Ana Maria Carvalho (morro do querosene), irmã de Tião Carvalho, no ateliê de Sirlene Giannotti, 2019.

fotos do acervo pessoal do entrevistado, *marcos ferreira-santos*, cedidos para a entrevista
• todas as vestimentas foram criadas e confeccionadas pelo entrevistado

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

Painel 1 - Conjunto de imagens das produções autorais de vestuário realizadas e utilizadas pelo entrevistado ao longo da vida.

(Conclusão)



boubou curto, interpretando viola caipira ao lado de um de meus bonsai, minha casa, serra da cuesta, gravação de aula, 2021.



kurta indiano composto com boubou em tecido senegalês de padrão alusivo a shangô, interpretando a flauta pinkullo ecuatoriana e chocalho kashinawá (Huni Kuin) de sementes de ocaqui, encontro de supervisores de ensino (APASE), campos do jordão, 2018.



Como folclorista latinoamericano também enveredei pelos ponchos, principalmente, em apresentações de "palestras-musicais".
Conversa-musical no Teatro Martins Penna (Penha), 1984
O tecido que recobre a mesa de instrumentos musicais fui eu que fiz também com as pinturas pré-incaicas sobre algodão cru branco.
Aqui começou a minha influência recebida de Ariano Suassuna [1927-2014], na sua concepção de "aula-espetáculo", professor-artista, etc...



Ao lado do amigo Aquiles Yañez, diretor de pesquisas, Talca, sul do Chile, região mapuche, com poncho de lã de alpaca, 2017.



Tudo isso sempre aliado às minhas intervenções junto à Terceira Idade, com o curso "Música & Memória" (2000 a 2019) - última edição em 2019, sede da APASE, praça da república.



com o mesmo poncho ecuatoriano negro em lã de alpaca, fotos de divulgação de meu primeiro LP, 1979.

fotos do acervo pessoal do entrevistado, marcos ferreira-santos, cedidas para a entrevista
• todas as vestimentas foram criadas e confeccionadas pelo entrevistado

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

Existem atualizações, mas o *métier*, o contexto, continua sendo o mesmo: a tentativa de criar vida a partir da matéria, que é uma dádiva sagrada a qual o humano quer reproduzir mesmo não entendendo o sagrado, querendo ser mais do que o sagrado. Isso é mítico e acontece desde Prometeu⁴⁴, é a mesma ideia que vai ser disseminada. Nessa linha, eu diria que temos uma moda prometeica, por exemplo, meio Frankenstein, meio combativa, uma mescla de camuflagem de exército com peças de couro. Aquela coisa animosa que causa uma certa repulsa no início, mas que também suscita um certo fascínio; porque toda farda também exerce um certo fascínio. São roupas, no geral, que vão se aproximando muito do uniforme, tanto no sentido da homogeneização, como no sentido militar do afrontamento, da virilidade ou ainda da sexualidade fatal.

Poderíamos localizar narrativas míticas que se traduzem em um vestuário também na moda mais mística, mais introvertida. Como exemplo cito a figura de Ariadne⁴⁵, o labirinto do Minotauro⁴⁶, as vivências de Afrodite⁴⁷ ou, ainda, o mito de Perséfone⁴⁸, que desce ao mundo inferior por ter sido raptada por Hades⁴⁹ e, então, faz-se inverno. É feito um acordo com a mãe de Perséfone, que é Ceres⁵⁰ ou Deméter⁵¹, no qual Perséfone ficaria os seis meses do outono e inverno no mundo inferior e os

⁴⁴ Divindade do fogo na mitologia grega. Segundo o mito, ele era um titã que, por roubar o fogo dos deuses e entregá-lo à humanidade, foi severamente castigado por Zeus (Pellizer, 2007).

⁴⁵ Ariadne, na mitologia grega, é a princesa de Creta, filha do rei Minos e da rainha Parsífae. Conhecida por ter se apaixonado pelo herói Teseu e ser esposa do deus Dioniso. Ariadne é descrita como "a loira Ariadne" por Hesíodo na Teogonia (Pellizer, 2007).

⁴⁶ O Minotauro é um personagem da mitologia grega cuja representação mais tradicional entre os gregos antigos era uma criatura com a cabeça de um touro sobre o corpo de um homem. O autor romano Ovídio descreveu-o simplesmente como "parte homem e parte touro". Habitava no centro de um Labirinto, uma elaborada construção erguida para o rei Minos de Creta, e projetada pelo arquiteto Dédalo e seu filho, Ícaro especificamente para abrigar a criatura (Pellizer, 2007).

⁴⁷ Afrodite é a deusa do amor, da beleza e da sexualidade na antiga religião grega. Responsável pela perpetuação da vida, prazer e alegria. Historicamente, seu culto na Grécia Antiga foi importado da Ásia, influenciado pelo culto de Astarte, na Fenícia, e de sua cognata, da deusa Ishtar dos acádios. Ambas eram deusas do amor, e seus atributos e rituais foram incorporados no culto grego a Afrodite. Na era romana, seria a vez de Afrodite ser a influência, dando origem à sua equivalente romana, a deusa Vênus (Pellizer, 2007).

⁴⁸ Perséfone, na mitologia grega, é a deusa das ervas, flores, frutos e perfumes. É filha de Zeus com sua irmã Deméter, a deusa da agricultura e das estações do ano; tendo nascido após o casamento de seu pai com Métis e antes do casamento com Hera. Criada no monte Olimpo, lar da nobreza divina, Perséfone foi sequestrada por seu tio Hades, mudando-se para o mundo inferior. Socorrida por seu meio-irmão Hermes, Perséfone passou a morar metade do ano no Olimpo nas estações primavera e verão, quando era chamada de Cora (Koré) pelos demais deuses ctônicos (Pellizer, 2007).

⁴⁹ Hades, na mitologia grega, é o deus do mundo inferior e dos mortos. Equivalente ao deus romano Plutão, que significa o rico e que era também um dos seus epítetos gregos, seu nome era usado frequentemente para designar tanto o deus quanto o reino que governa, nos subterrâneos da Terra (Pellizer, 2007).

⁵⁰ Ceres, na mitologia romana, equivalente à deusa grega, Deméter, filha de Saturno e Cibele, amante e irmã de Júpiter, irmã de Juno, Vesta, Netuno e Plutão, e mãe de Perséfone com Júpiter, deusa das plantas que brotam (particularmente dos grãos) e do amor maternal (Pellizer, 2007).

⁵¹ Deméter ou Demetra, na mitologia grega, é a deusa da colheita e da agricultura, uma olímpica, filha de Cronos e Reia. É também deusa da terra cultivada e das estações do ano. É propiciadora do trigo, planta símbolo da civilização. Na qualidade de deusa da agricultura, fez várias e longas viagens com Dionísio ensinando os homens a cuidarem da terra e das plantações. Em Roma, onde se chamava Ceres, seu festival era chamado Cereália, sendo celebrado na primavera (Pellizer, 2007).

outros seis meses em cima, subindo do mundo inferior para a terra, florescendo a vida em primavera e verão.

Esse ciclo é bastante significativo, mas o mergulho no mundo inferior, nos infernos, é uma experiência extremamente mística. Esse contexto pode ser traduzido com vestimentas mais noturnas, com uma predominância evidentemente do preto, desde o preto fatal até o preto quase inocente das lolitas⁵². Estava muito em moda há pouco. São cenários urbanos onde narrativas míticas conversam com a realidade, os comportamentos. Agora há essa estética da mais recente versão da personagem Wednesday⁵³, traduzido para o português como Wandinha. Ela recupera a experiência mística do que foi o movimento *punk* dos anos 1980⁵⁴, final dos anos 1980, com as bandas The Smiths⁵⁵ e Sleep⁵⁶, de caráter anarquista⁵⁷.

Portanto, essas intervenções na aparência, como pintar os cabelos para chocar a sociedade, por exemplo, remetem a ideia de fraternidade, de uma comunidade dos que compartilham quase que a mesma seita, pertencem à mesma tribo. Percebe-se a ideia que mergulhar nessas tribos é mergulhar em um modo de ser e em uma estética visual compartilhada. A prevalência do preto frente a essas alusões à estética *punk* dos anos 1980, são mescladas com aspectos do *heavy metal*⁵⁸. Vemos também todo

⁵² Lolita é um romance de 1955 escrito pelo romancista russo-americano Vladimir Nabokov. O romance é notável por seu assunto controverso: o protagonista e narrador não confiável, um professor universitário de Literatura de meia-idade sob o pseudônimo Humbert Humbert, está obcecado por Dolores Haze, de 12 anos, com quem ele se torna sexualmente envolvido após ele se tornar padrasto dela. "Lolita" é seu apelido privado para Dolores. Sugere-se: NABOKOV, Vladimir. Tradução: Sergio Flaksman. Lolita. Companhia das Letras. 2011.

⁵³ Wednesday Addams é uma personagem fictícia membro da Família Addams, criada pelo cartunista Charles Addams para a revista americana The New Yorker. Trata-se de uma das principais integrantes do elenco desta obra. Esta personagem apareceu na televisão e no cinema, nos formatos animação e live-action. Sugere-se: <https://canaltech.com.br/entretenimento/familia-addams-por-que-wandinha-se-chama-wednesday-no-original-em-ingles-223415/>. Acesso em 12 jun. 2024.

⁵⁴ No começo dos anos 80, o gênero deu lugar à new wave e ao pós-punk como estilos predominantes de rock. O grupo britânico Sex Pistols nasceu em uma loja de roupas, a Sex, e seu visual foi criado pela estilista Vivienne Westwood, que trouxe de Nova York as peças rasgadas, os rebites, os alfinetes e os toques eróticos. Maiores informações em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-o-movimento-punk>. Acesso em 04 jun 2024.

⁵⁵ Banda britânica de rock, fundada em Manchester em 1982. Tendo como principal característica a parceria nas composições de Morrissey e Johnny Marr, a banda também incluía Andy Rourke no baixo e Mike Joyce como baterista. Sugere-se: MAGI, Érica Ribeiro. Metrôpoles em Cenas: O rock em São Paulo e no Rio de Janeiro nos anos 1980. 2016. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-06062017-161311/publico/2017_EricaRibeiroMagi_VCorr.pdf. Acesso em 12 jun. 2024.

⁵⁶ Banda de stoner rock de San José, Califórnia. Durante o final dos anos 1980, Al Cisneros, Tom Choi, Chris Hakius e Matt Pike formaram uma banda de crust punk chamada Asbestos Death, lançando dois singles. Aproximadamente em 1990, Tom Choi deixou a banda e foi substituído por Justin Marler. O nome da banda então muda para Sleep. Sugere-se: MAGI, Érica Ribeiro. Metrôpoles em Cenas: O rock em São Paulo e no Rio de Janeiro nos anos 1980. 2016. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-06062017-161311/publico/2017_EricaRibeiroMagi_VCorr.pdf. Acesso em 12 jun. 2024.

⁵⁷ Anarquismo é uma ideologia política que se opõe a todo tipo de hierarquia e dominação, seja ela política, econômica, social ou cultural, como o Estado, o capitalismo, as instituições religiosas, o racismo e o patriarcado. Sugere-se: CHOMSKY, Noam. Notas sobre o anarquismo. Hedra, 2023.

⁵⁸ Heavy metal é um gênero do rock que se desenvolveu no final da década de 1960 e no início da década de 1970, em grande parte no Reino Unido e nos Estados Unidos da América. Sugere-se: HICKS, Michael. Sixties Rock: Garage, Psychedelic, and Other

um conjunto de elementos que dialogam, como enfeites geralmente de prata, que são mais lunares, corrente de espinho, às vezes misturado com aspecto meio gótico⁵⁹, *emo*⁶⁰, uma emoção desacerbada, um cabelo lambido, escondendo um olho. Tudo isso é um modo de ser e um modo de se vestir absolutamente mítico.

Temos também um terceiro modo de ser mítico⁶¹, que chamo de crepuscular. Ele faz a mediação entre mitos solares e mitos lunares. , tanto pela estrutura cíclica, como pela estrutura de justaposição ou ainda pela estrutura narrativa, mas sempre marcados pela conciliação de contrários (*coincidentia oppositorum*), segundo Gilbert Durand, em seu clássico “*As estruturas antropológicas do imaginário*”. Trata-se da estética do viajante, do peregrino, do “menos é mais”, utilizar aquilo que serve, cai bem, que é confortável para viagem, para ganhar outros terrenos. Não havendo necessidade de ostentar, é geralmente uma estética muito mais minimalista, mais casual, sendo também uma coisa mais *clean* em termos de construção da aparência.

Sem dúvida que esses ditames da moda guardam uma relação intrínseca com marcas míticas, mas essas marcas míticas irão dialogar em um nível de identificação com o momento em que essa pessoa se encontra em termos de consciência de si e do que o cerca. Essa será a sua forma de comunicar-se e enviar uma mensagem para o mundo a respeito de si mesmo. Portanto, construir a aparência trata-se de praticar uma certa linguagem social, muitas vezes, permeada de narrativas míticas. Podemos ter maior ou menor aderência à expressão simbólica que pessoalmente atribuímos a uma determinada roupa ou aparência, quando fazemos escolhas ou quando as opções são mostradas. Agora, quando não se tem autonomia para isso, torna-se refém da rede, que busca utilizar mecanismos míticos a seu favor para produzir, vender e criar

Satisfactions. University of Illinois Press, 1999.

⁵⁹ Sugere-se consultar: CAETANO, Stella Mendonça. Indumentária, pertencimento e diferenciação: o papel das roupas na construção de uma identidade coletiva gótica. *Ensaíos*, v. 16, p. 176-192, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ensaíos/article/download/44437/27617/163701>. Acesso em 10 ago. 2024.

⁶⁰ Sugere-se consultar: BISPO, Raphael. Os “emos das antigas” e os “posers de emo”: identidades, conflitos e estigma na cena musical roqueira. *Ponto Urbe*. Revista do núcleo de antropologia urbana da USP, n. 6, 2010. Disponível em: <https://journals.openedition.org/pontourbe/1578>. Acesso em 12 jun. 2024.

⁶¹ Refere-se as representações simbólicas dos mitos solares (ou diurnos) nos quais estão o arquema do guerreiro; dos mitos lunares (ou noturnos) nos quais estão o arquema místico; e aquela que está na base dos mitos crepusculares (estrutura dramática para Durand) onde são vivenciados (e de certa forma “controlados”) no fio da narrativa, na conciliação dos contrários, nas regiões e modos de ser limítrofes, em que tudo se transforma em narrativa ou canto, dentro de uma concepção rítmica e cíclica da vida mesma (Ferreira-Santos, 2012).

determinados nichos. Penso que essa lógica capitalista prevalece, inclusive e a partir das redes sociais digitais de moda, nos impedindo de novas atualizações criativas dos mesmos mitos que vivemos por intermédio da aparência na contemporaneidade.

LFS: Nesta direção, como exemplo, pensando educação informal e comunicação de massa, o longa metragem Barbie⁶² pode ser compreendido a partir da perspectiva das narrativas míticas no que tange a construção da performance das aparências femininas contemporâneas?

MFS: Pode, sim. Relaciona-se ao mito de Vênus⁶³, só que é a uma Vênus comportada. Considero isso horrível, porque tira-se toda a libido que tem na vivência mítica. Vamos refletir sobre o início dos tempos no mundo grego, que é um pouco mais conhecido. No início era o caos⁶⁴. Deste caos surge Urano⁶⁵ e Gaia⁶⁶. Urano é o tempo primordial, o senhor das coisas celestiais, é o próprio céu. Géia ou Gaia é a terra inteira; “gê” é a partícula grega para terra. Da união dos dois nascem vários deuses. No entanto, havia uma profecia de que um filho de Urano substituiria o pai. Quando nasceu o caçula, Cronos⁶⁷, Gaia inventa um estratagema: ela o protege, o esconde, põe uma pedra envolta em muitos panos e dá para Urano, que a engole, achando que era o filho. Passado um tempo, o filho cresce, volta para vingar a mãe e mata o pai. Corta os testículos de Urano, ou Saturno pelo latim, fazendo cair dos céus o pênis e os testículos de Urano. Quando esse pênis e os órgãos genitais caem no mar fecundam uma parte do mar. Destas espumas nasce Afrodite. Portanto, Afrodite, Vênus, não está na mesma afiliação dos outros, Cronos, Hades. Ela, assim como Éros⁶⁸, nascem direto de Urano e do caos. Ela é anterior ao nascimento dos outros. Tem, portanto, uma verve celestial, sendo a deusa da beleza suprema, mas ao mesmo tempo, do domínio das águas, do fluido.

⁶² Boneca e personagem fictícia desenvolvida pela empresa de brinquedos norte-americana Mattel Inc., lançada em 09 de março de 1959. Maiores informações disponíveis em: <https://shop.mattel.com/pt-br/pages/barbie>. Acesso em 07 abr. 2024.

⁶³ Na mitologia grega era a deusa da formosura e do amor, filha das espumas do Mar, fecundada por Urano (Pellizer, 2007).

⁶⁴ Em diversas tradições mitológicas, vazio primordial de caráter informe, ilimitado e indefinido, que precedeu e propiciou o nascimento de todos os seres e realidades do universo (Pellizer, 2007).

⁶⁵ Na mitologia grega era considerado como um deus primordial (Pai-Céu), divindade que personificava o céu (Pellizer, 2007).

⁶⁶ Na mitologia grega era considerada como uma deusa primordial (Mãe-Terra), divindade que personificava a terra (Pellizer, 2007).

⁶⁷ Na mitologia grega era o deus do tempo, filho de Urano e Gaia (Pellizer, 2007).

⁶⁸ Na mitologia grega era o deus do amor e do erotismo, filho de Afrodite (Pellizer, 2007).

Trata-se de envolvimento, concepção, esse é o mito de Afrodite, que é muito próximo a Oxum⁶⁹. No mundo lorubano⁷⁰, quem anda no rio e com o seu pé macio vai arredondando os seixos, “os pés macios de Oxum”. Ela é a Orixá⁷¹ da fertilidade, do nascimento, das crianças e da música, em especial, é aquela que tem toda a sedução do amar.

Pois bem, toda essa marca mítica está na boneca Barbie, só que essa boneca é uma Afrodite, uma Vênus comportada. Serve, a princípio, para dar para a criança esse exercício prévio maternal do cuidado. No entanto, este sentido inicial, mesmo que adaptando o mito inicial da Afrodite sedutora, também vai sendo superado. Porque o que passou a ser importante na Barbie é a casinha da Barbie, o carrinho da Barbie, o namorado da Barbie (...) Então, o que vemos, na verdade? Pensando na lógica de quem produz e vende os produtos, não adianta só vender a boneca. Precisa também vender todos os acessórios, que explicam uma condição, a condição de ser Barbie. Se todas as crianças comprarem apenas as bonecas, encerra-se o ciclo de consumo.

Comportada e dotada de recursos ela vai estimular outros desfechos na atualidade. Mas na origem das suas profundezas míticas, como toda a criação de um ser feminino, tem a alma⁷². Porém, isso ficou estereotipado. O que prevaleceu foi o mecanismo comercial. Por isso que as meninas querem ser *barbies*, porque isso traz o status da roupa, da moda, da cor de rosa, do pacote todo. Essa condição pega muito forte no imaginário coletivo, criada a partir de elementos lúdicos, que vende.

LFS: Professor, interessantíssimas as correlações entre as narrativas míticas, seus efeitos, lugares e papéis que ocupam no fluxo comunicacional da moda e no processo de educação para a construção das aparências na contemporaneidade, em

⁶⁹ Orixá do panteão de Orixás lorubano a qual representa a fertilidade, a força feminina, senhora das águas doces e do mel de abelhas (Ferreira-Santos, 2019).

⁷⁰ Grupo étnico encontrado principalmente na África Ocidental, sobretudo na região atualmente conhecida como Nigéria, com forte herança cultural, linguística e religiosa, fundamental para estruturação do Candomblé Ketu no Brasil. Sugere-se consultar: OLIVEIRA, Kiusam Regina. Candomblé de Ketu e Educação: Estratégias para o empoderamento da Mulher Negra. São Paulo: FEUSP, Tese de Doutorado, orientação de Kátia Rubio, 2008. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-16062008-161253/publico/Kiusam_Regina_de_Oliveira_Capa.pdf. Acesso em 12 jun. 2024.

⁷¹ Força divina e ancestral, presente na cosmovisão africana e afro-brasileira, a qual ganha vida através dos elementos da natureza (Ferreira-Santos, 2019).

⁷² Na tradição alquímico-medieval se designa por alma tudo aquilo que inspira o ser humano a criar e o vivifica (que o anima a viver), é a água sob o domínio lunar. De outro lado, animus se refere às criações feitas pelo ser humano no que tange ao seu fazer, de maneira mais instrumental, ou seja, através de instrumentos, através de seu engenho. Trata-se do fogo sob o domínio solar. De um lado, teríamos a alma como alma, e de outro o animus como espírito (Ferreira-Santos, 2012).

face ao lugar de destaque que as redes sociais digitais alcançaram na vida cotidiana. Finalizo agradecendo mais uma vez o seu aceite generoso e enriquecedor para participar desse encontro.

MFS: Obrigada vocês pelo convite. A entrevista foi muito calorosa e apaixonante. Espero que seja o início alvissareiro de novas parcerias.

3 CONTRIBUIÇÕES DA AUTORIA

Este trabalho é parte do empenho acadêmico-científico da mestranda Luana Ferrari dos Santos, visando atender às exigências do Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda da EACH-USP, para a pesquisa de mestrado em curso. A referida autora foi responsável pelo levantamento bibliográfico referente à temática e à produção bibliográfica do entrevistado aqui discutidas; elaboração do roteiro de perguntas; o contato e convite ao entrevistado; a condução da entrevista presencial; a transcrição, tratamento, análise e edição do material; a pesquisa e composição das notas de rodapé; e, por fim, pela elaboração e revisão do presente documento, tanto a versão preliminar, quanto a versão que atendeu às solicitações dos pareceristas.

A orientação do projeto e da entrevista é de responsabilidade da Prof^a. Dr^a. Andrea Lopes, que contribuiu para o encaminhamento teórico que delineou a problemática de discussão, bem como norteou a composição do instrumento. Participou da análise dos dados, edição da entrevista e revisão do texto preliminar. Encaminhou e discutiu a apreciação do entrevistado do material final. Revisou e editou o texto frente às solicitações dos pareceristas.

O entrevistado recebeu a versão preliminar do manuscrito, bem como a versão final após a revisão dos ajustes propostos pelos pareceristas, para ciência, apreciação e aprovação. Nas oportunidades, apontou ajustes que ainda se fizeram necessários, especialmente em termos da composição dos argumentos e conteúdo especializado.

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Livre-Docente Marcos Ferreira-Santos pela gentileza em aceitar o convite para realizar esta entrevista, ação que reforçou uma vez mais seu compromisso com a troca e compartilhamento de saberes. Aos colegas que fazem parte do grupo EAPS, bem como à sua coordenadora, a Prof^a. Dr^a. Andrea Lopes. A iniciativa trata-se de um *lócus* profícuo de ideias, interesses e pesquisas engajadas com as problemáticas sociais contemporâneas envolvendo a aparência e os seus significados.

À EACH-USP e ao Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda pelo acolhimento. Agradecimentos especiais à Prof^a. Dr^a. Isabel Italiano, parte do referido Programa de Pós-Graduação, que desde o princípio demonstrou apoio à realização desta entrevista.

À agência Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo fomento.

REFERÊNCIAS

CRANE, D. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac, 2006.

DELORS, Jacques *et al.* Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. **Educação um tesouro a descobrir**, v. 6, 1996.

DOS SANTOS, Walter Chalegre; PEREIRA, Angélica Moreira; GHISLENI, Taís Steffenello. **A educocomunicação como campo do conhecimento para o ensino e aprendizagem no século XXI**. *Disciplinarum Scientia | Ciências Humanas*, v. 21, n. 1, p. 141-151, 2020.

FAUZA, Michel Jalil. **RUR (Rossum's Universal Robots) e a gênese do robô na literatura moderna**. 2008. Tese de Doutorado. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade Estadual de Campinas. 84 f.

FÁVERO, Osmar. **Educação não-formal: contextos, percursos e sujeitos**. 2007.

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

FERREIRA-SANTOS, Marcos; ALMEIDA, Rogério de. **Antropolíticas da educação**. São Paulo: Képos, 2019.

Fim da “Marcha do Sal” liderada por Gandhi. RTP Ensina. 2017. Disponível em: <https://ensina.rtp.pt/artigo/fim-da-marcha-do-sal-liderada-por-gandhi/#:~:text=A%20Marcha%20do%20Sal%20foi,contra%20o%20dom%C3%ADnio%20colonial%20brit%C3%A2nico>. Acesso em 25 mai 2024.

GHISLENI, Taís Steffenello; DE QUADROS SANDRI, Rubiana; BECKER, Elsbeth Léia Spode. **Metodologia projetual para educar o desenvolvimento de coleções de moda.** Comunicação & Educação, v. 26, n. 1, p. 65-79, 2021.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos.** [Tradução de Mário Vilela]. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

MARANDINO, Martha. Faz sentido ainda propor a separação entre os termos educação formal, não formal e informal?. **Ciência & Educação (Bauru)**, v. 23, p. 811-816, 2017.

MAZZARINO, Jane Márcia; MARQUES, Rodrigo Müller. **Educomunicação: proposta de revisão de objetivos, princípios e áreas de intervenção.** Educação: Teoria e Prática, v. 34, n. 67, p. e23 [2024]-e23 [2024], 2024.

MORIN, Edgar. **A entrevista nas Ciências Sociais, no rádio e na televisão.** MOLES, Abraham *et al.* Linguagem da cultura de massas: televisão e canção. Petrópolis: Vozes, p. 115-135, 1973.

PACHECO, Lillian. **Pedagogia Griô: a reinvenção da roda da vida.** Lençóis: Grãos de luz e Griô, 2006.

PELLIZER, Ezio; MARZARI, F.; ALTRI, C. ZUFFERLI E. **Dizionario Etimologico della Mitologia Greca On Line (DEMGOL).** 2007. Disponível em: www.demgol.units.it. Acesso em 10 jun 2024.

PIMENTA, José. Ashaninka. **Enciclopédia dos Povos Indígenas do Brasil**, Instituto Socioambiental, São Paulo, 2005.

PIRES, Raimundo Nonato Pinheiro *et al.* **EDUCOMUNICAÇÃO: HISTÓRIA, DESAFIO E REFLEXÃO.** COGNITIONIS Scientific Journal, v. 6, n. 3, p. 879-890, 2023.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista Famecos**, v. 10, n. 22, p. 23-32, 2003.

SPOSITO, Marília Pontes Sposito. **Povo vai à escola (O).** Edições Loyola, 2001.

THOMAZ, Ana. **O que aprendi com a desescolarização** | Ana Thomaz. YouTube, 16 Mai 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QveTf5Deklo> . Acesso em 30 out. 2023.

YOKOMIZO, Patrícia.; LOPES, Andrea. As mídias como agentes de educação informal no envelhecimento: pistas para investigação. **Revista Mídia e Cotidiano**, [S. l.], v. 12, n. 3, p. 293, 2018. DOI: 10.22409/ppgmc.v12i3.13342. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/13342>. Acesso em: 01 mai. 2023.

YOKOMIZO, Patrícia.; LOPES, Andrea. Aparência: uma revisão bibliográfica e proposta conceitual. **Revista Dobras**, São Paulo, v. 12, n. 26, p 228-244, ago. 2019. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/922>. Acesso em: 29 out. 2024.

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Luana Ferrari dos Santos

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo - EACH/USP. Especialista em Educação digital pela Universidade do Estado da Bahia - UNEB (2023). Graduada em Pedagogia pela Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo - FE/USP (2018).

<https://orcid.org/0000-0003-2226-1597> • luana.ferrari.santos@gmail.com

Contribuição: Escrita – Primeira Redação, Conceituação, Validação - Análise Formal – Investigação.

Andrea Lopes

Prof^a. Dr^a. nas Graduações e nas Pós-Graduações em Gerontologia e em Têxtil e Moda da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH-USP), coordenadora do grupo de ensino, pesquisa e extensão Envelhecimento, Aparência e Significado (EAPS), da mesma instituição. ORCID - <https://orcid.org/0000-0002-7680-8618>. andrealopes@usp.br.

<https://orcid.org/0000-0002-7680-8618> • andrealopes@usp.br

Contribuição: Escrita – Revisão e Edição, Metodologia, Supervisão, Administração do Projeto.

Conflito de Interesses

Os autores declararam não haver conflito de interesses.

Direitos autorais

Os autores dos artigos publicados pela Cadernos de Comunicação mantêm os direitos autorais de seus trabalhos.

Verificação de Plágio

A cadernos mantém a prática de submeter todos os documentos aprovados para publicação à verificação de plágio, utilizando ferramentas específicas, como por exemplo: Turnitin.

Editora chefe

Cristina Marques Gomes

Como citar este artigo

SANTOS, L. F. dos; LOPES, A. Redes sociais digitais de moda, educação informal e aparência na perspectiva das narrativas míticas: entrevista com Marcos Ferreira-Santos. **Cadernos de Comunicação**, v. 29, p. e88710, 2025. DOI: 10.5902/2316882X88710. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/88710>. Acesso em: XX/XX/XXX