

[ANA CLAUDIA DE OLIVEIRA]

É professora titular da PUC-SP e atua no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. Codirige o Centro de Pesquisas Sociossemióticas (CPS). É pesquisadora bolsista do CNPq. Este artigo é parte do seu projeto de pesquisa "Práticas de vida em São Paulo", que conta com fomento da FAPESP.

Na articulação de destinadores, a SPFW trilha a mobilidade de São Paulo

[50]

Na Pauliceia, no transcurso da 36ª São Paulo Fashion Week (SPFW)¹, o Parque Villa Lobos abrigou 26 desfiles. Não dessa totalidade, mas exclusivamente do desfile performático é que este estudo vai se deter, uma vez que essa feira de moda armou uma rota de coalizão com a cidade e a população de São Paulo.

Fazendo uma incursão na própria vida urbana, esse evento foi além do segmento de público dos habituados a frequentar os desfiles de moda, aquele com convites à mão, um seletor público que se dirige ao endereço determinado e é encaminhado do acesso de entrada com a identificação de seu convite até a fileira em que ocupa o seu lugar. Da primeira fila à última, esse local do espetáculo é milimetricamente valorizado, e cada presente no evento vale pelo seu posicionamento espacial. A relevância do público segmentado para a construção axiológica do evento é atestada já no entorno da sede dos desfiles, na qual se alocam jornalistas de todas as mídias e fotógrafos com suas câmeras pautadas para capturar flagrantes dos frequentadores, gente renomada pelo uso, difusão e criação da moda.

No ano em que as ruas entraram na moda desencadeadas pelo movimento Passe Livre, seguidas de um rol de manifestações de que ainda participamos, nada mais oportunista do que os próprios lançamentos da moda deixarem o espaço privado e adentrar o espaço público. Não qualquer um desses, mas o da mobilidade urbana que o metropolitano da cidade de São Paulo expõe como um dos seus emblemas distintivos. A mobilidade é proclamada como o maior problema da megalópole São Paulo, inclusive nos projetos de visibilidade dos seus gestores.

Entretanto, perguntamos: Essa axiologia tão sociopolítica seria passível de uma operação de transposição para a moda? Estaria a maior feira de moda do país e da América Latina aspirando incorporar que sentidos ao abrir a sua temporada, lançando-se na circulação urbana? Refletir sobre essa translação de valores é o objetivo deste presente estudo, que interconecta moda, urbanidade, sociabilidade, comunicação, publicidade, marketing, política, indústria e semiótica, assim como objetiva analisar os mecanismos estratégicos do "fazer fazer fazendo sentir" o *Metronamoda*². Ao trazer o evento para junto da população, é para essa gente que circula no transporte público cotidianamente que o desfile de moda se mostra para ser visto e adotado.

Figura 1: O cartaz de #METRONAMODA# expõe as parceiras institucionais da 36ª SPFW, que são CPTM, Metrô e a Secretaria dos Transportes Metropolitanos do Governo do Estado de São Paulo. A intencionalidade da associação do evento a esses destinadores mostra todas essas marcas comprometidas com o transporte metropolitano e, pegando carona nos proclames juninos, elas anunciam em festa dominical repleta de atrativos aos usuários que o transporte está na moda, e a moda está no metrô. Mais ainda que: *Moda está em todo lugar*. As narrativas que se desenrolam em separado são enlaçadas na mesma ação que convida para estar junto comandando a dinâmica da população usuária do metrô nos dias da semana.

Passeando pelo desfile performático, vivencia-se a declaração de que *Moda é estilo, comportamento, criação, atitude, brincadeira, negócio, diversão, desejo*, e o usuário consumidor pode desfrutá-la para *inventar sua própria moda*. Tornando o próprio apreciador da moda, o cidadão comum é colocado na estratégia discursiva como um sujeito implicado nas artimanhas dos valores econômicos dirigentes do social, da sociabilidade e dos valores de pertencimento com a partilha do *status* que a moda confere aos sujeitos individuais ou coletivos. O individual da indústria da moda e o coletivo da administração pública querem estar junto da população que está na rua, essa sim a moda da sociedade urbana desde os tempos de invenção do morar cidadão.

A experiência do percurso do desfile da SPFW no metropolitano de São Paulo é um acontecimento da ordem do inesperado para a população usuária que faz o curso da trajetória da linha de transporte. Um encontro imprevisível, ele não somente quebra a viagem de rotina, mas essa ocorrência renova as ações que cotidianamente aí ocorrem, e ela interfere na narrativa repetitiva que é assim interrompida.

[51]



Figura 2: Penteados, maquiagens, sapatos e adereços como brincos e chapéus brilham com as roupas distintas em exposição nos corpos moventes. O grupo de modelos se põe em movimentação para adentrar como todo e qualquer passageiro o vagão na parada do trem na estação Vila Madalena, rumo à estação da Vila Prudente, o ponto final do desfile.



Figura 3: No corpo a corpo com a população, as modelos se colocam em toda visibilidade, marcando a sua diferença dos passageiros comuns. A modelo aí está para ser vista, pois é a visibilidade que faz a moda existir. Ela abusa do seu lugar de ação e, aparentando indiferença ao ser admirada, ela assiste a todas as expressões que seu ato desencadeia nos outros passageiros. Os registros fotográficos de Everaldo Silva captam os efeitos de novidade com a estranheza do vestir e do evento no metrô. As roupas ampliam o raio de ação dos corpos tanto para o alto quanto para as laterais.



Figura 4: A chegada na Estação da Vila Prudente. A superpopulação está registrada como insuficiência da rede metrorviária para transporte dos habitantes que precisam da mobilidade rápida.

[52]

No mesmo lugar em que ocorre a viagem dos passageiros da Linha Verde no trajeto da Vila Madalena à Vila Prudente, é onde ocorre a viagem programada do desfile. Aos destinadores CPTM, Metrô e Secretaria dos Transportes Metropolitanos do Governo do Estado de São Paulo juntam-se também os que compõem essa SPFW. Esse destinador compósito dirigente do espaço e da locomoção pública associa-se a destinadores privados empresariais, e ambos colocam nas cenas do percurso metropolitano uma narrativa outra que dá a ver modelos vestidos pelos lançamentos de moda que desfilam na rota das vias do metrô. A ação performática do desfile exalta a preparação que se esconde nos bastidores, e no mesmo aqui e agora são aprontados os modelos, iluminados os retoques na maquiagem, na roupa, no sapato, nos modos de portar a roupa e vesti-las. O caminhar de sujeitos anônimos é desviado de seus passos habituais e esses passam a caminhar a partir dos passos dos modelos. É característico um passo diferente para desfilam na passarela, e esse não deixa de causar deslumbramentos. Os passageiros lhe dão seus lugares e assumem, além de papéis de observador e até de contemplador, também papéis de repórter, de fotógrafo, de jornalista, que postam o contato inusitado com a moda nas redes sociais e noticiam para além de São Paulo esses atos de autoria difícil de separar quem faz o que aí para a população.

A figuratividade desses inusitados passageiros, os modelos, traz à cena das estações e dos vagões do metropolitano, que eles estão aí enquanto atores e assumem o lugar e o tempo dos passageiros em uma reconfiguração total de como eles se vestem da cabeça aos pés. Assumindo que o que veste um corpo, a roupa, é um dos elementos que faz ser o sentido do sujeito, sua significação no mundo, os modelos estão em ato fazendo os passageiros, enquanto plateia, sentirem enfaticamente no que eles podem se transformar se vestidos na moda. Na medida em que os modelos desfilam na ambientação dos usuários do metrô, transladam a eles seus sentidos. O usuário vislumbra esse modo de se transformar vestido pela moda, mas também ganha a ideia de como o que veste o faz existir.

De trajetória de sujeitos anônimos à passarela de modelos e criadores de moda, a mudança não ocorre na construção plástica do metropolitano, mas na quebra da função primeira do meio de transporte, e também na quebra dos sentidos do vestir-se. Sem toques ou retoques, a locomoção ordinária é inteiramente da ordem da invisibilidade dos que se apinham uns sobre os outros. Inversamente, sobrevalorizada pelos holofotes da visibilidade que os *clicks* sem pausa dos fotógrafos glamorizam nos instantâneos, os que desfilam são considerados como singulares e únicos. Os atributos

da moda assumem a ambientação, e eles vão destacar distintivamente os modelos pelo que vestem e como vestem as roupas da moda.

Mesmo sem nenhuma mudança no aparato viário do metropolitano e dos trens, a mudança dos sujeitos vai requalificar a ambientação, também a distinguindo de outros lugares. O glamour emprestado ao transporte sobre trilhos centra-se na ação do tipo performático que a feira de moda aí localizou, tomando para si a axiologia do próprio metrô. Há entre as duas marcas, uma pública e outra privada, uma troca de valores que reforça efetivamente a aliança mercadológica. O valor máximo da mobilidade, da aceleração, a indústria da moda quer tomá-los emprestado para compartilhar seus semantismos, e esses valores adicionam-se aos da moda, e assim a redefinirem. Típico de um final de semana em que a rotina de todos os passageiros é quebrada, pois cada um faz alguma outra coisa na sua vida além de trabalhar e sai para passear; cada um se sente mais relaxado, liberado da hora certa, dos compromissos; cada um faz por merecimento, por mero prazer e gozo que promove o desfrute do percurso no metropolitano por um sentir nele estar. Atualizam-se assim uma gama de outros sentidos para o uso do metrô que não são cotidianamente entrevistados. Recobre-se com outra função estética a função prática do metrô, e a significação de meio de transporte é reescrita pela de meio da moda. Os distintos destinadores se reescrevem por esse mecanismo de requalificação de si pelo outro.

No interpor-se em ato no tempo e espaço dos destinatários, um aqui e agora, o desfile veicula aos destinatários em uma interação eu-tu, que os destinadores lhes ofertam essa promoção do mundo da moda sem acréscimo algum no preço do bilhete. O contato então é como um presente a todos a quem ocorrer de pegar o metropolitano na hora marcada do desfile. Proposto no lugar comum como uma dádiva, o desfile quebra os parâmetros de seus modos de significar, pois ele deixa de ter o sentido de evento fechado e voltado para um seletivo público-alvo do setor da moda e passa a fazer sentido em ato para um público novo: o usuário da Linha 3 do metropolitano paulista nos finais de semana. Ao colocar-se junto a esse público consumidor, o destinador do desfile coloca os lançamentos das coleções próximos a esse segmento de população, e ele propicia ao usuário um contato direto com a moda que antes ele só via folheando as páginas de revistas ou acompanhando desfiles na televisão e internet. A proximidade com as novas da produção da indústria da moda, inteiramente da ordem do imprevisível, produz alubrimentos que repercutem muito além do flagrar os corpos e roupas da moda, mas proporciona ainda a descoberta de que todos os circulantes têm um corpo movente, e a moda é um setor movente pela movimentação que engendra e que a define.

Nesse evento SPFW, instalado enunciativamente como acontecimento em ato, a população participa de um imbricado mecanismo de reescritura que inscreve novas semantizações ao desfile de moda. O recobrir semântico desse arranjo estético complexo guarda nele um duplo destinador: a indústria da moda e sua economia criativa que se articulam à dos transportes públicos metropolitanos. A aliança propicia então adensamento e complexificação do sentido da mobilidade urbana. Quem mais ganha valores parece ser o poder público regente da locomoção metroviária, uma vez que a mobilidade urbana anda beirando o seu oposto, a imobilidade, e com o promover a mobilidade da moda, ele se autopromove. Entretanto, igualmente o destinador moda encontra-se estacionando e aspira mobilidade.

Como enfatizamos ao longo dessa abordagem, o metropolitano é o meio de transporte mais valorizado na mobilidade urbana de São Paulo, e ele é principalmente o lugar cotidiano, no qual a população com o seu corpo desfila. Nesses termos, ao vivenciar que onde o seu corpo se move também pode ser visto como a sua passarela performática, cada sujeito é levado a refletir sobre o seu próprio desfile diário no seu cotidiano. Se o sujeito comum desfila como os sujeitos da moda, que papel actancial lhe cabe na grande narrativa da (i)mobilidade na e pela cidade?

Que sentidos tem o desfilar das passarelas para o metrô? Toda entrada e saída de metrô não começa e acaba no espaço público da rua³? Quando a população desce pelas escadas, mais e mais se aprofundando até chegar ao patamar dos trilhos, o que essa imersão faz sentir? Quando espera o trem na plataforma, cada sujeito não só espera o veículo de locomoção. Porém, ele espera muito, muito mais, e as suas esperas e expectativas dão aí lugar de ocorrência ao seu vir a ser. Do trânsito pelo trajeto nos trilhos à saída às ruas, o sujeito movente atua transformado em seus próprios passos.

A mobilidade é uma experiência da cidade e da moda, que permanece com a população, e ela conduz a várias meditações nas quais entrecruzam mobilidade com lentidão e encaminham a pensar esses vetores mais radicalmente como mobilidade e imobilidade, polos opostos como o são moda e fora da moda. Eis os modos opostos do bradar de cada sujeito que ganhou presença no clamor da população por seu direito de locomoção e, reunindo essa com o poder público da cidade de São Paulo, essa SPFW atualizou-se nos trilhos da mobilidade como um grande clamor. Mas não com a força significativa de lançar aos ares as amarras dos freios freados.

Nos espaços de São Paulo, a população encontra-se imbricada no tempo de seu viver situado no contexto sócio-econômico-cultural. A aceleração de outros tempos ainda vigora, freada pela lentidão de algo que não se produz. Esse contexto de alerta impõe uma reflexão mais aprofundada sobre a presença insidiosa e fortemente imperiosa da racionalidade global que está sendo forçada a se reestruturar com os embates e movimentos da ordem local.

[54]

A reescritura das passarelas do desfile de moda nas do metrô assinala no fenômeno da moda, mas igualmente no fenômeno da mobilidade que o setor também integra, com o envolvimento de todos esses diferentes destinadores partícipes na e da ação publicitária e de marketing estudada, uma tentativa de abarcar semantismos de glocalidade com uma atenção reflexiva voltada para onde vai São Paulo. Nem cidade planetária, nem província de Piratininga, a São Paulo da atualidade, sua população, setores da indústria da moda, da comercialização, de serviços, como o setor de transporte, entre outros, todos esses estão enfrentando desafios para encontrar saídas comerciais, financeiras, sobretudo, sociais, enfim, saídas existenciais, saídas de modos de viver a vida e estar em presença de uma São Paulo que faça sentido para a população.

Não está sendo nada fácil para o poder público encontrar como reescrever São Paulo e, no momento atual da vida planetária que a economia envereda todos a segui-la, a população alarde. Aquela SPFW fez também a tentativa de reescritura desta indústria da moda, aliando-se aos seus parceiros o Estado e o Município. A parceria atesta o volume de negócios em torno da moda, e como cabe ao poder público assumir para si o estar junto com esse poder privado. Os horizontes estão sem delineamentos e, paradoxalmente, também esses sujeitos se apressam lentamente, talvez, como cada um dos viventes da megalópole.

Assim, a SPFW marca um sinal dos tempos contemporâneos que não podemos deixar de nos debruçar sobre ele com muita atitude reflexiva enquanto ainda dizem que moda é só uma questão de sedução. Quem não estava no desfile daquela SPFW, pôde saber dele mediado pelas reportagens em todos os jornais, revistas, telejornais, emissões de rádio, nas redes sociais. Quem esteve aí pôde estar na confluência de uma das mais importantes problemáticas das práticas de vida de São Paulo, que tem seu nódulo central na (i) mobilidade que tentamos desenvolver como uma questão política e socioeconômica e que não pode não ser tratada isolada dessa complexidade.

Beirando o colapso pela diminuta expansão em descompasso com a expansão do número de usuários, são os trens que nos mostram que nos seus territórios não cabem mais corpos. Esses corpos assujeitados estão cada vez mais contidos e encolhendo-se, a ponto de emergir formas de revolta a tamanha coersão. As manifestações aumentaram com a reivindicação de mais espaços público, mais locomoção, mais saúde, mais

educação e muito mais proclames da população para estar e ser um sujeito participante de uma vida melhor na metrópole. Essa SPFW aproveitou a onda reivindicatória para mostrar que também a indústria da moda reclama por mais espaços nos negócios da cidade e do país, assim como pleiteia por reconhecimento pelo lugar que ocupa na economia e no sociedade com as suas taxas de criação de empregos e serviços.

Uma vez assumida São Paulo como capital da moda inserindo-se nos trilhos da mobilidade urbana, a SPFW conseguiu também um modo de politizar as reivindicações do direito à moda e de assumir sua importância na cotidianidade das práticas de vida dos habitantes. Assim, mostrar-se em desfile no transporte público metroviário da cidade é uma estratégia orientada por uma tática a fim de ser reconhecida como integrante da dinâmica da vida paulistana e brasileira. Além do fazer visível da estratégia da indústria de moda, a tática empregada é a do fazer junto com destinadores e destinatários que sentem, no corpo a corpo, os embates da mobilidade social, o que já é uma ultrapassagem da mobilidade pela e na cidade de São Paulo.

NOTAS

[1] A semana de moda ocorreu entre 28 de outubro e 1º de novembro de 2013, em São Paulo.

[2] As fotografias do desfile dessa SPFW utilizadas aqui são de autoria de Everaldo Silva, que autorizou o uso dos seus registros fotojornalísticos do evento.

[3] Retomo aqui, por um lado, as inventivas performances-desfiles enlaçando *Moda e Literatura* organizadas por Jô Souza na Avenida Paulista, que culminavam na Livraria Cultura, o destinador que reitera o sentido da criação e de criadores literários nos livros que comercializa. De outro lado, os trabalhos impactantes de deslocamento das passarelas para ressignificar a moda, o criador, a marca, que Souza analisa em seu Mestrado e que valem uma leitura para conhecer melhor sobre o uso estratégico do mecanismo de produção de sentido centrado em modos de reescritura dessa produção e dos seus mecanismos. Veja: *Desfile de moda nos espaços da cidade: abordagem semiótica dos regimes de visibilidade, de identidade, de interação e de sentido*. São Paulo, 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob minha orientação.