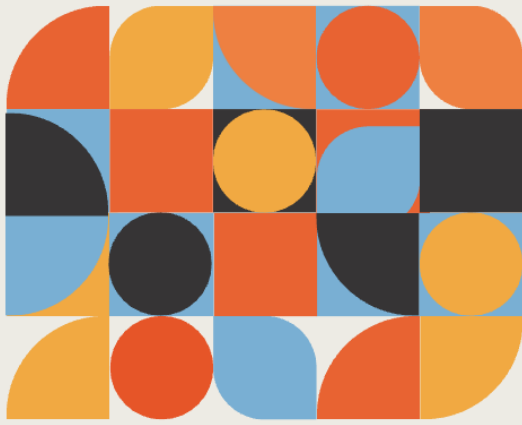




JOVENS GUEIXAS E SAMURAI: PROFANAÇÃO DO CONSUMO NA MODA DE RUA NO JAPÃO

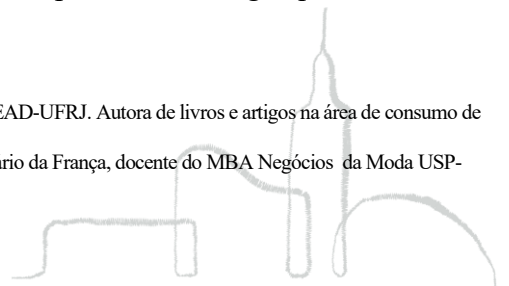
Miranda, Ana Paula Celso de; Doutora; FACC-UFRJ; PPA-UEM; anamiranda@facc.ufrj.br¹
Demetresco; Sylvia; pesquisadora independente; Doutora; Sylvia@vitrine.com.br²

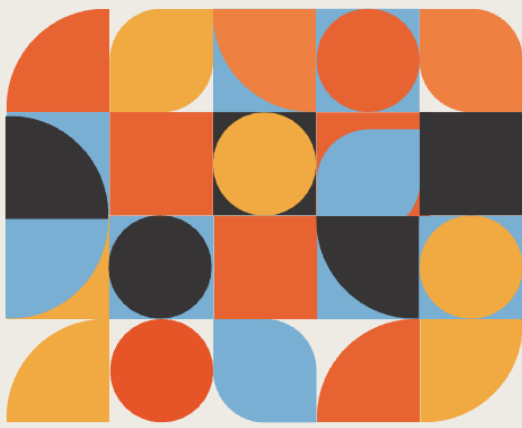
RESUMO

O objetivo dessa pesquisa foi analisar a moda de rua dos jovens japoneses em diálogos teóricos com o texto *Profanações* de Giorgio Agamben (2007) como forma de contribuir com o entendimento da moda de rua onde o sistema de moda habitualmente procura suas inspirações para a próxima massificação. O objetivo não é estudar a socialização sob o ponto de vista de processo no qual os indivíduos aprendem a viver e a se comportar efetivamente com outras pessoas; mas a ruptura com esse processo. O ponto central não é o modo pelo qual a pessoa se integra na sociedade ou se marginaliza, mas como o indivíduo se coloca como agente de transformação dessa sociedade. O objetivo dos nossos estudos é compreender o consumo de moda como forma de estabelecer discursos de transgressão e como este discurso é construído e materializado. A transgressão é a essência do comportamento na qual reside as mudanças e, logo, a lógica da moda. A transgressão pode estar associada ao não cumprimento de leis que usam o poder de polícia do Estado para se impor ou a outros comportamentos informais e estabelecidas pela cultura e pela tradição. Consumidores que desviam das regras de grupo ou das regras culturais sofrem processos de julgamento na visão de senso comum ao mesmo tempo que no sistema da moda é visto como inovador, aquele que dá início a um novo comportamento. (SIMMEL, 1904). O “uso livre”, ou o ato de profanação, é um gesto crítico na transformação dos valores das coisas saindo do fetichismo em direção a um *ethos* lúdico. O que é importante na profanação é o evento de subjetivação e os processos de aprendizagem ligados a essa experiência humana. Profanar significa “abrir a possibilidade de uma forma especial de negligência, que ignora a separação, ou melhor, faz dela um uso particular.” Profanar não é apenas trazer algo que havia sido

¹ Professora da FACC-UFRJ e PPA-UEM. Doutora pela FEA-USP. Pós-doutorado em Cultura e Consumo pelo COPPEAD-UFRJ. Autora de livros e artigos na área de consumo de moda e coordenadora do GT Consumo de Moda no Colóquio de Moda.

² Pós-doutora em comunicação e semiótica pela PUC-SP. Especialista em Visual Merchandising pelo Instituto Universitário da França, docente do MBA Negócios da Moda USP-ECA.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

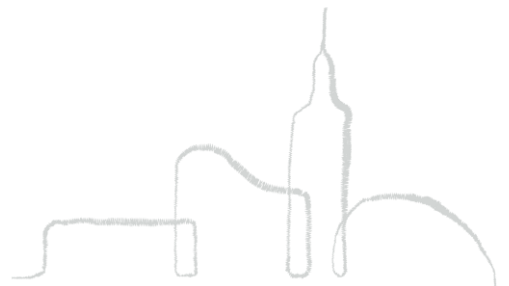
FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

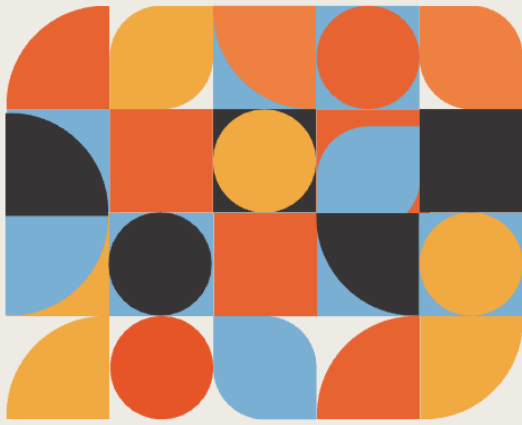
separado de volta à esfera do uso, mas à esfera dos homens. Não se limita ao fato de abolir separações, mas sim em aprender a encontrar um novo uso, a brinca com elas. O ato de profanação consiste em aprender a desativar usos antigos e comuns para criar novo uso. Trata-se de libertar uma coisa de seu uso adequado, tornando-a livre por um momento, abrindo-a para um novo uso por um longo ou curto período. No período de 28/05 a 09/06/2025 foram captadas 106 imagens nas cidades de Tokio, Osaka e Kyoto de jovens no metrô e nas ruas em deslocamento tanto em horários diurnos quanto noturnos. Adotou-se a proposta de análise de imagem parada de moda de Maciel e Miranda (2009) utilizando os critérios pré-estabelecidos de observação e interpretação em três etapas: análise denotativa, conotativa e mito. Esse método oferece condições de apresentar os elementos constitutivos e traduzir o discurso visual. Esse percurso metodológico possibilitou achados de pesquisa relacionados a relação entre moda e identidade cultural com o conceito de profanação onde esses jovens utilizam das vestimentas da gueixa e do samurai não como discursos de tradição e de nostalgia, mas de profanação e uso livre em negociações simbólicas entre cores, formas, materialidades e gestuais em composições com cenários, contextos e aparências provocando reações ao profanar os mitos de identidade cultural tradicionais. As limitações da pesquisa foi a impossibilidade de desenvolver entrevistas com esses jovens sobre suas intenções ao compor os looks. As implicações práticas é entender novas ondas de comportamento de moda de rua que vão além da estética Harajuku usando Agamben como contribuição para a teoria de adoção de moda.

Palavras-chave: consumo de moda; profanação do consumo; moda de rua.

REFERÊNCIAS:

- Agamben, G. Profanações. São Paulo: Boitempo, 2007
- Maciel, E. e Miranda, A.P. DNA da Imagem de Moda In. V Colóquio de Moda, 2009.
- Simmel, G. Moda, International Quarterly , 10, n. 1, outubro de 1904, pp. 130-155





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

