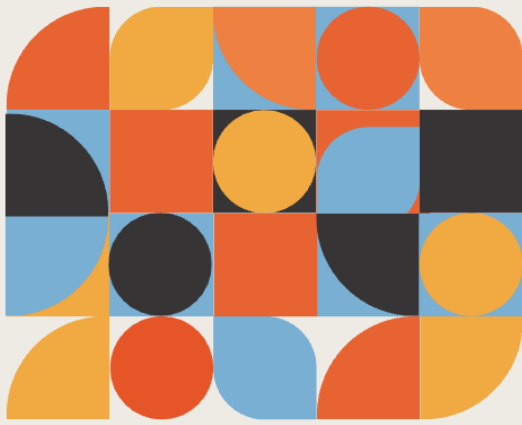




CONCEITO DE APARÊNCIA NAS CIÊNCIAS SOCIAIS E A PESQUISA DE MODA

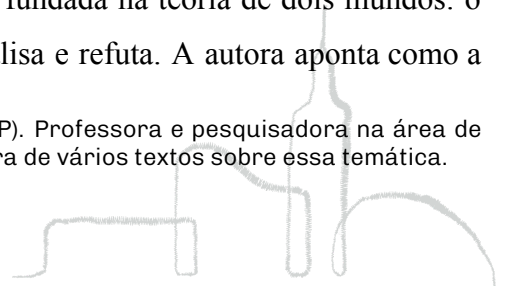
Maria Eduarda Araujo Guimarães¹
guimaraes.madu@gmail.com

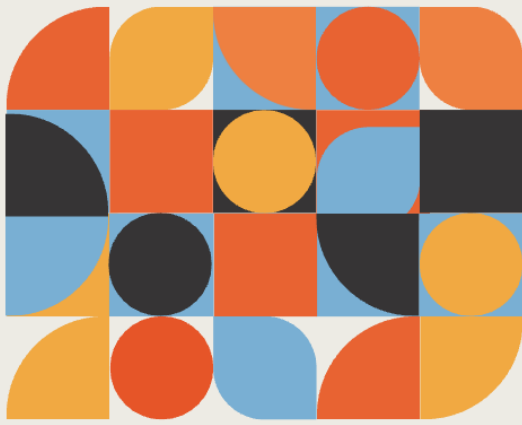
Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em História e Cultura de Moda do CNPq

RESUMO

O objetivo do trabalho é discutir a relevância do conceito de aparência no campo das Ciências Sociais e nos estudos do campo da moda. A metodologia empregada é a bibliográfica e partimos do trabalho do sociólogo Oracy Nogueira (2007), que afirmou que o racismo brasileiro não era fundado na origem, ou seja, na descendência, tal como nos Estados Unidos, mas era um racismo de “marca”, derivado da aparência e que “(...) se exerce em relação à aparência, isto é, toma por pretexto para suas manifestações os traços físicos do indivíduo, a fisionomia, os gestos, o sotaque” (p.292). O racismo de “marca” provoca a preterição, ao contrário do racismo de origem, que é excludente, de modo que existem possibilidades de alterar a percepção da “marca” a partir de alterações da aparência. É possível estender a visão de Nogueira e ampliar esse tipo de discriminação pela aparência para questões de gênero, etárias ou outras relativas ao corpo. Não existe na obra do autor justificativa para usar o termo marca e não aparência, mas analisando o uso do termo nas Ciências Sociais como fundamento de pesquisa, temos mais ausência do que a recorrência, o que nos levou à algumas questões. A primeira é a relação estabelecida entre aparência e superfície, em oposição à ideia de oculto, sendo que mais importante seria aquilo que jaz no interior dos indivíduos, ou seja, o espírito ou alma. Entre os autores que se dedicaram a estudar essa relação, Hannah Arendt (2000) traz subsídios para a análise das razões pelas quais no estudo da moda, elemento fundamental da aparência, esse conceito não tem o mesmo protagonismo de termos como identidade ou distinção. Para Arendt, a discussão da aparência está fundada na teoria de dois mundos: o (verdadeiro) ser e a (mera) aparência, criando uma hierarquia que ela analisa e refuta. A autora aponta como a

¹ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Professora e pesquisadora na área de cultura e consumo, com ênfase nas relações da moda com a cultura popular. É autora de vários textos sobre essa temática.





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

filosofia construiu, a partir de várias visões, uma dicotomia entre alma e corpo, entre o espírito e a matéria que ainda está presente no senso comum e na ciência. Pensar a moda como expressão das identidades, reforça que a aparência traz algo de dentro, do interior dos indivíduos. Se o ser e parecer deveriam ser uma unidade, os estudos de moda criam um impasse para essa perspectiva, pois o surgimento da moda está ligado à possibilidade do ser aparecer de múltiplas formas. Os indivíduos estão no mundo e, ao mesmo tempo, aponta a autora, são o mundo, simultaneamente sujeitos e objetos que percebem e são percebidos. Dessa forma, segundo Arendt, “parecer corresponde à circunstância de que toda aparência, independente de sua identidade, é percebida por uma pluralidade de espectadores” (p.19), ou seja, a aparência é um elemento sensorial. Daniel Miller foi outro autor que discutiu as implicações da aparência nos estudos do campo da moda, enfatizando que roupas não representam as pessoas, mas as constituem. Outro ponto relevante observado na pesquisa foi o uso recente do termo *lookismo* em pesquisas que discutem a aparência, especialmente no mercado de trabalho. Para Gestal, “O Lookismo é um termo relativamente novo usado para descrever um fenômeno antigo: a discriminação com base na aparência física de uma pessoa, o favorecimento de pessoas que são percebidas como fisicamente atraentes em relação a pessoas que não são consideradas fisicamente atraentes para um determinado grupo sociocultural” (2023, p.12). Ao discutir o conceito de aparência e suas implicações nas Ciências Sociais, pretendemos pensar a hierarquização do ser e do parecer e seus efeitos no campo da moda.

Palavras-chave: Ciências Sociais; Aparência; Pesquisa de Moda.

Referências

- ARENDT, Hannah. **A vida do espírito**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- GESTAL, Adriana Ferreira Lopes de. **O peso da aparência para mulheres e homens na indústria de serviços financeiros**. Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas, 2023.
- MILLER, Daniel, **Treco, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- NOGUEIRA, Oracy. Preconceito racial de marca e preconceito racial de origem: sugestão de um quadro de referência para a interpretação do material sobre as relações raciais no Brasil In **Tempo Social**, revista de sociologia da USP, v.19, n.1, pp. 287-308, 2007.

