



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE JORNALISMO**

LUIS EDUARDO ARAÚJO DA COSTA

**GABRIEL DINIZ COMO REFERENCIAL ESTÉTICO NO FORRÓ ESTILIZADO:
UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DA PERSONA DO ARTISTA**

**CAMPINA GRANDE
2018**

LUIS EDUARDO ARAÚJO DA COSTA

**GABRIEL DINIZ COMO REFERENCIAL ESTÉTICO NO FORRÓ ESTILIZADO:
UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DA PERSONA DO ARTISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Kleyton Canuto.

**CAMPINA GRANDE
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

C837g Costa, Luis Eduardo Araújo da.
Gabriel Diniz como referencial estético no forró estilizado
[manuscrito] : uma análise da construção da persona do artista
/ Luis Eduardo Araújo da Costa. - 2018.
67 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2018.

"Orientação : Prof. Me. Kleyton Jorge Canuto ,
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Gabriel Diniz. 2. Estética visual. 3. Forró estilizado. 4.
Artista. 5. Personagem. 6. Persona.

21. ed. CDD 111.85

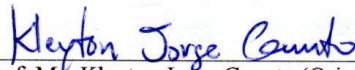
LUIS EDUARDO ARAÚJO DA COSTA

**GABRIEL DINIZ COMO REFERENCIAL ESTÉTICO NO FORRÓ ESTILIZADO:
UMA ANÁLISE SOBRE O PAPEL DA ESTÉTICA VISUAL NA CONSTRUÇÃO DA
PERSONA DE UM ARTISTA**

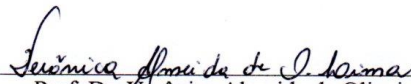
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Jornalismo, da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo.

Aprovada em: 20 / 06 / 2018.

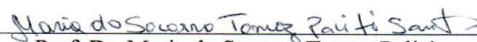
BANCA EXAMINADORA



Prof. M^c. Kleyton Jorge Canuto (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Xerônica Almeida de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Maria do Socorro Tomaz Palitó
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Ao Cristo vivo, Rei dos reis, Senhor dos senhores, a
Ele, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

A todos os meus professores do curso de Jornalismo pela partilha e luz divididas.

À minha família e amigos por serem presentes.

Aos meus amigos mais chegados que souberam entender as minhas demoradas ausências.

Ao amigo Gabriel Diniz, artista pesquisado, por ser uma referência na música e um Rei no Estilo. Obrigado pela simplicidade de sempre. Também ao estilista das estrelas, Li Camargo, pela entrevista concedida e por ser tão rápido sempre que preciso de respostas.

À Noaldo Silva e André Luiz por tantos esclarecimentos e por praticamente uma coorientação.

Aos meus amigos Will e Edmilson Souza pelo gigante apoio técnico, amizade e paciência. Não seria possível sem vocês.

Aos professores do Curso de Jornalismo da UEPB que foram prontos no sim à avaliação desta pesquisa, em especial, Kleyton Canuto pelas orientações e momentos de partilhas e aprendizados, Socorro Palitó pela prontidão e carinho e a Verônica Oliveira por tantos períodos e vivências juntos. Vocês são essenciais na minha formação intelectual e humana por serem modelos.

Ao coordenador Arão de Azevedo pelo atendimento e disponibilidade de ajuda sempre.

Aos colegas de classe pelos momentos de amizade e apoio.

Com efeito, você não esqueceu que o belo não reside inevitavelmente nas coisas, mas necessita do olho humano para ser reconhecido (ROSENFELD, 2001, p. 167).

RESUMO

Neste trabalho apresentamos uma análise sobre a estética visual do cantor Gabriel Diniz, relatando as suas transições visuais ao longo da sua carreira, e como o artista faz o uso de suas roupas de maneira a apresentar uma variação de estilos, com isso, fazendo o uso da diferenciação estética e, deste modo, distinguindo-se esteticamente de outros artistas do seu gênero musical e até de outros gêneros. O objetivo geral é discutir o papel da estética visual na construção da persona de um artista, ou seja, a distinção que um artista precisa ter visualmente, para, de maneira eficaz, conseguir um resultado final satisfatório para o seu personagem. Especificamente, o trabalho vem mostrar que alguns elementos estéticos auxiliam nessa diferenciação, e exemplificar alguns artistas que usaram do visual para apresentar ao seu público um personagem. Analisar também que a persona é composta por seus trajes, porém, com o conjunto de outros fatores, como a personalidade e as atitudes em aparições públicas. E por fim, apresentar quais estratégias são usadas pelo objeto para atrair mais seguidores para si. Pesquisa bibliográfica, arquivos da internet e entrevista, foram as metodologias principais para a fundamentação deste presente projeto. Os resultados vêm fundamentar a afirmação da suspeita principal, de que o visual distingue o objeto de estudo de outros artistas, através da estratégia de diferenciação estética visual que apresenta. Concluímos que, o objeto de estudo compõe um personagem com auxílio da sua vestimenta, atendendo à proposta da pesquisa, e resolvendo a questão de que, o visual colabora diretamente no processo de diferenciação artística, ajudando na composição e complementando a persona no sentido estético-visual.

Palavras-Chave: Gabriel Diniz. Persona. Estética. Estética visual. Diferenciação Estética.

ABSTRACT

In this work we present an analysis of the visual aesthetics of the singer Gabriel Diniz, describing his visual transitions throughout his career, and how the artist uses his clothes in a way to present a variation of styles, thus making use of aesthetic differentiation and, thus, distinguishing itself aesthetically from other artists of its musical genre and even from other genres. The general objective is to discuss the role of visual aesthetics in the construction of an artist *persona*, that is, the distinction that an artist needs visually, in order to effectively achieve a satisfactory final result for his character. Specifically, the work shows that some aesthetic elements help in this differentiation, and exemplify some artists who used the visual to present a character to their audience. Analyze also that the persona is composed of their costumes, however, with the set of other factors, such as personality and attitudes in public appearances. And finally, what strategies are used by the object to attract more followers to you. Bibliographic research, internet archives and interview were the main methodologies for the foundation of this present project. The results support the assertion of the main suspicion that the visual distinguishes the object of study from other artists through the strategy of visual aesthetic differentiation that it presents. We conclude that the object of study composes a character with the aid of his dress, taking care of the proposal of the research, and solving the question that, the visual collaborates directly in the process of artistic differentiation, helping in the composition and complementing the person in the aesthetic- visual.

Keywords: Gabriel Diniz. Persona. Aesthetics. Visual Aesthetics. Aesthetic Differentiation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- O chapéu de cangaceiro prefigura o personagem que o Rei do Baião desejava expressar, além de outros objetos em sua vestimenta.....	20
Figura 2- O estilo simples de Luiz Gonzaga no início de carreira.....	21
Figura 3- A estética visual de Luiz Gonzaga depois de ter sido influenciado por Pedro Raymundo.....	21
Figura 4- Dominginhos foi companheiro de sanfona e influenciado pelo estilo do “Rei”.....	22
Figura 5- Marinez, grande companheira de Gonzagão. A cantora e compositora recebeu influências do visual do Rei do Baião.....	22
Figura 6- O chapéu era sempre posto em evidência no traje de Gonzagão.....	23
Figura 7- O gibão era mais um elemento que representava o típico nordestino, sempre presente na composição visual de “Lua”.....	23
Figura 8- A ênfase no personagem do Nordeste na contracapa de um de seus trabalhos.....	24
Figura 9- Santanna O Cantador usa traços em seu visual influenciados diretamente pela figura nordestina.....	25
Figura 10- Alcymar Monteiro usou o gibão e um chapéu de vaqueiro (O de Gonzagão era de cangaceiro) em um de seus trabalhos em homenagem à Luiz Gonzaga, o CD/DVD “Concerto para Gonzaga”.....	25
Figura 11- O som e o visual moderno de Mastruz com Leite inauguravam uma nova fase para o forró.....	27
Figura 12- O visual moderno era uma das marcas da banda.....	28
Figura 13- Nos anos 2000 já surgiam bandas com características visuais padronizadas: Homens com cabelos grandes e mulheres com pouca roupa. A Banda Calcinha Preta é exemplo deste tipo de identidade visual.....	29
Figura 14 - Influenciado pelo “funk ostentação”, o cantor Gabriel Diniz exibia carros de luxo e lugares frequentados por pessoas de classe média e alta em seus clipes.....	30
Figura 15- Carro de luxo e país internacional em um dos clipes do GD.....	30
Figura 16- O cantor também exibia bens materiais como ostentação.....	31
Figura 17- O artista tentava comunicar a sua mensagem também através das suas roupas.....	46
Figura 18- GD com calças <i>leggings</i>	47
Figura 19- O artista permanecia com o visual típico.....	47
Figura 20- GD em um de seus shows.....	48

Figura 21- <i>Legging</i> em estilo diverso.....	48
Figura 22- O cantor procurava usar um estilo que trouxesse a harmonia com o seu personagem, por isso as roupas estampadas “casando” com a irreverência das suas aparições públicas.....	49
Figura 23- Os estilos de estampas eram variados e procuravam fazer com que o artista tivesse o seu visual em evidência.....	49
Figura 24- O estilo novo fora adotado em seus shows e as estampas eram o look da vez.....	50
Figura 25- O cantor exhibe as suas muitas estampas novas.....	50
Figura 26- Em vários momentos, GD se mostra com o estilo que marcaria uma temporada de sua carreira, esteticamente falando.....	51
Figura 27- A imagem é de 2018, porém, as jaquetas punk customizadas representam a fase estética do cantor em 2017, sobretudo na temporada do mês junino.....	53
Figura 28 - Tecidos, tachas, correntes e tiras de couro são adereços que compõem a jaqueta exclusiva do artista.....	54
Figura 29- O xadrez é composição do estilo grunge, difundido no final dos anos 80.....	55
Figura 30- O estilo “metal” também é usado na composição visual de Gabriel Diniz.....	55
Figura 31- Óculos, camiseta com lantejoulas e lavagem com tintura, e calças <i>destroyed</i> (destruídas, surradas) alternam o estilo estético de GD.....	56
Figura 32- O estilo no início da carreira.....	57
Figura 33- GD usava cabelos e roupas simples.....	57
Figura 34- Cabelos longos em um dos shows.....	58
Figura 35- GD apresenta novo corte.....	58
Figura 36- Cabelos mais crescidos foram marca de GD no final de 2017.....	59
Figura 37- O rabo de cavalo é uma variação do estilo de penteados usados pelo cantor.....	59
Figura 38- Desta vez, a trança é usada como penteado.....	60
Figura 39- Acessórios diversos presentes no visual extravagante de GD.....	62
Figura 40- Óculos, boné, bandana, camiseta com lantejoulas. Vários elementos compoem o look de Gabriel Diniz na apresentação.....	63
Figura 41- A bandana posta na cabeça varia o estilo do cantor.....	63
Figura 42- A bandana usada no punho e na mão com um moletom customizado.....	64
Figura 43- A bandana é usada na calça desta vez.....	64
Figura 44- O Rei do Pop é referência no estilo. O artista usava acessórios únicos para as suas apresentações, e por vários deles era reconhecido.....	65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GD Gabriel Diniz

LUA Luiz Gonzaga

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	12
2.	PASSEIO HISTÓRICO PELA ESTÉTICA VISUAL DOS ARTISTAS DE FORRÓ.....	15
2.1	A estética e o seu conceito milenar	15
2.1.1	O papel da aparência na aceitação de um indivíduo em sociedade	16
2.1.2	A relação da estética visual na construção da identidade de um artista	17
2.2	Luiz Gonzaga: o precursor responsável pela expansão de um estilo estético-visual que continua a influenciar uma geração.....	19
2.3	Do “boom” do forró eletrônico dos anos 90 até o “forró ostentação”	26
3.	A <i>PERSONA</i> COMO INSTRUMENTO DE EXPRESSÃO E IDENTIDADE SOCIAL DO INDIVÍDUO	32
3.1	A <i>persona</i> e a atuação dos nossos papéis na sociedade.....	32
3.2	A <i>persona</i> se mostra e é revelada de forma coletiva, em sociedade	35
3.3	A roupa comunica a expressão e a identidade da nossa <i>persona</i>	40
4.	GABRIEL DINIZ: TRANSIÇÃO VISUAL COMO ESTRATÉGIA DE IDENTIDADE E DIFERENCIAÇÃO ESTÉTICA E ARTÍSTICA	44
4.1	Das calças <i>leggings</i> às camisetas estampadas: o estilo ousado	45
4.1.1	O uso das estampas como maneira de chamar atenção do estilo para si	48
4.2	Composição de um estilo: Li Camargo e Fkawallys à frente da personificação visual da identidade do artista.....	51
4.3	O David Bowie do forró: a atitude diversa nos cortes de cabelo, penteados e adereços	56
4.3.1	Os cabelos que expressam a harmonia com o visual e a irreverência do artista	56
4.3.2	A importância dos acessórios para a composição visual de um artista	60
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
	REFERÊNCIAS	67
	REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS	70
	APÊNDICE A - ENTREVISTA COM O <i>STYLING</i> LI CAMARGO.....	71

1. INTRODUÇÃO

No mundo musical da cultura pop e do rock, podemos encontrar inúmeros exemplos de artistas que mostram uma personalidade única, como também encontramos diversos nomes com as mesmas características no passado. Michael Jackson, Prince, David Bowie, Bruno Mars, Lady Gaga, Amy Winehouse ou Janis Joplin, são marcantes (ainda que mortos alguns deles), pela carga imaginária que nos deixaram de seus personagens e identidades.

No Brasil, Cauby Peixoto, Ney Matogrosso, Cazuza e Elke Maravilha, são nomes que nos conectam às suas imagens apenas ao pronunciarmos os seus nomes. A conexão é direta porque estes artistas usaram do artifício da projeção de suas imagens como elo que conecta as suas personalidades com o estilo que carregam (ou carregavam) consigo durante toda a vida.

A pesquisa é uma análise sobre a estética visual do cantor de forró Gabriel Diniz, natural do Mato Grosso do Sul, mas residente na capital da Paraíba (João Pessoa) desde a sua infância. Por vezes, encontraremos a sigla GD, que é a abreviação do seu nome, como também o título “Rei da Ousadia”, atribuído por fãs do cantor. Mostraremos neste trabalho, as mudanças do seu visual ao longo da sua carreira, e como o artista faz o uso de suas roupas de maneira a sempre apresentar uma variação de estilos, apropriando-se da diferenciação estética, e assim, distinguindo-se esteticamente de outros artistas do seu gênero e até de outros gêneros que compõem a diversidade musical do Brasil.

Esta imagem se torna ainda mais evidente quando direcionada a um cantor, e para que esse personagem seja construído, é necessário o uso de uma estética visual que permita que o astro se mostre ao mundo, ao outro. Mais do que uma roupa em si, o visual comunica o indivíduo com a sociedade, e não seria diferente do artista para o público, por conter a mesma relação de reciprocidade.

O trabalho presente tem a sua importância porque mostra como grandes artistas usaram do aspecto visual para conectarem-se com os seus públicos e causaram um impacto visual em suas apresentações, fazendo com que as suas estéticas auxiliassem na construção de personagens que marcaram gerações, como foi o caso do Rei do Baião (como também nos referimos a Luiz Gonzaga na pesquisa, assim como “Lua”, onde citamos no capítulo primeiro), usando-o como exemplo. O artista foi um revolucionário do seu tempo, pois, nos anos 40, assumiu a figura de um nordestino autêntico da época, mesclando o estilo de um vaqueiro com um cangaceiro e assim cantando o sertão de maneira característica. A sua musicalidade e a marca forte do seu visual projetaram-no por todo o Brasil.

O problema que levantamos nas páginas a seguir é de percepção da maioria dos artistas. É claro que há nos artistas uma estética, uma preocupação com as roupas e a beleza, porém, o foco deste trabalho é para algo além dela; o da diferenciação da mesma. Em outras palavras, podemos encontrar no meio artístico brasileiro características visuais muito parecidas, outras até iguais, uma espécie de “mais do mesmo”. A diferenciação estética aborda características únicas em um visual, como a customização, por exemplo. O fazer as suas próprias roupas, como na onda punk dos anos 70 e 80, e assim, tendo trajés exclusivos, que não há par em outro.

Discutiremos o papel da estética visual na construção da *persona* de um artista, ou seja, a distinção que um artista precisa ter visualmente, para, de maneira eficaz, conseguir um resultado final satisfatório para o seu personagem. Alguns artistas usam do marketing de diferenciação visual para encantamento dos seus seguidores, e por outro lado, para atrair outros novos.

Para aprofundamento e maior precisão da pesquisa, usamos bibliografias, arquivos da internet, análise das roupas do nosso objeto de pesquisa, e uma entrevista com o seu *stylist*, Li Camargo. Estas foram as metodologias principais para a fundamentação deste projeto.

Mostraremos no capítulo segundo, o conceito de estética em Platão (IV/V a.C.), que desde a filosofia clássica já discursava sobre o tema. Também abordamos o papel da aparência na aceitação de um indivíduo em sociedade e o quanto ela é decisiva na influência que o outro tem sobre nós. Analisamos a relação da estética visual na construção da identidade de um artista, o quanto a estética reflete a personalidade e mostra o que um artista é através do visual que possui. Finalizamos o capítulo fazendo uma ponte do que aconteceu depois da morte de Luiz Gonzaga, a herança musical e estética que ainda ficou depois da partida do Rei do Baião. Damos o exemplo de Mastruz com Leite, banda dos anos 90 que mesclou elementos eletrônicos no forró até então tradicional.

No capítulo terceiro, aprofundaremos o conceito de *persona*, a máscara que usamos na sociedade, atuando papéis de maneira consciente com um propósito, ou até mesmo inconscientemente. O último capítulo dedicamos inteiramente a Gabriel Diniz, a quem tomamos como referencial estético no forró atual. O seu estilo o coloca em destaque porque o mesmo usa do marketing de diferenciação estética para causar o impacto visual que pré-agenda, como em teorias iniciais do jornalismo.

Diante desta guisa, há uma preocupação genuína dos artistas brasileiros em expressarem as suas *personas* através de traços estéticos? Há um olhar sobre o estético que revela as suas personalidades de forma única, exclusiva? O que faz de Gabriel Diniz um

artista com pensamento e atitude estética diferenciada como poucos na história da música brasileira?

2. PASSEIO HISTÓRICO PELA ESTÉTICA VISUAL DOS ARTISTAS DE FORRÓ

2.1 A ESTÉTICA E O SEU CONCEITO MILENAR

Sendo uma concepção milenar, o campo da Estética vem sendo explanado desde Platão (438/427-348/347 a.C.) as épocas clássicas da filosofia, sendo definida como “Filosofia do Belo”, sendo o belo propriedade do objeto. A Estética por este motivo, era observada e estudada. A partir do belo, a Estética era considerada como sendo pertencente à natureza e à arte. Platão hierarquizava a natureza como sendo primeira do que o belo.

Só a partir da Alemanha, sendo Hegel (1770-1831) como o seu responsável, que o belo artístico teve a sua importância elevada, superando o belo da natureza. Isso deu-se a partir do idealismo alemão. Hegel formulou a ideia de que a natureza é nascida uma vez apenas, por outro lado, o belo é nascido duplamente, sendo nascido do espírito. Por este motivo, segundo Hegel, a Estética deve ser vista como uma filosofia da arte (SUASSUNA, 2013).

Platão não escreveu de forma positiva sobre os poetas a ele contemporâneos. A razão analisada pelo filósofo era que a poesia possuía um apelo sedutor, porque na época, a poesia era recitada, e não lida, como mais comumente a conhecemos. Isso gerava devoção e não racionalidade, segundo Platão. Para o filósofo, o poeta é falso, porque hipnotiza os espectadores como em um transe. Porém, há um lugar para a beleza em suas reflexões: na matemática, na racionalidade e na beleza das formas ideais. Platão achava insano considerar que a beleza fosse motivo de estudo, muito menos a arte, a exemplo da poesia. Aristóteles (384-322 a.C.), seu discípulo, já discordava, atento à variedade da vida (HERWITZ, 2010).

A Estética “ressurge” com força em meados do século XVIII, e Baumgarten foi o primeiro a organizá-la sistematicamente. O mesmo afirmava que a estética era a ciência de como as coisas podem ser conhecidas pelos sentidos. Com isso, ele ressaltava que a Estética possuía elementos de cognição e emoção.

Há muitas perguntas em torno do estudo da Estética, por sua complexidade, como: Ela vem pela iluminação do conhecimento sensorial através da propriedade da capacidade intelectual, ou intermedia o corpo e a mente? É uma função ou é tátil? Por causa da multiplicidade de questões, há uma confusão de significados. Kant aponta a primeira luz para a problemática: a Estética concebe-se como “juízo estético” em relação com o sublime, o gosto e o belo. A concepção de Estética, segundo Kant, não é fácil de ser conceituada porque a mesma ideia é uma intuição do nosso imaginário, e nessa época, a Estética baseou-se

em uma relação entre o homem e os objetos dados: o sublime e o belo. Não há Estética em si nesses elementos, pois, o estético parte de algo subjetivo do ser, e a imaginação flui quando em frente ao objeto, portanto, disso surge uma “ideia estética” (ROSENFELD, 2001).

Retratamos a estética no sentido filosófico, e os contrapontos em seus conceitos são múltiplos e complexos, porém, a fizemos de maneira sucinta, por não ser o foco da nossa pesquisa estender-se no assunto, nem tampouco, de longe, esgotar o tema.

2.1.1 O papel da aparência na aceitação de um indivíduo em sociedade

Diferente da ideia clássica da estética, hoje o tema é muito mais relacionado com a questão da beleza em si do que com a questão primária filosófica.

Em tempos digitais, percebemos a importância da aparência para a geração contemporânea, e esta importância exacerbada nunca foi tão evidente. Contudo, fora do digital, a aparência continua tendo a sua importância, pois, o primeiro contato com uma pessoa se dá através do visual, da aparência que temos do outro.

Autores diversos discorrem sobre o tema da aparência, e indicam que o bombardeio de imagens é o que motiva o uso recorrente de recursos para minimizar os efeitos do tempo no corpo, que é visto como fonte de desejo e de admiração. Mike Featherstone afirma que,

Imagens do corpo belo, abertamente sexual [...], enfatizam a importância da aparência e do look [...]. A percepção do corpo na cultura de consumo é dominada por um vasto arsenal de imagens visuais. De fato, a lógica interna da cultura de consumo depende do cultivo de um apetite insaciável para o consumo de imagens (FEATHERSTONE, 1991, p. 170 e 178).

A questão da aparência é importante principalmente para quem tem contato direto com o público, com isso, aqueles que estão expostos, o estão suscetíveis a opiniões e julgamentos de acordo com o que ficou impresso em suas imagens. Essa aparência, por vezes é confundida com o quesito capacidade, e como contraponto, não se deve superestimar a aparência à capacidade que temos (FERRARI, 2008).

Bull (2010) afirma sobre a importância de mantermos sempre agradável a nossa aparência, tendo cuidado sempre com o nosso corpo, o nosso cheiro e as nossas roupas, mas principalmente com a expressão do nosso rosto. Uma aparência agradável atrai as pessoas, porém, o nosso corpo comunica ainda mais do que a aparência que mostramos através da nossa estética.

É inegável a cultura do corpo e da boa aparência na sociedade atual, é um fenômeno até de supervalorização da aparência, seja no corpo em si, no rosto, cabelos ou roupas. Desta

maneira, as relações humanas se tornam fragilizadas, deixando o visual possuir a sua maior importância no outro. O contraste entre essência e aparência é uma realidade que não se pode negar. Historicamente, o próprio Aristóteles (V a.C.) afirmou que a beleza é uma indicação ainda mais influente do que uma carta de apresentação (NOVAES, 2006).

A autora continua discorrendo sobre o papel da aparência e a importância de cada ser humano ter empenho na apresentação da sua imagem ao mundo, ao dizer que

Em uma sociedade como a nossa, na qual o máximo da valorização social não reside na realização das ideologias/utopias, mas na realização dos projetos individuais, nada mais antipático e que desperte menos solidariedade do que um indivíduo incapaz de se empenhar no projeto pessoal da boa aparência (NOVAES, 2006, p. 116).

Essa aparência se torna ainda mais evidente quando direcionada a um artista, ainda mais sendo este de massas, e para que essa aparência seja construída, é necessário o uso de uma estética visual que permita que o artista se mostre ao mundo, ao outro. Sobre isso, falaremos no tópico a seguir.

2.1.2 A relação da estética visual na construção da identidade de um artista

O homem primitivo não possuía conhecimento sobre estética e vestia-se no intuito de proteger-se do frio e para proteção da própria pele. Apesar disso, o olhar sobre o tempo primitivo e sobre as roupas dos primeiros homens são fonte de estudo e referência estética visual. A moda não é estudada em todas as épocas e não pertence a todos os tempos, mas é uma construção histórica e cultural que tem sido transformada ao longo dos anos. Apenas em meados da Idade Média que o homem começa a contemplar a roupa como estética. Dessa forma, a roupa passou a ser vista com fantasia, apreciação, prazer. O ato de vestir-se passou a ter, a partir daí, uma concepção estética (CIDREIRA, 2005).

A moda, e mais especificamente ainda, o vestuário, possui uma rede de sentidos na construção de uma identidade, e esta identidade define um estilo singular, capaz de manter um diálogo com a sociedade. Para o artista, há uma diferenciação entre o mesmo e o seu público, capaz de promover um encantamento por sua distinção de papéis. Neste ponto, há de ser considerado o fato de que, é importante uma estética visual específica para aquele momento, uma estética única, para que seja constituída a sua identidade. É a estética exclusiva, um traje determinado, os traços de alguém e as suas roupas, quem darão pistas de quem ele é como indivíduo, e como se mostra a sua personalidade em sociedade (Idem, 2005).

Expedito Leandro Silva cita Luiz Tatit em depoimento, e o mesmo afirma que

Talvez os artistas não estejam tão interessados na parte estética em si, mas estão conseguindo soluções muito boas de espetáculos de multidão como ainda não tinha acontecido anteriormente (TATIT, 1999 *apud* SILVA, 2003, p. 52).

Há sentido que não há uma preocupação especificamente com o fator estético, porém, como todo produto da indústria cultural, há uma reciclagem constante de vários aspectos que compõem um produto artístico, e a estética passa também por essa lista.

Mais do que uma roupa em si, a estética visual comunica o indivíduo com a sociedade, e não seria diferente do artista para o público, por conter a mesma relação de reciprocidade. Sobre estar vestido e projetar-se para o outro, Cidreira afirma que

No entanto, se partimos do pressuposto de que existe algo para além de um significado definido previamente e de que mesmo a peça vestimentar não pode ser concebida como um mero transmissor, nos aproximamos da dimensão formante presente na dinâmica da moda, e nos damos conta de que é preciso apreciar não apenas o sentido vestimentar isoladamente, mas também a relação que ela estabelece entre indivíduo e sociedade. Pensar, talvez, a vestimenta como uma forma estética e simbólica, e enquanto tal, como expressividade plástica de uma identidade situacional e projetiva (CIDREIRA, 2005, p. 29 – 30).

Alguns artistas ao mostrarem uma identidade visual, um personagem, optam pelo uso de roupas que traduzam uma individualidade, ou seja, algo único, personalizado. Visto por este prisma, poucos tiveram destaque neste sentido de mostrarem-se únicos em seu visual durante as apresentações. É o que mostra Cidreira (2005) ao relatar algumas utilidades práticas da moda e das roupas como impacto visual. A estética visual desperta o prazer de ver e ser visto, de mostrar-se para o outro e para a sociedade. Portanto, a moda tem um papel de individualização narcísica no ser humano, um culto à estética do próprio eu. Nessa ótica, oferece um pano de fundo ideal para quem deseja se portar de maneira única, diferente de todos, no caso do artista, aparecendo de maneira individual e personalizada (Idem, 2005).

Como exemplo prático, veremos a figura de maior destaque para o Nordeste e para o forró em si, por ser o maior nome deste segmento, Luiz Gonzaga, o “Rei do Baião”. De maneira prática, analisaremos o seu visual estético e o papel da aparência na impressão pública do artista, como também a sua estética visual, prefigurando um personagem nordestino dos anos 40, e por esta imagem projetada, ter sido reconhecido.

2.2 LUIZ GONZAGA: O PRECURSOR RESPONSÁVEL PELA EXPANSÃO DE UM ESTILO ESTÉTICO-VISUAL QUE CONTINUA A INFLUENCIAR UMA GERAÇÃO

A pesquisadora Luciana Chianca afirma que o nome “forró” surgiu da maneira aportuguesada de dizer *for all*, ou seja, “para todos”, advindo de festas abertas promovidas por ingleses que residiam e trabalhavam no Brasil. Segundo ela, essa é a etimologia da palavra que originou o estilo. No meio acadêmico essa versão é questionada, porém, a mais conhecida. Esse estilo foi nacionalmente expandido a partir da figura de Luiz Gonzaga, o Rei do Baião, o filho de Januário (CASTRO, 2012).

Luiz Gonzaga carregava em si não só a invenção de um estilo que traduziria o povo nordestino, mas também uma estética que divulgaria por todo o país os traços da figura nordestina em seu traje típico do sertão. O contato com a Rádio Nacional lhe rendeu a amizade com o sanfoneiro do Rio Grande do Sul, Pedro Raymundo. O músico não se vestia com roupas comuns, de pessoas do cotidiano, mas se vestia com roupas típicas da região em que vivia. A partir deste contato e deste olhar, Luiz Gonzaga que se vestia apenas com paletó e gravata, foi influenciado a ponto de carregar por toda a sua vida o que seria o traço marcante de sua carreira, esteticamente falando; o traje que misturava a figura de um boiadeiro com a de um cangaceiro, personagens conhecidos da cultura popular do Nordeste do Brasil. Este figurino, unido às letras que narravam com detalhes os sofrimentos do nordestino nos anos 40, as viagens sofridas para o sul por trabalho, as vegetações típicas, animais e clima, consagraram definitivamente Luiz Gonzaga como artista. Foi o casamento de um estilo com a sua exemplificação estética fazendo do Rei do Baião a *persona* que traduzia o Nordeste (SANTOS, 2013). O capítulo 2 dedicamos inteiramente a este conceito de *persona*, cujo tema veremos posteriormente.

O pernambucano de Exu, acabara de criar um jeito único de um artista de vestir, ou seja, de maneira exclusiva, com roupas preparadas exclusivamente para as suas apresentações. Nêumanne¹ em artigo para o Jornal GGN de 2010, afirma que Luiz Gonzaga inaugurou uma estética para o seu tempo.

Mas, como os fabulosos garotos de Liverpool, ele tinha fundado uma estética, inaugurado uma cultura. Os quatro cavaleiros do Império Britânico foram muito além do universo dos rouxinóis e viraram o Ocidente de pernas para o ar. E o sanfoneiro do Exu inventou a cultura regional nordestina. (NÊUMANNE, 2010)

¹ José Nêumanne Pinto é jornalista e escritor brasileiro. Editor e articulista de O Estado de São Paulo. Publicou mais de 10 livros sendo estes de poesias, romances, política, biografia, perfil, reportagem e outros gêneros literários.

Conforme a figura 1, o chapéu que Luiz Gonzaga usava possuía influência do personagem do cangaceiro, e era uma das peças mais importantes e imponentes do seu vestuário como artista. O cantor sempre mantinha o artifício em seus shows, divulgando o homem típico nordestino.

Figura 1: O chapéu de cangaceiro prefigura o personagem que o Rei do Baião desejava expressar, além de outros objetos em sua vestimenta



Fonte: <https://goo.gl/86nDDQ>

Seu Aprígio era o responsável por confeccionar as roupas do Rei do Baião. O estilo não era fácil de ser preparado e isso sempre deu muito trabalho para o artesão e mestre Aprígio. Ainda hoje o artista é vivo e fabrica peças no mesmo estilo para artistas que são influenciados pela figura de Gonzagão. O artesão conta em entrevista para o G1 (2015) que, com o traje customizado, o público tirava foto do artista, e ele era muito aplaudido com aquela roupa diferente e bem desenhada, e que, se tivesse algum “defeitinho”, ele ia em cima.

O artista nordestino não apenas se manteve sozinho em seu estilo, mas influenciou uma gama de cantores que se estenderam posteriormente à sua geração, porém, desde as suas apresentações, outros músicos e cantores já consagrados aderiram à estética de “Lua”, como era também conhecido. Antes de conhecer o músico que o influenciara no estilo, Gonzagão não possuía uma visão estética de trajes de um artista, usando da diferenciação para com o público, como podemos ver na figura 2. Na figura 3, notamos uma transformação na diferença estética do artista depois de ter contato com Pedro Raymundo (MEDEIROS, 2012). Na figura 4, Luiz Gonzaga é acompanhado por aquele que seria seu grande parceiro de instrumento, o acordeonista Dominginhos, que passou a usar a estética semelhante a Gonzagão. A cantora e compositora Marinez, conforme a figura 5, sua grande parceira em várias canções, assemelha-se ao mestre no

visual. Dominginhos, Santana Cantador, Marinez, Genival Lacerda, Flávio José, Alcymar Monteiro e outros grandes cantores, possuem traços estéticos nas suas vestimentas, como também o fato de carregarem alguns, o acordeom, influenciados por Luiz Gonzaga (NÊUMANNE, 2010).

Figura 2: O estilo simples de Luiz Gonzaga no início de carreira



Fonte: <https://goo.gl/9jC5MW>

Figura 3: A estética visual de Luiz Gonzaga depois de ter sido influenciado por Pedro Raymundo



Fonte: <https://goo.gl/xtMecr>

Figura 4: Dominginhos foi companheiro de sanfona e influenciado pelo estilo do “Rei”



Fonte: <https://goo.gl/ouf432>

Figura 5: Marinez, grande companheira de Gonzagão. A cantora e compositora recebeu influências do visual do Rei do Baião



Fonte: <https://goo.gl/AjScVJ>

Vale notarmos ainda, os detalhes usados pelo artista em sua composição visual, como o chapéu de couro visto de maneira em destaque na figura 6, e o seu gibão na figura 7, peça usada por vaqueiros para proteção nas matas quando estes se encontram em atividade.

Figura 6: O chapéu era sempre posto em evidência no traje de Gonzagão



Fonte: <https://goo.gl/723kei>

Figura 7: O gibão era mais um elemento que representava o típico nordestino, sempre presente na composição visual de “Lua”



Fonte: <https://goo.gl/2YJqAG>

Na imagem seguinte (Figura 8), vemos o gibão de forma aproximada, com seus detalhes e suas cores ressaltadas, foto que o Rei do Baião fez questão de destacar na contracapa de um dos seus discos. Em seguida, na imagem 9, temos a figura de Santanna O Cantador, com chapéu de boiadeiro de couro (O mesmo mostra influência direta não só em sua musicalidade, mas em sua estética com Gonzagão). Da mesma forma, mostramos na imagem 10, o cantor Alcymar Monteiro com roupas de vaqueiro, semelhantes às que usava Luiz Gonzaga.

Figura 8: A ênfase no personagem do Nordeste na contracapa de um de seus trabalhos



Figura 9: Santanna O Cantador usa traços em seu visual influenciados diretamente pela figura nordestina



Fonte: <https://goo.gl/rZCd5y>

Figura 10: Alcymar Monteiro usou o gibão e um chapéu de vaqueiro (O de Gonzagão era de cangaceiro) em um de seus trabalhos em homenagem à Luiz Gonzaga, o CD/DVD “Concerto para Gonzaga”



Fonte: <https://goo.gl/9dFr9z>

2.3 DO “BOOM” DO FORRÓ ELETRÔNICO DOS ANOS 90 ATÉ O “FORRÓ OSTENTAÇÃO”

O objetivo deste capítulo não é detalhar cada grupo de forró eletrônico, pois, seria necessário um capítulo à parte para este olhar, contudo, o foco é o de mostrar alguns exemplos de mudanças estéticas dos grupos de forró dos anos 90. Alguns mantiveram a “nordestinidade²”, outros mudaram radicalmente, frisando uma nova proposta para o mercado. Grupos como Magníficos, Brucelose, Banda Líbanos, Cavalo de Pau e a principal expositora deste novo som, a Mastruz com Leite, inovaram o mercado do forró no Nordeste e no Brasil inteiro, apresentando uma proposta diferente de som, sobretudo de estética visual.

A globalização que iniciara em meados dos anos 80 e o processo de digitalização e de mudança cultural, criavam uma cena para o forró, uma outra proposta de som, diferente de Luiz Gonzaga que abordava a saudade do sertão, a saudade do amor, de temas com propostas por vezes bucólicas. Naturalmente, o forró iria abranger as suas vertentes e mudar a sua proposta daquela que ligava o estilo à nostalgia por Luiz Gonzaga e a saudade do Rei do Baião. A partir desta ideia, foram sendo introduzidos elementos ao estilo, que mesclavam o “tradicional com o eletrônico”. Oswaldinho do Acordeom, já em 1977, vinha com a ideia de unir elementos eletrônicos à proposta tradicional do estilo de antes, o que fez em seu disco “Forró Pop”. Jorge de Altinho começou a misturar no início dos anos 80, forró com *soul* e rock, no intuito de causar uma sonoridade moderna.

Cantores com ligação no forró como Flávio José, Elba Ramalho, Alceu Valença, Eliane e até o próprio Luiz Gonzaga, já começaram a produzir nos anos 80, músicas que não eram de cadência lenta como a proposta original. Desde o final da década de 70 surgiu o pano de fundo para o forró eletrônico dos anos 90. Mastruz com Leite, grupo formado no Ceará, é o primeiro exemplo desta nova vertente do estilo. O grupo que colocou de forma explícita no mercado uma nova proposta. Mastruz com Leite não perdeu as características do Nordeste em seu som (a nordestinidade na sonoridade e nas letras), mas mesclou com outros instrumentos e elementos como a guitarra, bateria, baixo, teclado, metais e percussão.

Deste modo, não era só puro marketing a fusão sonora, mas também visualmente era uma proposta e uma estética que chamasse a atenção do público para o diferente até então no momento. A proposta era tirar a estética e a imagem que se tinha do forró como um estilo

² O Nordeste do Brasil é rico em cultura, seja na sua música, na literatura ou nas artes em geral. Luiz Gonzaga cantou o sertão em seu clima, suas aves, seus animais e seus costumes. Todo esse conjunto do que compõe o Nordeste, esse “pano de fundo”, é denominado de “nordestinidade”.

rural e “atrasado”, e inserir o gênero na cultura pop. A estética já abarcava uma performance bem elaborada com figurinos ousados e tudo feito como pede um espetáculo. A estética também era parâmetro para a vertente moderna do forró (TROTТА, 2014).

Como vimos, a mudança estética no forró também viria para causar impacto não só pela sonoridade e vozes dos solistas, como também pela composição imagética dos componentes. Como podemos observar na figura 11, cabelos cacheados e roupas modernas para a época, eram características que marcavam a banda eletrônica dos anos 90, Mastruz com Leite, assim como um conjunto de espetacularização para compor o todo: luzes e instrumentos agregados.

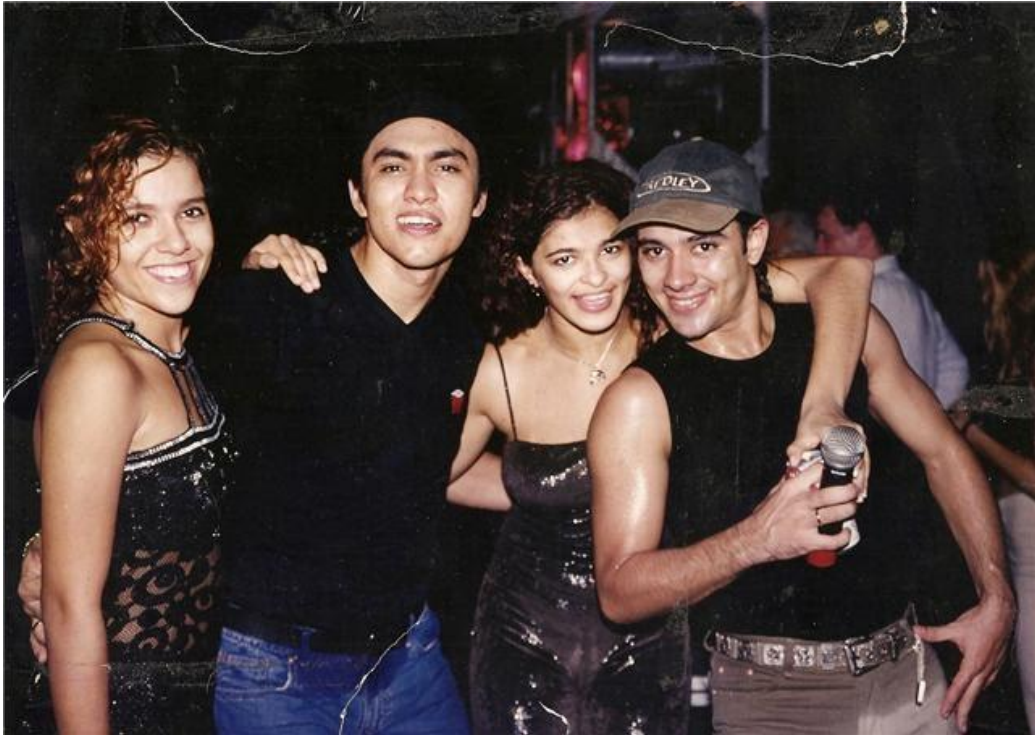
Figura 11: O som e o visual moderno de Mastruz com Leite inauguravam uma nova fase para o forró



Fonte: <https://goo.gl/N3wQBU>

Na imagem seguinte (Figura 12), como vemos, não havia a característica de traços do Nordeste presentes na composição visual das bandas dos anos 90. Em mais uma imagem da Mastruz, O foco era entrar em outro nicho de mercado; o que emergia a musicalidade atual: o pop. Os cantores abraçavam um estilo atual e esteticamente oposto ao de Luiz Gonzaga, por sua proposta.

Figura 12: O visual moderno era uma das marcas da banda



Fonte: <https://goo.gl/dEQNsA>

Nos anos 2000, surge uma nova proposta estética e sonora no mercado do Nordeste. Bandas como a sergipana Calcinha Preta, apresentam uma roupa ainda mais moderna e ousada do que as bandas dos anos 90: figuras masculinas com vozes agudas, cabelos lisos e compridos, e a figura feminina mostrada de maneira sensual e com pouca roupa.

Podemos observar na figura 13, o estilo que iria compor essa nova proposta visual. A linguagem destas novas bandas de roupa eletrônica é estilizada, eletrizante e de apelo à imagem, com iluminação e muito brilho (SILVA, 2003).

Figura 13: Nos anos 2000 já surgiam bandas com características visuais padronizadas: Homens com cabelos grandes e mulheres com pouca roupa. A Banda Calcinha Preta é exemplo deste tipo de identidade visual



Fonte: <https://goo.gl/LTx6Ne>

Por volta de 2005 surge em São Paulo o funk ostentação, que veio explodir de verdade a partir de 2010. Como o nome já sugere, os seus artistas MCs exibem suas riquezas através de carros, joias, viagens e lugares surreais. No funk ostentação não existe luta contra o sistema capitalista, pelo contrário, existe o desejo compulsivo de fazer parte dele, de consumir mercadorias sem pesquisar por seu preço. Karl Marx chama isso de “fetichismo da mercadoria” (WYLLYS, 2014).

No mesmo contexto do funk ostentação, surge o “forró ostentação”, que tem como figura marcante o cantor Gabriel Diniz, objeto desta pesquisa. No início da carreira, o artista exibia em seus videoclipes objetos de luxo, lugares só acessíveis a pessoas de classe média ou alta, e carros importados. Na figura 14, no clipe “Cara de preocupação³” (Disponível no Youtube) no início da carreira, o artista mostra em cena a imagem em uma limusine acompanhado de uma mulher jovem loira. O clipe ainda fora gravado em Miami, nos Estados

³ Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=qmOvUI2Pws0> > Acesso em 10. mai 2018.

Unidos. Na figura 15, o cantor ostenta outro carro importado no clipe “Só vim pra dançar⁴”, desta vez gravado em Las Vegas, disponível também pelo Youtube.

Figura 14: Influenciado pelo “funk ostentação”, o cantor Gabriel Diniz exibia carros de luxo e lugares frequentados por pessoas de classe média e alta em seus clipes



Fonte: <https://goo.gl/zokYH7>

Figura 15: Carro de luxo e país internacional em um dos clipes do GD



Fonte: <https://goo.gl/pC1yht>

Apesar do título de “fórró ostentação”, Gabriel Diniz afirma em entrevista em canal do Youtube (2014) que este não é o foco da sua ostentação, e sim o jeito que ostenta a sua

⁴ Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=7J855c_IEAU > Acesso em 10 mai. 2018.

alegria, irreverência, ousadia e as suas roupas, chamando a atenção do público para si. Na figura 16, o artista exibe seus sapatos em sua conta no *Instagram* (@gabrieldiniz).

Figura 16: O cantor também exibia bens materiais como ostentação



Fonte: Instagram/2016

Mostrando as suas roupas e a sua irreverência, com isso, o artista cria e projeta a sua *persona*, cujo conceito detalharemos no capítulo seguinte.

3. A *PERSONA* COMO INSTRUMENTO DE EXPRESSÃO E IDENTIDADE SOCIAL DO INDIVÍDUO

3.1 A *PERSONA* E A ATUAÇÃO DOS NOSSOS PAPÉIS NA SOCIEDADE

Para entendermos como agimos na sociedade e como atuamos para as pessoas que nos veem ou assistem, é preciso retomarmos o conceito de *persona*, o mesmo como originalmente era compreendido na Roma Antiga. *Persona* no original, que é o latim, significa máscara, e remete em sua etimologia às máscaras usadas em Roma pelos atores de teatro, e estas mesmas tinham como objetivo aumentar o som da voz para que os atores pudessem ser ouvidos com maior clareza. Com o passar do tempo, esta máscara passou a designar o papel que cada um de nós desenvolve em relação com a sociedade (OLIVEIRA, 1998). Segundo Dobarro (2016), esse recurso era possível porque na máscara havia uma abertura, uma lâmina na altura da boca, que tinha a capacidade de vibrar quando o ator falasse, aumentando esse som e tornando-o audível entre a plateia.

Em diversas esferas sociais, meios, e de muitas maneiras, atuamos um papel para que a nossa imagem seja creditada nos espaços por onde transitamos. Basta observarmos como muda o nosso comportamento em casa diante de quando colocamos os pés na rua. Na maioria das vezes, vestimos uma roupa melhor, penteamos os nossos cabelos, e interpretamos até o nosso jeito de sorrir para o outro, a partir do primeiro momento em que estamos agindo publicamente. Nós colocamos esta nossa “fantasia”, e saímos para representar os nossos papéis no grande teatro que é o mundo. Desta maneira, nós queremos que nos vejam de acordo com o que pintamos da estética do nosso personagem. Essa impressão que causamos, é a mensagem que queremos que o outro veja e entenda, através da nossa *persona*, por esta ser visível e pré-programada.

Portanto, a personalidade que queremos mostrar especificamente ao mundo, é a nossa *persona*. Essa *persona* faz acomodações com o mundo externo, adaptando os papéis de acordo com o ambiente em que a mesma está inserida. Desta forma,

A pessoa (*persona*) representa papéis, tanto dentro de sua atividade profissional quanto no seio de diversas tribos de que participa. Mudando seu figurino, ela vai, de acordo com seus gostos (sexuais, culturais, religiosos, amicais) assumir seu lugar, a cada dia, nas diversas peças do *theatrum mundi* (MAFFESOLI, 1998, p.108).

Assim que o ser humano entra em contato com o mundo exterior, ele envolve o eu como em uma casca, colocando nele uma cápsula, guardando a sua personalidade real do

contato com o mundo externo. Há também uma relação psíquica da *persona* com o mundo de fora. O nosso pensamento domina quase que totalmente a *persona* e passa a viver a partir dela, no teatro do lado de fora. A nossa intuição e nossas sensações participam em número menor com o nosso pensamento, pois, o mesmo é o que domina a cena e a situação em que a *persona* está inserida.

Ao interpretarmos papéis, nós, enquanto autores estamos com o pensamento condicionado ao personagem, e ficamos cada vez menos ligados com o que intuimos e sentimos. É uma relação de razão com o nosso personagem. Isso acontece porque a *persona* é um compromisso da nossa real pessoa para com o outro, uma interpretação para o indivíduo que nos assiste, como queremos aparentar que sejamos. É uma relação de aparências. Vale salientar que *persona* não é fingimento, falsidade. É apenas o fato de interpretarmos papéis sociais de acordo com as nossas necessidades e o nosso momento presente.

Há três pontos para a *persona* acatar se deseja ter êxito nas suas relações: i) a imagem que todo ser humano tem de si mesmo e aquela imagem que ele deseja alcançar; ii) a imagem que o mundo faz do ser humano de acordo com o gosto e o ideal de mundo, e iii) as condições físicas e psíquicas que impõem limites do ideal de eu e do mundo exterior (JACOBI, 2013).

A autora ainda segue mostrando as consequências de quando a *persona* pula todas estas etapas, ou ao menos duas delas.

Por exemplo, um indivíduo cuja *persona* é edificada apenas a partir dos traços permitidos pela coletividade exterior, tendo a *persona* de uma pessoa da massa, e aquela pessoa que só leva em consideração sua própria imagem desejada, negligenciando porém todas as outras duas necessidades, é bem provável ter uma *persona* de um excêntrico, um solitário, ou de um rebelde. Assim, fazem parte da *persona* não só nossas características psíquicas, mas também nossas formas de lidar com as coisas, nossas peculiaridades habituais em relação a nossa aparência externa, como postura, jeito de andar, penteado, vestes, sim até o franzir do nosso rosto e nossos tiques, nosso costume de sorrir e suspirar e outras coisas (JACOBI, 2013, s/p).

Desta maneira, a *persona* serve de ferramenta de comunicação à sociedade, usando essa máscara ou papel de encontro aos outros, para que entendam de forma imagética a mensagem que queremos, de maneira antecipada, que seja absorvida. Muitas vezes, esta máscara nos dá dicas dos papéis que estamos desempenhando, deixando pistas para o outro. Isso porque

A *persona* é, além disso uma ferramenta valiosa de comunicação. Na dramaturgia romana, as máscaras desfiguradas informavam todo o público de maneira inequívoca, mesmo que um pouco estereotipada, sobre a

personalidade e as atitudes do papel que cada ator estava desempenhando. (FADIMAN e FRAGER, 2004, p. 100).

A nossa pessoa, que é o nosso “eu” mais profundo, o que realmente somos intimamente, pode ser confundida certas vezes com a nossa *persona*, ou seja, com o personagem que queremos comunicar. Isso pode nos herdar aspectos tanto positivos, quanto negativos, e os dois são consequências da nossa identificação com o personagem que estamos desempenhando. Portanto,

A *persona* muitas vezes pode ser crucial para nosso desenvolvimento positivo. À medida que começamos a desempenhar um determinado papel, nosso ego gradualmente vai se identificando com ele. Este processo é fundamental para o desenvolvimento da personalidade (FADIMAN e FRAGER, 2004, p. 100).

Por causa disto, alguns atores de novelas passam um certo tempo para se desfazerem de algumas características de seus papéis, por causa do processo de identificação com os seus personagens. Podemos citar o caso do ator Marcelo Serrado, que interpretou o personagem Crô, na telenovela das nove “Fina Estampa”, de Aguinaldo Silva. O ator revela em entrevista em canal do Youtube (2014), que teve dificuldades posteriormente para desempenhar outros papéis na televisão, justamente pelo fato do personagem ainda ter estado muito presente em seu comportamento como pessoa, pois, o mesmo ainda carregou durante um tempo, as características do seu personagem tão marcante.

Mas nem sempre este processo é positivo. Quando o ego se identifica com a *persona*, as pessoas começam a acreditar que são o que fingem ser. Com o tempo precisamos retirar esta identificação e aprender quem somos no processo de individuação (FADIMAN e FRAGER, 2004).

Essa *persona* pode sufocar o que realmente somos, e causar em nós uma confusão da nossa própria pessoa, da essência que temos. É preciso o uso da razão para entendermos a importância das duas realidades; o que interpretamos para o externo, e o que somos de fato, para o nosso interior. É de suma importância observarmos que,

Mesmo que a *persona* seja um aspecto necessário de nossa personalidade, não devemos confundir nossa face pública com nosso *self* completo. Se nos identificamos muito proximamente com nossa *persona*, permanecemos inconscientes de nossa individualidade e ficamos bloqueados para alcançar a *autorrealização*. É verdade que precisamos reconhecer a sociedade, mas, se nos identificamos em demasia com nossa *persona*, perdemos contato com nosso *self* interior e permanecemos dependentes das expectativas que a sociedade tem de nós (FEIST *et. al*, 2015, p. 74-75).

Os autores continuam prescrevendo o que Jung aconselha para que não haja dificuldades na relação entre pessoa e *persona*, buscando um equilíbrio saudável entre ambas as partes. Portanto,

Para nos tornarmos saudáveis no âmbito psicológico, acreditava Jung, precisamos estabelecer um equilíbrio entre as demandas da sociedade e o que, de fato, somos. Esquecer a própria *persona* é subestimar a importância da sociedade, mas não estar consciente de nossa individualidade profunda é se tornar uma marionete da sociedade (FEIST *et. al.*, 2015, p. 74-75).

Se deixamos esta *persona* nos dominar, ela pode sufocar a nossa individualidade. Esse aspecto negativo é decisivo na busca da nossa pessoa e da consciência da nossa realidade enquanto indivíduos, isso porque

A *persona* tem aspectos tanto negativos quanto positivos. Uma *persona* dominante pode sufocar o indivíduo, e aqueles que se identificam com sua *persona* tendem a se ver apenas nos termos de seus papéis ou fachadas sociais superficiais. Na verdade, Jung chamou a *persona* de “arquétipo da conformidade”. Como parte de sua função positiva, ela protege o ego e a psique das diversas forças e atitudes sociais que os influenciam (FADIMAN e FRAGER, 2004, p. 100).

Neste caso, é preciso que a nossa *persona* deixe a nossa pessoa “respirar”, ela não pode estar “colada” com o que somos em essência. É necessário um distanciamento entre as duas realidades. É como se as roupas que a sociedade nos coloca estivessem grudadas em nossa pele real (DOWNING, 1991).

Apesar da dificuldade que há na vivência entre o personagem com a pessoa real, é preciso aceitar quem somos em meio aos aspectos positivos e negativos do encontro entre essas duas facetas. Há um momento em que, apesar de ora confundirmos o que somos com o que interpretamos, a nossa faceta real é revelada, e é preciso que haja honestidade para que encaremos a nossa verdade, como somos de fato. É o que nos revela a obra *Arte, cura, loucura: uma trajetória rumo à identidade individuada*, de Silvia Anspach (2000), ao citar o que Jung nos diz, quando devemos confrontar o que realmente somos, pois, o próprio espelho nos revela essa verdadeira pessoa, ocultada pela *persona*, e nem sempre é fácil encarar o real das nossas próprias verdades. Segundo a autora, a máscara, aquela que revelamos ao outro, e ainda aquela que queremos que o outro entenda, interprete e acredite – esteticamente falando –, é capaz de ser desmascarada pelo espelho, mostrando a nossa pessoa real, o nosso eu.

3.2 A *PERSONA* SE MOSTRA E É REVELADA DE FORMA COLETIVA, EM SOCIEDADE

Vimos até agora que, a *persona*, é uma representação nossa para fora, ou seja, para o mundo externo, nunca interno. Do lado interior, somos nós mesmos, nossas realidades e autenticidades. Isso se dá porque o ser humano não vive isolado, portanto, representa papéis para o outro, e é o outro o objetivo de nossas representações sociais. O outro, quando nos referimos ao expectador que contempla o nosso papel, é e permanece sendo o nosso foco e objetivo maior, já que estamos ligados a vários fatores que nos obrigam a viver no coletivo e, quando exteriormente, para o mesmo. Maffesoli afirma que

Agora, cada vez mais, nos damos conta de que mais vale considerar a sincronia ou a sinergia das forças que agem na vida social. Isso posto, redescobrimos que o sujeito não pode existir isolado, mas que ele está ligado, pela cultura, pela comunicação, pelo lazer, e pela moda, a uma comunidade, que pode não ter as mesmas qualidades daquelas da idade média, mas que nem por isso deixa de ser uma comunidade (MAFFESOLI, 1998, p. 114).

É possível, se preciso for, mudarmos a nossa “casca”, a nossa interpretação para a sociedade, se assim necessitarmos atuar outro papel, para que haja uma adaptação e uma adequação social, de acordo com que a nossa necessidade venha a requerer outra cena, porque a nossa *persona* não é tão “cravada” em nossa pessoa que não possa ser tirada ou separada, e há também papéis já estabelecidos em sociedade que nos obrigam a vivê-los a partir das diferentes cenas em que formos inseridos. Jacobi afirma que

Apesar de seu modo de funcionar habitual e por isso na maioria das vezes já automático, a *persona* jamais pode tornar-se tão intransponível que, pelo menos, não se possa adivinhar e pressentir os traços de caráter individual que ela “encobre”. Tampouco ela poderá ser tão “aderentemente talhada” na pessoa que não mais possa mais ser “retirada”. No fundo, a consciência pode dispor mais ou menos livremente de uma *persona* funcionando corretamente, pode adaptá-la às exigências das respectivas circunstâncias, isto é, modificá-la e até trocá-la. Isso porque uma pessoa adaptada ao mundo circundante “vestirá”, por exemplo, outra *persona* quando vai para um casamento, quando conversa com funcionários do fisco, ou quando preside uma reunião, e ali tem de ter relativa consciência disso, o que só é possível quando ela estiver ligada com a função superior da consciência (JACOBI, 2013, s/p).

A máscara que apresentamos ao mundo é uma máscara coletiva, ou seja, para um grupo de pessoas. A representação sempre acontece de forma direcionada, para atingir um alvo específico, uma coletividade. No processo para alcançarmos a nossa individuação, ou seja, para nos tornarmos distintos, diferentes de todas as outras pessoas, precisamos levantar essa máscara para que a nossa pessoa fale de maneira mais pungente.

A psique coletiva mais ou menos julga a personalidade para que ela esteja de acordo com os moldes de uma coletividade, e o resultado desse julgamento é especificamente a *persona* sendo formada de maneira coletiva. Desta maneira, a *persona* não é tanto uma máscara do sujeito, e sim pertencente a um coletivo em que ele está incorporado. É uma máscara da psique coletiva. É preciso encarar essa máscara que todos usamos, porque ela mostra até que ponto se pensava que ela fosse uma máscara individual, porém sendo coletiva, ela ainda revela fantasias coletivas que estão no inconsciente coletivo, sobre o qual falaremos posteriormente (AUGUSTO, 2013).

Para que possamos ser aceitos na sociedade e nos ambientes em que frequentamos, criamos uma espécie de *persona pública*, que esteja adequada aos padrões estabelecidos pelo ambiente em que nos inserimos. É uma estratégia de marketing para que haja essa aceitação por parte do coletivo. Essa atitude já vem dos nossos ancestrais nos tempos pré-históricos, pois, nossa sobrevivência era garantida pelo grupo social que nos aceitava e nos acolhia. Era uma coletividade, um grupo social que nos recebia e nos dava a segurança para dispormos de meios para a nossa vida ter seguimento. Tudo isso era possível porque caçávamos juntos e tudo era feito em partilha.

Por este motivo é de suma importância que sejamos aceitos pelo grupo social que nos recebe e que convive conosco. Se somos aceitos pelo nosso grupo, ainda que hoje, temos muito mais chances de sermos prósperos e de alcançarmos o sucesso que almejamos. Por isso é natural que busquemos possuir a aceitação do grupo em que pertencemos para conquistar a nossa realização profissional e pessoal. Essa *persona pública* é a nossa segunda camada de pele, a pele pronta que apresentamos à plateia para que seja vendida a imagem que queremos passar, uma espécie de protetor solar que nos preserva de algo nocivo, que neste caso seria o sol, porém, a nossa máscara nos protege dos comentários negativos da sociedade ao nosso respeito. A *persona* seria a nossa camada protetora. Por isso não podemos nos iludir quando estamos em contato com as pessoas na sociedade, estamos ali nos relacionando com a *persona pública*, e não com a *persona privada*. A *persona privada* se mostra mesmo às pessoas do seu convívio íntimo e pessoal (MENEZES, 2015).

Para vencermos esta batalha árdua, temos que estar preparados para atuar de forma eficaz na sociedade através da nossa *persona*. Precisamos, contudo, que estejamos socializados de maneira adequada para que a nossa atuação se desenvolva de uma forma eficaz. É preciso que estabeleçamos uma *persona* que se adeque ao que possamos nos adaptar, e também ao que o outro possa aceitar. Essa pressão sobre nós já vem desde a infância, quando nos perguntam sobre o que vamos ser quando crescermos. O que sabemos, no fundo,

é que precisamos de uma máscara que nos integre na sociedade, e assim possamos nos relacionar de forma duradoura e harmoniosa. Queremos ser amados, fazer parte das coisas e estar inseridos no meio social. Não existem críticas diretas ao meio em que estamos incorporados, assim como uma criança não critica o seu meio. Independente de nossa escolha, a *persona* tem o papel de ajuda nas relações sociais para que sejamos amados e aceitos, sem isso, não é possível uma integração produtiva no ambiente em que estamos inseridos (PEARSON, 1991).

Há situações que, em nossas atuações, a nossa máscara cai diante da sociedade. Muitos livros de etiqueta nos ensinam passo a passo como atuar bem para os outros de maneira que os agrade e sejamos padrões sociais. Uma parte do que sabemos sobre o uso de máscaras é aprendido com a convivência em nosso meio cultural, e outra parte, é ensinado especificamente. Para os aborígenes, por exemplo, é educado conversar sem fitar os outros, mas em nossa cultura ocidental, aprendemos que devemos olhar o outro nos olhos. Em outras palavras, embora a máscara seja universal, ela varia de cultura para cultura. Pessoas de determinada classe social agirão sem máscaras quando em contato com alguém inferior a elas. Colocamos nossas máscaras quando não queremos ter o incômodo de parar para um mendigo na rua, pelo fato de um possível constrangimento da parte dele, e então fingimos não vê-lo. Essa máscara pode ser física em alguns lugares do oriente. As mulheres usam véus para esconderem as suas verdadeiras emoções diante dos homens. Isso é real porque, se a mesma esboçar qualquer tipo de ousadia e reciprocidade, poderá ser forçada sexualmente pelo outro. No século XVIII, essa era a mesma finalidade do uso de leques e máscaras com hastes usadas pelas mulheres. Porém, é importante que tiremos a máscara ou deixemos que ela caia para que venhamos a dar lugar ao indivíduo, e que nesse processo, nasçam as relações verdadeiras (FAST, 1999).

É preciso que aprendamos a nos adaptar frente às exigências do coletivo. Desde crianças aprendemos isso, quando obedecemos aos mandados dos nossos pais para que por eles sejamos aceitos, diminuindo ou excluindo as nossas penas e aumentando a nossa aceitação no lar. Precisamos, no entanto, tanto desenvolvermos uma *persona*, quanto um eu adequado. Esse equilíbrio é importante para que não tenhamos um falso ego, um ego frágil (WHITMONT, 1998).

Em nosso inconsciente, possuímos duas vertentes: a pessoal e a coletiva. Todas as nossas experiências que foram reprimidas, percebidas de maneira subliminar ou que foram esquecidas por nós, representam o nosso inconsciente pessoal. Essas memórias são coisas desde a nossa infância que foram reprimidas, até o passar dos anos. Cada ser humano contém

inconscientemente esses registros pessoais, portanto, são experiências únicas. Há imagens que são lembradas, outras com muita dificuldade, e outras, são impossíveis de ser resgatadas do nosso inconsciente. Esse conteúdo é chamado de “complexos”. Complexo é o coletivo de tudo vivido que possui uma carga emocional muito forte. Diferente do inconsciente pessoal, o inconsciente coletivo possui raízes na ancestralidade de toda a espécie humana. São traços da estrutura da psique humana vinda de outros tempos, formando uma só coletividade. Esses conteúdos são passados de uma geração a outra como uma herança psíquica. Isso se dá através de conceitos universais como Deus, amor, mãe e outros temas universais que partem de um inconsciente pertencente a um coletivo (FEIST *et. al*, 2015).

Nunca se viu como na contemporaneidade um apelo tão forte quanto a aparência de uma estética do corpo. Há uma grande preocupação coletiva com a aparência do corpo nunca vista antes. Corpo esse que se dá de forma coletiva através dos artistas que se mostram na música, no cinema, literatura, ou em qualquer manifestação de arte. Esse momento é muito do imediatismo, do agora, da importância exacerbada da beleza, do mostrar-se o aspecto do corpo. Isso também faz parte da consciência contemporânea de que é importante cuidar de uma imagem, uma aparência, e essa mesma aparência não reflete para si, mas é uma aparência que reflete em um hedonismo e em uma propagação de um corpo que atinge influentemente o coletivo. Desta maneira, os corpos e suas aparências são peças chave para que, através da imagem que propagam, reflitam em si o prazer e a exaltação do corpo. Maffesoli afirma que

A particularidade desse hedonismo é que, *tendenciosamente*, ele é coletivo: o corpo que se mostra é, nas suas diversas modulações um corpo coletivo. Corpo que come e que toca junto, corpo que canta e dança em coro, corpo que se ornamenta para as festas coletivas, corpo, enfim, que se epifaniza em telas de televisão (MAFFESOLI, 1996, p.184) (grifo do autor).

Vimos até agora que a *persona* se manifesta e atua sempre de maneira coletiva e para fora, como uma interpretação e adequação que precisamos fazer no ambiente em que estamos convivendo, para que haja uma aceitação do outro em relação à nossa pessoa. Uma das maneiras mais inerentes e usuais que a *persona* tem como arma para a sua interpretação ter a eficácia desejada, é através das roupas que usamos, pois, as mesmas carregam em si uma marca e traços vivos da nossa personalidade que causam impacto no outro sempre que as utilizamos com o foco de surtir efeito no espectador de maneira pré-programada. Falaremos no subtítulo à seguir sobre como a *persona* se apodera do uso das roupas para ter resultados e ser assim efetiva em sua comunicação com a sociedade.

3.3 A ROUPA COMUNICA A EXPRESSÃO E A IDENTIDADE DA NOSSA *PERSONA*

A roupa que usamos é a pele que os outros veem, e com isso, é um grande instrumento de comunicação, pois, revela traços do que somos, da nossa identidade e individualidade. Depois do século XV, o mundo passou a dar importância à visibilidade do corpo, com a secularização do mundo. A preocupação com a beleza e com a estética já vem desde o Renascimento e permanece até hoje com o advento das mídias sociais. Antes, o que era significação religiosa, sagrada, o corpo hoje possui várias conotações, sobretudo da estetização e do prazer. Nessa relação da roupa com o indivíduo, este último se torna único. Nesta singularidade que é se vestir, o ser é formado e moldado. Há sinais nas roupas que mostramos para o mundo, de um ser que ainda está em construção (BAITELLO *et. al*, 2006).

Um artista, por exemplo, precisa do artifício de suas roupas para causar uma diferenciação estética dele com o público. Há de se notar entre todos quem é o artista e quem é o público. Com isso, em entrevista para o G1 (2018), o cantor, compositor, produtor musical e empresário, Sorocaba (dupla com Fernando) sobre o gênero do sertanejo, afirma: “não estou falando vocalmente, estou falando pela escolha de repertório, conceito, escolha de arranjo. Até o figurino. Tudo isso tem que mudar para a música sertaneja prosperar e as pessoas não migrarem de gênero para buscar coisa nova”.

Como instrumento de comunicação, a roupa ainda é uma realidade pouco explorada academicamente. A mesma possui uma existência no nosso dia a dia, uma presença no cotidiano e uma realidade fixa para todos os humanos. Para McLuhan (1964), a roupa é uma extensão da pele, onde é um canal e uma fonte de energia. O autor ainda diz que a roupa também pode ser reconhecida como um utensílio controlador de temperatura, mas também como um meio que define o ser em sociedade. Este utensílio tem a sua importância porque

A roupa, aqui, é considerada a extensão mais direta da superfície externa do corpo, incitando uma Mensagem e uma manifestação não-verbal das sociedades, tanto aos olhos, como ao tato, sendo um ícone visual e ao mesmo tempo abstrato (DAFNE *et. al*, 2011, p.121).

A nossa vestimenta pode e expressa a nossa identidade, carregando traços da nossa personalidade no estilo que usamos, nas cores e nos acessórios que adicionamos para complementar os nossos trajes, assim como ferramentas de trabalho acrescentam algo novo à nossa estética. Por isso Fadiman e Frager afirmam que

A *persona* pode se expressar pelos objetos que utilizamos para nos cobrir (roupas ou um véu) e pelas ferramentas de uma ocupação (pá ou maleta).

Assim, artigos comuns tornam-se símbolos da identidade individual. A expressão *símbolo de status* (carro, casa ou diploma) transmite a compreensão da sociedade da importância da imagem. (FADIMAN e FRAGER, 2004, p. 100).

Os autores seguem indicando os sonhos como manifestações da *persona* e a sua atuação, quando dizem que

Todos estes símbolos podem ser encontrados em sonhos como representações da *persona*. Por exemplo, alguém com uma forte *persona* pode aparecer em um sonho exageradamente vestido, ou comprimido por muita roupa. Uma pessoa com uma *persona* fraca poderia aparecer nua e exposta. Uma possível expressão de uma *persona* inadequada seria uma figura sem pele (Idem, 2004, p. 100).

Se engana quem pensa que a roupa é uma mera peça de pano. Para alguns pode ser algo sem importância, mas carrega em si todo um significado. Faz parte da nossa comunicação externa, porém, comunica muito sobre o que há dentro de nós. Privam o nosso corpo, como também estreitam as nossas relações sociais quando em contato com o outro. Há toda uma psicologia nas nossas relações com a escolha das roupas, há sempre um porquê, até mesmo quando essas escolhas são inconscientes em nós. Porém, embora as nossas roupas sejam poderosos instrumentos de comunicação e maneiras de mostrar a nossa verdade para o coletivo, elas não são tão eficazes quanto os sinais que o nosso corpo dão. É preciso, portanto, um trabalho de junção entre a roupa que vestimos e uma interpretação das nossas expressões, se a comunicação tiver o intuito de passar uma mensagem específica para alguém. Nesse sentido, precisamos estar sempre preparados para a impressão que desejamos causar no outro. E há algo além da primeira impressão, pois, a mesma pode desaparecer se não tiver uma manutenção dessa imagem que queremos projetar. Para que essa boa impressão seja eficaz, é preciso bem mais do que roupas, maquiagem e acessórios.

Na prática, há pessoas que usam roupas com muito requinte, peças caras e de marcas conceituadas pelo mercado, mas não conseguem causar uma boa impressão social, enquanto que outras usando os mesmos trajes, se portam como se as roupas fossem extensões do seu próprio corpo e verdade. O simples também pode ser referenciado, porque alguns com trajes muito simples aparentam não ter condições de uma roupagem melhor, enquanto que outros, mesmo com roupas muito simples, conseguem mostrar uma diferenciação no ambiente em que convivem. Desta maneira, a questão permanece entre o vestir-se e o comportar-se de acordo com a exigência do ambiente. Podemos forjar uma imagem perfeita, contudo, conseguimos controlar poucas coisas do nosso comportamento e das mensagens que o nosso

corpo dão. As roupas que usamos precisam estar em harmonia com o nosso comportamento, assim, a nossa comunicação terá maior eficácia (PASSADORI, 2009).

Como vimos com McLuhan (1964) que a roupa é uma extensão da nossa pele, no tempo presente, a roupa é também uma parte da nossa personalidade, uma extensão dela. Assim como o cortejo, o homem deve trabalhar as suas roupas para comunicar bem o seu recado. Isso mostra novamente que, na contemporaneidade, vivemos um verdadeiro culto às aparências, ao visual. Paradigmas morais não têm tanta atenção e o ser humano passa a olhar apenas para si mesmo e para a mensagem que deseja comunicar. Esse narcisismo e a maneira hedonista de se comportar fazem do homem um “cultuador” do corpo, da estética, do prazer e do encômio para si mesmo. A roupa e a música passam a ser canais para que o homem consiga o prazer que tanto procura. A música porque muitas vezes influencia o ato sexual através de incentivos pelas palavras, e as roupas que exaltam a forma dos corpos e a exibição deles (BIEGING, 2010). Podemos dizer sobre a roupa em junção com a música, que

Esses elementos são dominantes nesse ciclo de prazer imediato. Sendo assim, temos a ética da estética, ou seja, a maneira de sentir e experimentar em comum, com o outro. Maffesoli começa a partir daí mostrar os novos tempos de relação social, o tempo das tribos. Este novo tempo nos traz uma peculiaridade. O sexo, a aparência, o modo de vida, de forma geral, estão cada vez mais excedendo a lógica identitária. As novas relações detêm termos como: trans e meta, termos que nos indicam a queda do social racional (idem, 2010, s/p).

A *persona* de quem nos dedicamos neste capítulo, não se expressa apenas pelos papéis sociais que exercemos, mas engloba um todo da nossa essência e das nossas comunicações e expressões. A nossa roupa sempre será expressão da nossa máscara, assim como nossas atitudes, e ações em nossos papéis, ou seja, nossas atuações. Tudo está incluído no “pacote” que forma o nosso personagem diante da sociedade. É como afirmam Fadiman e Frager, ao dizerem que

A *persona* inclui nossos papéis sociais, o tipo de roupa que escolhemos usar, nosso estilo individual de nos expressarmos. (...) A fim de funcionar socialmente, todos nós precisamos representar de maneira que definem nossos papéis. Mesmo aqueles que rejeitam estes dispositivos de adaptação invariavelmente empregam outros papéis, papéis que representam rejeição (FADIMAN e FRAGER, 2004, p. 100).

Podemos dizer que o visual estético através das roupas não é fútil ou superficial, pois há um impacto causado através do aspecto que alguém transmite na sociedade. Esse visual é

uma maneira de estar conectado à coletividade através da sua imagem, de estar junto às pessoas e por elas ser aceito pelo outro, colocando-se em um só lugar. Maffesoli diz que

É nesse sentido que a linguagem do corpo que se mostra, que se veste, e a moda vestimentária, de linguajar, costumeira, que lhe servem de vetor, não tem nada de frívolo. Ou, mais exatamente, pode-se dizer que essa frivolidade é o indício mais claro de uma nova lógica de estar – junto que está se colocando no lugar (MAFFESOLI, 1996, p. 181).

Há pessoas que através do seu comportamento e a sua maneira de vestir-se, angariaram milhões de seguidores pelo mundo, e se tornaram verdadeiras referências não só por suas músicas e o seu som, mas também por conta das suas roupas e do traço marcante de seus comportamentos. É o caso de Michael Jackson, Janis Joplin, Prince, Freddie Mercury, David Bowie, como tantas outras personalidades. Estes artistas por serem referências no estilo visual e no comportamento, atraíram multidões para si mesmos. Estes agregaram pessoas por causa da estética que possuíam, e as suas personalidades marcadas por suas roupas, revelando traços de impacto para os seus espectadores. Cidreira afirma,

Se o que importa acima de tudo é estar-junto, partilhar certos gostos, hábitos, comportamentos, estes podem ser atribuídos a um objeto ou pop-star que atuará, funcionará, a sua maneira, como vetor de agregação, uma vez que conservará em si a mesma estrutura formal capaz de atrair adeptos (CIDREIRA, 2005, p.129).

Veremos no capítulo a seguir, sobre o artista de forró, Gabriel Diniz, e as suas estratégias visuais para o mercado brasileiro em seu seguimento, usando em seu vestuário, elementos que trazem a sua *persona* de encontro ao público, e através do seu visual, faz disso o seu marketing de diferenciação estética e artística.

4. GABRIEL DINIZ: TRANSIÇÃO VISUAL COMO ESTRATÉGIA DE IDENTIDADE E DIFERENCIAÇÃO ESTÉTICA E ARTÍSTICA

Para se firmar no meio musical, o artista precisa de uma identidade que o reafirme e o ponha em lugar de evidência diante do cenário que nos oferece tantos produtos e opções de consumo. Neste cenário, para que se possa ter a opção de escolha, é necessária uma diferenciação artística que faça com que o artista tenha a sua marca forte no mercado, e possa ser percebido de forma única e diferenciada. A diferenciação artística é o destaque, “a cereja do bolo”. Artista e público são diferentes. Um não é o outro e isso é claro, até pela posição que os dois estão em um espetáculo. O artista é o figurante dos palcos, e o público, será sempre o espectador. Seus papéis são diferentes, e é imprescindível uma diferenciação estética das roupas dos artistas em relação às roupas que o público usaria, isto obviamente, pela distinção de seus papéis. Menezes afirma que

Artistas, cientistas, políticos e famosos das mais diversas áreas, considerados verdadeiros ícones da nossa sociedade, criaram em torno de si mitos que ficarão para sempre gravados na mente das pessoas. Eles aprenderam a usar a diferenciação para deixar registrada, na memória coletiva da sociedade, seus nomes e o seu estilo pessoal de viver. Com isso, entraram para a história e são cultuados e lembrados até hoje. A maioria deles soube equilibrar, de maneira inteligente, atributos internos de personalidade com atributos externos de comportamento e estilo para deixar gravados para sempre seus nomes na história (MENEZES, 2015, p. 98-99).

Como afirma Kotler (1999), todo produto é capaz de satisfazer o desejo de quem o consome, assim também é com o artista, sendo visto como tal, é capaz de satisfazer aquele que o vê, ouve, toca e percebe os seus movimentos. Antes de tudo, é uma experiência sensorial, pois, à priori do produto, a música leva o consumidor a experiências com os seus sentidos e emoções.

Gabriel Diniz é um artista que procura usar para as suas apresentações o estilo rebelde e irreverente de se portar no palco através do seu conteúdo imagético, em sua linguagem verbal e corpórea, sendo esta última através de gestos e expressões faciais, nas suas aparições nos meios de comunicação, e até mesmo no conteúdo fonográfico que oferece ao público através de CDs promocionais, com trocadilhos, sendo estes com uso de humor, e/ou mensagens ousadas para a plateia e para os amigos que o acompanham nos shows. O artista usa diariamente o seu *Instagram* para reforçar essa imagem irreverente. A partir disso, já se espera um resultado advindo do seu impacto visual, como veremos a seguir.

Esse aspecto ousado, único, “louco”, irreverente, algo que se destaca e torna-se um diferencial em meio ao forró contemporâneo, pode ser considerado até um *kitsch* para muitos, pois, não existe essa mentalidade, esse jeito de dar importância à estética e ao impacto visual como vemos no GD, ou pelo menos, não vemos essa postura frequente no gênero do forró. Isso faz de Gabriel Diniz um artista único, versátil e de aspecto “camaleônico”, pois, sua mudança é constante, como avaliaremos melhor no subtítulo 3.3. Talvez até o seu visual soe como estranho. Nesse contexto “exótico” é que podemos aplicar o termo alemão *kitsch*, que tem significado adverso e controverso, pois, atinge um apelo popular, que pode ser considerado para alguns um sensacionalismo, advindo até do próprio termo. Por ter um apelo que agrada ao público da cultura de massas, não pode ser considerado em si apelativo, estranho ou brega, tendo em vista a relatividade do conceito de mau ou bom, podendo ser *kitsch* para uma parcela da massa e para a outra não.

O que é certo é que, a finalidade do impacto estético causado pelo GD e por seu *personal stylist* – que trabalham em conjunto por uma ideia e resultado final –, é a de garantir para o público a soma da sua carga audaciosa e ousada, adicionada ao seu impacto visual compatível com a mesma ideia que a sua *persona* pretende apresentar, entre outras palavras, é a figura irreverente vestida com o traje que lhe é peculiar e cabível. É o personagem em sua atuação. Esse personagem, portanto, já se apresenta de forma a se ter um público pré-programado às reações que lhe serão encenadas durante o espetáculo, já possuindo uma plateia que espera ansiosa por aquele arquétipo a ser apresentado. “O *kitsch*, portanto, já traz em si as interpretações, as conclusões, as mensagens a serem absorvidas pelo espectador. Oferece-as prontas; de algum modo, prescreve e orienta as reações do público” (COELHO, 2006, p.163-164).

Em entrevista publicada em canal do Youtube (2016), o próprio GD já revelou diversas vezes em suas entrevistas seja no rádio, mídias sociais ou TV, que procura direcionar a sua carreira musical a partir do que ele chama de “diferente”, seja na sua estética, ou no formato do show, com a sua maneira de se apresentar, de se comunicar com os seus fãs, o repertório por ele definido e até mesmo os efeitos pirotécnicos usados no espetáculo.

4.1 DAS CALÇAS *LEGGINGS* ÀS CAMISETAS ESTAMPADAS: O ESTILO OUSADO

Em suas aparições mais “ousadas”, o GD arriscou de primeira o uso das calças *leggings* femininas, típicas de uso à prática de atividades físicas. Foram estas as suas “cartadas” que o inauguraram no sentido estético, e trouxeram audiência para o “fenômeno

GD” que surgira no Nordeste, especificamente na Paraíba, Estado que o acolhera. Vindo do Mato Grosso do Sul e radicado desde criança em João Pessoa, capital da Paraíba, foi em Recife, capital de Pernambuco, onde gravou o seu primeiro DVD “GD 360º”, com formato como prediz o próprio título, tendo um palco que recebia a plateia ao redor da estrutura vista por todos os ângulos, em seu formato circular, e com a presença louca do astro, acolhido por uma plateia também enlouquecida. Foi aí que o “estilo calça *legging*” criou maior divulgação e impacto visual, sendo este último o sentido que buscava comunicar o artista. Como podemos observar na figura 17, de calça *legging* feminina com estampa da banda punk Ramones e cabelo tingido, assim o artista buscava ser notado e ter a sua diferenciação do público.

Figura 17: O artista tentava comunicar a sua mensagem também através das suas roupas



Fonte: Reprodução/Instagram, 2013

O que poderia causar estranheza para alguns e admiração para outros, tornou-se um artifício para compor o impacto visual e ter o artista posto em pauta como destaque para todos os que assistiam as suas apresentações como artista solo, porque no início da carreira, Gabriel Diniz passou por bandas como: Gata Bronzeada, Cavaleiros do Forró e a Forró na Farra, banda de maior duração como voz principal. A partir deste DVD, se configurava publicamente um personagem que sempre teve em seu eixo e personalidade o “diferente”, segundo ele mesmo, trabalho visual que sempre fora a marca do cantor, mas que agora

alcançava proporções e efeitos maiores por se tratar de um produto audiovisual.

A linha de vestuário não ficou apenas no primeiro DVD, mas perpetuou-se por diversos shows e até no DVD seguinte, este com impacto nacional, gravado com uma super produção também em Recife, sendo decisivo para a carreira do artista e a sua projeção no país inteiro. Com duas rodas gigantes no palco – sendo as maiores da América Latina – contendo pessoas reais, uma estrutura grandiosa de *leds*, palco performático, fumaças, pirotecnia e participações nacionais como Wesley Safadão (parceiro e sócio do GD), Léo Santana, Aline Rosa, Mc Catra e Cristiano Araújo, o “GD at the park” (GD no parque) refletiu a ousadia que o Gabriel Diniz queria comunicar ao mercado musical brasileiro em toda a sua maneira de ser, quer seja na sua musicalidade, seu jeito de se vestir ou o seu comportamento no palco, trazendo no formato deste registro para o Brasil, a exclusividade que é a marca que o cantor procura projetar. Gravado em 2015 e lançado no início de 2016, “GD at the park” mostrou a personalidade artística do Gabriel Diniz. O brilho também está presente na composição visual neste DVD, como observamos na figura 18. Na figura 19, com o mesmo traje, sem jaqueta e com uso do boné.

Figura 18: GD com calças *leggings*



Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

Figura 19: O artista permanecia com o visual típico



Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

Também em shows, seguiu-se o estilo com calças *leggings* coladas e o uso de brilho nas peças, tendo destaque através dos canhões de luz e roupas que eram provisoriamente preparadas para atrair a atenção do público para a figura do GD na execução do seu espetáculo. Todo o conjunto do produto, rendeu ao Gabriel Diniz o título de “Rei da

Ousadia”, atribuído pelos próprios fãs do artista, que reconheciam no mesmo o resultado do trabalho imagético proposto pelo GD na sua construção estética. O estilo continuava presente nos shows, conforme a figura 20. Podemos observar detalhes com *strass* nas mangas, calças *leggings* e jaqueta, na figura 21.

Figura 20: GD em um de seus shows



Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

Figura 21: *Legging* em estilo diverso



Fonte: Reprodução/Instagram, 2015

4.1.1 O uso das estampas como maneira de chamar atenção do estilo para si

Quando começou a voltar ainda mais o seu olhar para o fator estético, o GD passou a usar roupas e acessórios que ele considerasse diferentes, e para isso, investiu em algo que atraísse a atenção do público para as suas roupas e para si, sem o uso específico das calças *leggings*, mas com o mesmo foco e proposta de se diferenciar do público. Apesar de sempre buscar um diferencial seja na roupa, no comportamento ou em seus cabelos desde o início da sua carreira, como vimos. Porém, o artista ainda se adequava a um direcionamento que seguisse uma linha e um estilo que representasse o seu personagem, e nessa transição, usava roupas que chamassem atenção quer seja por suas cores, pelo seu impacto visual, ou até mesmo por suas estampas exibidas nas mesmas. O cantor usava trajes com cores fortes e estampas, como podemos ver na figura 22. Acessórios também eram utilizados, conforme a figura 23.

Figura 22: O cantor procurava usar um estilo que trouxesse a harmonia com o seu personagem, por isso as roupas estampadas “casando” com a irreverência das suas aparições públicas



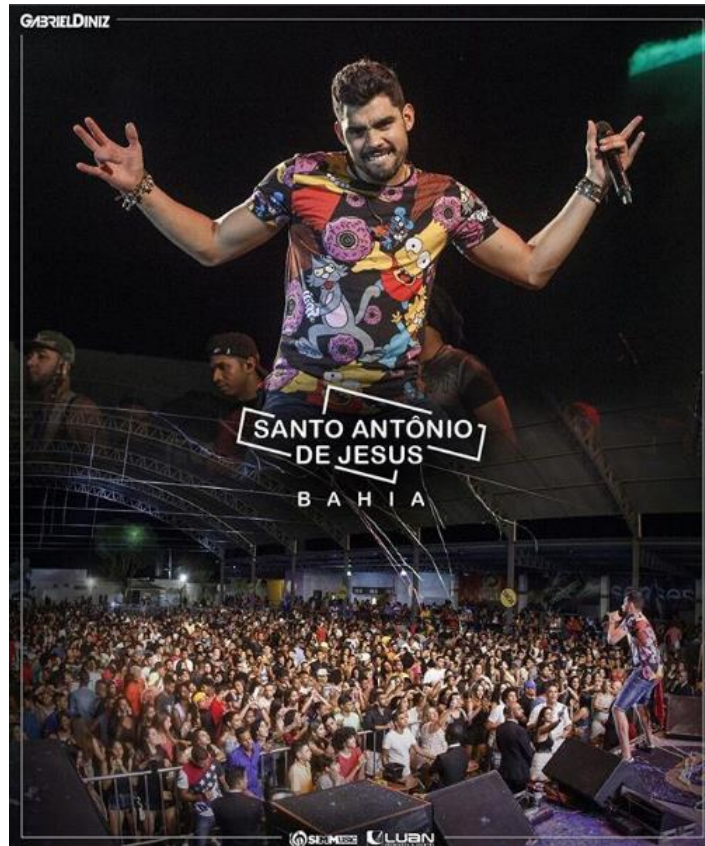
Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

Figura 23: Os estilos de estampas eram variados e procuravam fazer com que o artista tivesse o seu visual em evidência



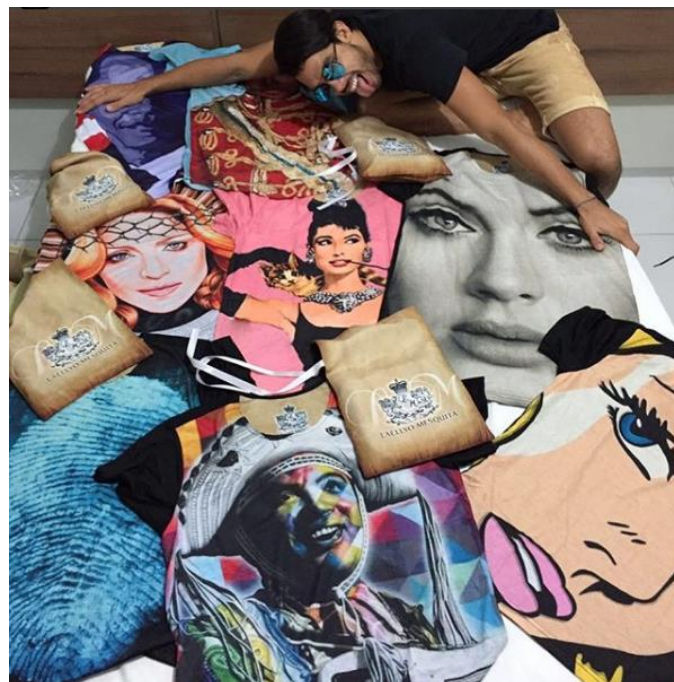
Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

Figura 24: O estilo novo fora adotado em seus shows e as estampas eram o look da vez



Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

Figura 25: O cantor exibe as suas muitas estampas novas



Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

GD e suas estampas durante o ano de 2016, de acordo com a figura 24. A estratégia era o tipo de roupa que chamasse atenção (Figura 25). Nessa perspectiva, o artista procurava se adequar ao que a sua *persona* pedia: o irreverente que somasse ao todo que compunha a imagem de Gabriel Diniz como produto. Esse foi o estilo do artista até o ano de 2016, transitando do detalhe nas calças, agora às estampas e ilustrações adquiridas do estilista piauiense, Laéllyo Mesquita, que trabalha com vários famosos brasileiros com suas já conhecidas T-shirts estampadas. Diversas estampas comporiam o estilo do GD no ano de 2016 (Figura 26).

Figura 26: Em vários momentos, GD se mostra com o estilo que marcaria uma temporada de sua carreira, esteticamente falando



Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

4.2 COMPOSIÇÃO DE UM ESTILO: LI CAMARGO E FKAWALLYS À FRENTE DA PERSONIFICAÇÃO VISUAL DA IDENTIDADE DO ARTISTA

Principalmente no início da carreira, não havia no GD, uma direção visual que agregasse o toque de um profissional da moda, seja na consultoria de imagem, ou até mesmo na avaliação de um *personal stylist*, criando padrões visuais compatíveis com o personagem e a essência do artista. Um dos motivos seria a falta de consciência do próprio Gabriel Diniz acerca da importância que a estética imprime no todo do espetáculo, somando e totalizando esses resultados, e outro motivo seria uma menor exibição frente às redes sociais e demais mídias digitais. O que se difere de hoje, pois, é impossível para o homem contemporâneo estar distante e não estar presente, inserido nas mídias sociais e ter influência direta ou indireta por meio dela.

As redes sociais se tornaram um império incalculável. Por nos trazerem informação, fazem bem, porém, nem o poder público e tampouco a família conhece a força que essas mídias possuem, tanto na personalidade, quanto no comportamento e reação das pessoas diante delas (COELHO, 2013).

Por causa dessa velocidade com que se propaga as imagens e a interação com as mesmas nas mídias digitais, dá-se valor cada vez mais ao uso de uma boa estética da imagem, onde o homem procura um lugar na sociedade através da exibição de uma estética tamanha, que faz com que o corpo passe por um processo de banalização, como indica Nízia Villaça

A velocidade da circulação das imagens, contemporâneas, provoca uma discussão sobre a crise da representação, perda dos fundamentos, e se valoriza novamente o corpo e seu modo de apresentar-se na busca de uma identidade social num momento de comunicação mundial (VILLAÇA, 2007, p.137).

Desde o ano de 2017, quem assina o vestuário do Gabriel Diniz é o renomado estilista Li Camargo, onde em uma parceria, os dois unem elementos do Rock e do Pop como base para o trabalho de composição visual do artista. O estilo segue-se no curso do ano de 2018, usando ramificações do Rock como o metal, o grunge e o punk. Li Camargo busca estreitar cada vez mais a performance do GD com a sua forma de se vestir, atraindo ainda mais os olhares dos fãs que acompanham o seu trabalho. Por ser o *stylist*, Camargo busca a arte de Fábio Gurjão, que tem por nome artístico “Fkawallys”. O artista é especialista em customização de roupas punk de diversos tipos: Calças, camisetas, camisas, jaquetas, regatas, bandanas e o que a criatividade permitir, fazem do ateliê do artista a base do seu trabalho.

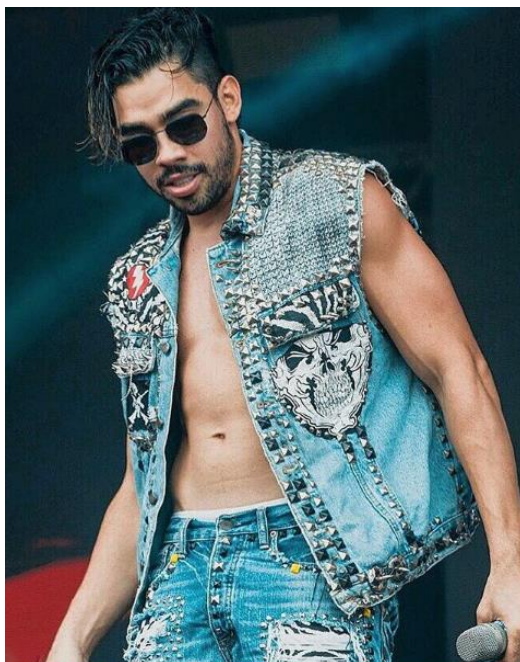
A importância da customização é justamente transformar uma peça e deixá-la única. Essa atitude garante que o GD use roupas pensadas e exclusivas no palco, coisa que essa dupla (sobretudo o *stylist* que lidera o estilo e o direciona) trabalha para dar muita atenção aos

detalhes que compõem o figurino. Lantejoulas, *patches*, tachas, franjas, *spikes*, refletores, tecidos e outros produtos que emitem brilho ao serem focados pela luz, fazem parte do estilo visual da customização feita por Fkawallys com a direção do estilista Li Camargo. O tipo de material é feito com o propósito de dar destaque aos movimentos do Gabriel em cena, e atrair toda a atenção para a sua performance.

Isso causa em si um impacto, pois há o contraste da proposta do seu gênero musical com a maneira em que se apresenta, causando um efeito que soma com a irreverência que procura transmitir. Somado ao brilho dos paetês em suas roupas, Gabriel Diniz compõe um show com humor, uma banda afiada, e a tentativa de colocar toda a plateia para entrar em sua dança e em seu movimento. O show do artista já é pré-agendado com o formato ousado que mostra, somado ao visual que é um marketing notório da e para a sua carreira.

O estilista Fkawallys, responsável pela confecção do figurino atual, trabalha com o que justamente o estilo *punk* pede: Nós mesmos personalizando as nossas roupas e usando materiais já existentes. Um casaco velho de nossos avós pode se tornar uma peça cheia de estilo, ou até mesmo uma calça de jeans fino, agregada a alguns *patches* ou tachas, pode se tornar uma calça punk.

Figura 27: A imagem é de 2018, porém, as jaquetas punk customizadas representam a fase estética do cantor em 2017, sobretudo na temporada do mês junino



Fonte: Reprodução/Instagram, 2018

Figura 28: Tecidos, tachas, correntes e tiras de couro são adereços que compõem a jaqueta exclusiva do artista



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

Segundo Li Camargo, em entrevista feita em apêndice, dada através do seu perfil profissional no *Instagram* (@naopercaoestilo) o artista precisa se vestir como artista e não como público. É preciso uma diferenciação estética que “separe” o artista de sua plateia no momento do show. Vestir-se como artista, segundo Camargo, é respeitar a sua personalidade, e isso tem a ver com o Gabriel Diniz, pois, vimos que o mesmo mescla personalidade, estilo e comportamento em um único produto de mercado. É notória a mudança no visual do artista, desde as aparições em seu primeiro DVD “GD 360” de 2013, até os dias atuais. Notou-se um direcionamento estético em seu figurino de show, algo que mistura o que a *persona* é, mas também o que é apropriado para cada ocasião que o artista venha a participar; desde um show de rua, como um casamento ou um programa de TV. Desta forma, há uma adequação do artista em relação ao contexto que o mesmo venha a apresentar-se. Há também as influências pessoais do cantor que são decisivas nesta estética: Michael Jackson, Freddie Mercury e até Elvis Presley são peças fundamentais na composição e inspiração no visual do artista, de acordo com a entrevista para a *Contigo* (2017).

Em 2017 e 2018, GD mostra o estilo que lhe é peculiar, porém, seguindo uma linha de vestuário por alguns meses ou por uma temporada, e depois mudando essa linha. Ainda na

entrevista conforme mostra o apêndice que veremos adiante, Camargo afirma que não há uma data certa nem um motivo para essas mudanças, porque o artista está em constante transformação, querendo ter um novo aspecto, e isso fica evidente em Gabriel Diniz. O estilo xadrez é o mesmo usado no grunge dos anos 80 e 90 (Figura 29). O metal também é usado por GD (Figura 30).

Figura 29: O xadrez é composição do estilo grunge, difundido no final dos anos 80



Fonte: Reprodução/Instagram, 2018

Figura 30: O estilo “metal” também é usado na composição visual de Gabriel Diniz



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

Notamos a mudança por época e periodicidade usadas no estilo do artista, mantendo sempre a sua proposta, mas não deixando o público se acostumar com uma só tendência e estilo. Uma das técnicas usadas para não cair na mesmice e sempre surpreender os fãs no primeiro impacto, assim que entra no show, logo após a abertura do espetáculo. Materiais com brilho, como lantejoulas, dão destaque quando em contato com a luz do espetáculo (Figura 31).

Figura 31: Óculos, camiseta com lantejoulas e lavagem com tintura, e calças *destroyed* (destruídas, surradas) alternam o estilo estético de GD



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

4.3 O DAVID BOWIE ⁵DO FORRÓ: A ATITUDE DIVERSA NOS CORTES DE CABELO, PENTEADOS E ADEREÇOS

4.3.1 Os cabelos que expressam a harmonia com o visual e a irreverência do artista

⁵ David Bowie foi um cantor, compositor, ator e produtor musical inglês. Era chamado de “Camaleão do Rock”, justamente por variar sempre a sua imagem, não deixando o seu visual cair na rotina e seguir apenas um padrão. É considerado um dos músicos mais influentes e importantes de todos os tempos para a música mundial. Faleceu com 69 anos em 2016.

A composição estética de um artista é muito abrangente. Vai das roupas como já dito nos pontos anteriores, aos seus acessórios. Até mesmo o corte do seu cabelo pode impactar e comunicar a sua mensagem. Inclusive, os cabelos sempre foram importantes ornamentos pessoais e revelam muito sobre nós e a nossa personalidade, como também sobre a mensagem que queremos passar para o mundo. Para tanto, observamos a seguir:

Atributos da sexualidade e armas de sedução, eles revelam aspectos da personalidade individual. Longos ou curtos, de colorações naturais ou tingidos, com cortes tradicionais ou arrojados, os cabelos são fundamentais para a imagem pessoal que queremos transmitir. Por isso, a perda dos cabelos atinge tanto a autoestima das mulheres, quanto à dos homens. Para elas, sobre as quais as expectativas de beleza são maiores, a perda sempre é traumática influenciando de forma negativa sobre a qualidade de vida. Já os homens, quando perdem os cabelos, se queixam de parecerem mais velhos e menos atraentes, diminuindo a autoconfiança (WICHROWSKI, 2007, p. 8).

Assim como nas roupas, acessórios e calçados, o “Rei da Ousadia” não possuía no início de carreira uma direção sobre como proceder em seus cortes de cabelo. GD usava estilos mais curtos e tradicionais no começo, só vindo depois a tingi-los no DVD “GD 360º”, e inovar nos cortes e em penteados que estivessem atrelados à sua mensagem e sua *persona* nos anos seguintes. O estilo “certinho” fazia parte do visual do artista (Figura 32). O Cantor exibia cabelos e roupas mais simples no início de carreira, sem o trabalho de um *stylist* (Figura 33).

Figura 32: O estilo no início da carreira



Fonte: Reprodução/Instagram, 2012

Figura 33: GD usava cabelos e roupas simples



Fonte: Reprodução/Instagram, 2012

Nos anos seguintes, Gabriel Diniz foi fazendo com que a sua personalidade artística ficasse notória nos seus estilos de cabelo, seja nos cortes, como também na maneira de penteá-los e exibi-los junto às suas roupas personalizadas e exclusivas para o espetáculo. Na figura 34, vemos GD de cabelo liso em uma das apresentações. O estilo raspado de lado mostra características da *persona* (Figura 35).

Figura 34: Cabelos longos em um dos shows Figura 35: GD apresenta novo corte



Fonte: Reprodução/Instagram, 2016



Fonte: Reprodução/Instagram, 2016

O artista segue apresentando cabelos com características que lhe são peculiares e próprias de um estilo que procura diversificar tudo o que compõe e representa o produto Gabriel Diniz para o mercado da música brasileira, seja na *persona* apresentada, nas roupas, ou nos seus acessórios. Tudo precisa passar uma diferenciação artística e estética, segundo o mesmo. Vemos cabelos crescidos e lenço no pescoço na figura 36. Já na figura 37, uma alternância com cabelo amarrado feito um “coque”. Na figura 38, com trança, óculos Ray-ban e bandana customizada com franjas e tachas, Gabriel Diniz traça um estilo novo para o gênero do forró.

Figura 36: Cabelos mais crescidos foram marca de GD no final de 2017



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

Figura 37: O rabo de cavalo é uma variação do estilo de penteados usados pelo cantor



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

Figura 38: Desta vez, a trança é usada como penteado



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

4.3.2 A importância dos acessórios para a composição visual de um artista

A variedade de acessórios também anda junto ao look de GD. No início da carreira, o artista usava algumas pulseiras que compunham o visual, óculos, cordões e tênis que piscam. Os acessórios completavam a proposta extravagante do cantor. As suas jaquetas atuais em si, já possuem elementos que podem ser considerados acessórios, como pingentes e cordões na composição estética, além das tachas, *spikes*, *patches*, pedaços de tecidos e franjas como mencionamos anteriormente.

Se antes sua função prática era a principal inspiração, com o passar do tempo o valor de status lhe fora adicionado. Temos como exemplo os óculos, além de bengalas, perucas e chapéus, que representavam a distinção social e a etiqueta do homem de antigamente. Hoje em dia os acessórios assumem até uma importância maior que a própria roupa; em determinados casos, seu valor pode ser muito elevado e, sendo assim, tornou-se um aliado essencial para o visual de qualquer pessoa, não importando seu sexo, idade e classe social (BIEGING, 2010, p. 285).

A bandana (ou lenço) é acessório constante para GD, usando-a de diversas maneiras e em várias partes do corpo. Até mesmo o adereço é usado de forma exclusiva, pelo simples fato da mesma também ser customizada. Agora, com direção visual mais detalhada, o artista sabe da importância dos acessórios, e deles não abre mão. A bandana personalizada compôs o look da temporada do São Joao 2017, e a mesma era amarrada na cintura, visualizada na parte de trás da calça. GD mostra uma nova maneira de usar os seus adereços, como vemos na figura 39 à seguir.

Figura 39: Acessórios diversos presentes no visual extravagante de GD



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

As mesclas de bandanas customizadas, óculos e boné se entrelaçam nos looks do artista e são sempre peças ousadas, adereços que traduzem a *persona* desde o início da carreira. No mínimo o artista usa uma peça extravagante em suas aparições, e por vezes, encontra-se no visual do Rei da Ousadia, várias peças que chamam a atenção para si, mostrando que há uma diferenciação, no sentido estético, que o artista tenta trabalhar com o público. Na imagem acima, GD usa três peças extravagantes diferentes: Uma jaqueta punk com tachas, *spikes*, tecidos e *patches*, uma bandana customizada com franjas, tachas e lantejoulas, e tênis rosa com *spikes* na parte da frente. Se fora apenas uma peça no visual, esta sim já causaria um impacto no traje do artista. Bandana posta no antebraço, de boné e Ray-ban, a “brincadeira” com os acessórios na figura 40. Na figura 41, a bandana na cabeça lembra o cantor Cazuzu.

Figura 40: Óculos, boné, bandana, camiseta com lantejoulas. Vários elementos compondo o look de Gabriel Diniz na apresentação



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

Figura 41: A bandana posta na cabeça varia o estilo do cantor



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

A mudança de lugares de uso dos acessórios não deixa o visual do cantor ficar previsível ou cair na mesmice.

Por vezes, o artista insiste em uma temporada com um estilo de roupa, ou uma linha a ser seguida, mas rapidamente mescla para um estilo diferente, ou entre a temporada, usa estilos que rompam essa rotina e não permitam um só estilo ser visualizado. A bandana no

antebraço com tachas e franjas mostrando uma variação de acessórios, lugares e variedade de peças na figura 42. Desta vez, na figura 43, o acessório fora usado na calça.

Figura 42: A bandana usada no punho e na mão com um moletom customizado



Fonte: Reprodução/Instagram, 2017

Figura 43: A bandana é usada na calça desta vez



Fonte: Reprodução/Instagram, 2018

Tamanha importância há no uso dos acessórios, que o Rei do Pop, também conhecido como o Rei do Estilo, Michael Jackson, fez questão de usá-los. Eram vários adereços como chapéus, meias com brilhos, gravatas, e a famosa luva com *strass*. Seu estilista, Michael Bush, conta que tudo era muito bem pensado. Bush ainda acrescenta que na medida que os estádios ficavam maiores, as calças de Jackson ficavam cada vez menores, para que suas meias de *strass* pudessem ser vistas (REANEY, 2012). Todos usariam duas luvas nas mãos, mas não o Rei do Pop, que usou apenas o adorno na mão direita. Já que todos usariam duas, ao usar uma, desta maneira, Jackson faria do acessório cravado de milhares de cristais austríacos uma marca registrada do seu estilo, fazendo com que todo mundo prestasse atenção no astro, através de uma só peça. Confira na figura 44.

Figura 44: O Rei do Pop é referência no estilo. O artista usava acessórios únicos para as suas apresentações, e por vários deles era reconhecido



Fonte: <https://goo.gl/YJ4mhD>

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao findar esta pesquisa, podemos notar que a discussão teórica embasou a hipótese primária, de que os trajes de um artista quando pensados exclusivamente para um show, trazem para o cantor um brilho distinto para a sua apresentação.

A relevância do trabalho, como pesquisador, foi de suma importância para constatar a veracidade da minha inquietação, quando ao descobrir, sem intenção, o trabalho do artista Gabriel Diniz, pude sentir na prática e notar o impacto visual que os trajes causam e contrastam em um espetáculo, completando-o.

O GD possui um figurino customizado, entre outras palavras, feito exclusivamente para si no momento em que o personagem entra no palco para a sua encenação. A dinâmica e o pensamento de artistas com essa consciência é a mesma das grandes apresentações romanas com as suas espetacularizações, que pensavam no espetáculo como um todo, desde os trajes dos atores, desempenho, aos conteúdos apresentados.

O trabalho contribui no mundo acadêmico, no sentido de mostrar a importância de uma diferenciação estética na composição da nossa *persona*, que essa mesma estética possui a nossa identidade e a imagem que queremos passar para o outro, como também na eficácia da elaboração do personagem de um artista em contato com o seu público. É preciso que o artista se vista como tal em seu espetáculo, e poucos possuem esse olhar, como foram poucos também os que se destacaram na estética visual na história da música brasileira e até mesmo em termos mundiais.

Os resultados fundamentaram a afirmação da suspeita principal, de que o visual distingue o objeto de estudo, Gabriel Diniz, de outros artistas, através da estratégia de diferenciação estética visual que apresenta.

O trabalho também atende à proposta da pesquisa, resolvendo a questão de que, o visual colabora diretamente no processo de diferenciação artística, ajudando na composição e complementando a *persona* no sentido estético visual.

A partir da provocação que causa este trabalho, novas abordagens podem ser feitas e investigadas, como, por exemplo, até que ponto um artista pode influenciar não só a outros artistas, mas também ao seu público, visualmente falando? Como os trajes influenciam no comportamento dos espectadores e a relação destes na sociedade e em seus ambientes de convívio?

Concluimos que, o objeto de estudo compõe um personagem com auxílio da sua vestimenta, e o mesmo enxerga além da visão artística, perpassando pela estética com

intenção de comunicar e interagir com a sociedade através da *persona* que anteriormente projetou para este fim.

REFERÊNCIAS

ANSPACH, Silvia. **Arte, cura, loucura: uma trajetória rumo à identidade individuada**. São Paulo: Annablume, 2000.

AUGUSTO, Luís M. **Freud, Jung, Lacan: Sobre o Inconsciente**. Porto: U. Porto, 2013.

BIEGING, Patrícia. **Arte, Novas Tecnologias e Comunicação: Fenomenologia da Contemporaneidade**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

BULL, Wagner. **Aikido - O Caminho Da Sabedoria – Dobun História e Cultura**. São Paulo: Pensamento, 2010.

CASTRO, Janio Roque Barros de. **Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano**. Salvador: EDUFBA, 2012.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda**. São Paulo: Annablume, 2005.

COELHO, Marcelo. **Crítica cultural: teoria e prática**. São Paulo: Publifolha, 2006.

COELHO, Marcelo. **Educar para as virtudes humanas**. São Paulo: Editora Canção Nova, 2013.

DAFNE, Pedroso; COUTINHO, Lúcia; SANTI, Vilso Junior. **Comunicação midiática: matizes, representações e reconfigurações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011.

DOBARRO, Sérgio Leandro Carmo. **A desconsideração da personalidade jurídica no código de defesa do consumidor e o reflexo na pessoa física e jurídica**. São Paulo: Baraúna, 2016.

DOWNING, Christine. **Espelhos do self: as imagens arquetípicas que moldam a sua vida**. São Paulo: Cultrix, 1991.

FADIMAN James; FRAGER Robert. **Personalidade e crescimento pessoal**. 5ª Ed. São Paulo: Artmed, 2004.

FAST, Julius. **A linguagem do corpo**. São Paulo: Nobel, 1999.

FEATHERSTONE, Mike. **O corpo: processo social e teoria cultural**. Londres: Sage, 1992.

FEIST, Jess; FEIST, Gregory J.; ROBERTS Tomi – Ann. **Teorias da personalidade**. 8ª Ed. São Paulo: Amgh, 2015.

FERRARI, Ana Paula (org.). **Beleza à venda: autoestima não tem preço**. Brasília: Thesaurus, 2008.

HERWITZ, Daniel. **Estética: Conceitos-chave em filosofia**. São Paulo: Artmed, 2010.

JACOBI, Jolande. **A psicologia de C.G. Jung: uma introdução às obras completas**. Petrópolis: Vozes, 2013.

KOTLER, Phillip. Marketing para o século XXI: **Como criar, conquistar e dominar mercados** / Tradução Bazán Tecnologia e linguística. São Paulo: Futura, 1999.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências: por uma ética da estética**. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MENEZES, Jorge. **Transformando Networking em Negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

NOVAES, Joana de Vilhena. **O intolerável peso da feiura: sobre as mulheres e seus corpos**. Rio de Janeiro: PUC RJ, 2006.

OLIVEIRA, Irineu de Souza. **Programa de Direito Romano**. Canoas: Ubra, 1998.

PAEIRO, Denise; JUNIOR, Norval Baitello; MENEZES, José Eugênio de Oliveira. **Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia**. São Paulo: Annablume, 2006.

PASSADORI, Reinaldo. **As sete dimensões da comunicação**. São Paulo: Gente, 2009.

PEARSON, Carol S. **O despertar do herói interior**. São Paulo: Pensamento, 1991.

ROSENFELD, Denis L. (org.) **Ética e Estética**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

SANTOS, Gilberto Maciel. **Só não falei das flores**. São Paulo: Baraúna, 2013.

SILVA, Expedito Leandro. **Forró no asfalto: mercado e identidade sociocultural**. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2003.

SUASSUNA, Ariano. **Iniciação à Estética**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2013.

TROTTA, Felipe. **No Ceará não tem disso não: Nordestinidade e macheza no forró contemporâneo**. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2014.

VILLAÇA, Nízia. **O corpo da moda, o corpo das marcas**. In: A edição do corpo: tecnociência, artes e mídia. Barueri, SP: Estação das letras editora, 2007, p.135-161.

WICHROWSKI, Leonardo. **Terapia Capilar - uma abordagem complementar**. Porto Alegre: Alcance, 2007.

WHITMONT, Edward C. **A busca do símbolo: Conceitos básicos de psicologia analítica**. São Paulo: Cultrix, 1998.

WYLLYS, Jean. **Tempo bom, tempo ruim: identidades, políticas e afetos**. São Paulo: Paralela, 2014.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

BONFIM, Márcio. Luiz Gonzaga é a inspiração do trabalho de artesãos em Pernambuco. **G1**, 29 mai. 2015. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/05/luiz-gonzaga-e-inspiracao-do-trabalho-de-artesaos-em-pernambuco.html>> Acesso em: 02 jun. de 2018.

GABRIEL DINIZ MOSTRA ROUPAS E CAMARIM EM ENTREVISTA. Super Top. **Youtube**. 08 jun. 2016. 4min54s. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=puuMFFLMgAw>> Acesso em: 21 mai. de 2018.

GABRIEL DINIZ NO ENCONTRO. Agnelo Moura Santos. **Youtube**. 15 mai. 2014. 4min14s. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=phVdpRDhT_U> Acesso em: 29 mai. 2018.

MARCELO SERRADO FALA SOBRE COMO FOI INTERPRETAR O "CRÔ". Trip Tv. **Youtube**. 28 out. 2014. 3min35s. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RscZFqgN1aw>> Acesso em: 24 mai. de 2018.

MEDEIROS, Rostand. Luiz Gonzaga – 100 anos do maior artista da cultura nordestina. **Tok de História**, 10 dez. 2012. Disponível em: < <https://tokdehistoria.com.br/2012/12/10/luiz-gonzaga-100-anos-do-maior-artista-da-cultura-nordestina/>> Acesso em: 03 jun. de 2018.

NÊUMANNE, José. O inventor do sertão – Luiz Gonzaga. **Jornal GGN**, 19 dez. 2010. Disponível em: < <https://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/o-inventor-do-sertao-luiz-gonzaga>> Acesso em: 01 jun. de 2018.

REANEY, Patricia. Joias e pérolas: o estilo de Michael Jackson. **Reuters**, 12 out. 2012. Disponível em: <<https://br.reuters.com/article/entertainmentNews/idBRSPE89B01S20121012>> Acesso em: 21 mai. de 2018.

SERTANEJO SEM CRIATIVIDADE? SOROCABA COMPARA CRISE DO ESTILO À DERROCADA DAS PALETERIAS MEXICANAS. **G1**. 01 jun. 2018. 3min57s. Disponível em: < <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/sertanejo-sem-criatividade-sorocaba-compara-crise-do-estilo-a-derrocada-das-paleterias-mexicanas.ghtml>> Acesso em: 02 jun. de 2018.

SILVA, Mariana. Gabriel Diniz defende visual irreverente: "Cantor tem que brilhar mesmo, causar encantamento". **Contigo**, 13 nov. 2017. Disponível em: <<http://contigo.uol.com.br/noticias/exclusivas/gabriel-diniz-defende-visual-irreverente-cantor-tem-que-brilhar-mesmo-causar-encantamento.phtml>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM O *STYLING* LI CAMARGO

Li Camargo atua no ramo da moda, personificando alguns nomes nacionais. Segue abaixo uma entrevista concedida pelo mesmo através de seu Instagram, onde o profissional retratará um pouco sobre o seu trabalho e a parceria com o artista Gabriel Diniz.

P - Como é o trabalho que você desenvolve como *personal stylist*? Quais são os processos da consultoria?

L - Como *personal stylist*, desenvolvo o trabalho desde uma simples arrumação de armário de um empresário, até um figurino para a gravação de um DVD de um *pop star* da música.

P - Você acha que o artista precisa se vestir como artista, ou simplesmente se vestir bem já funciona?

L - Sim, o artista precisa se vestir como artista. Sempre falo isso: quando ele está em casa ele é a pessoa normal como nós, mas quando ele sai de casa, tanto para subir num palco ou para dar uma simples volta, ele é um artista. Os fãs esperam isso dele, e ele tem que entregar isso para os fãs.

P - Na sua opinião, esteticamente é preciso diferenciar o artista do público? Justifique.

L - Como falei na resposta anterior, o artista é artista, ele sempre tem que cuidar da imagem, mesmo que saia de casa pra ir tomar um café na esquina. Ainda mais nos tempos de hoje, com as mídias sociais nas mãos de qualquer pessoa. É preciso sim diferenciar o artista do público sempre.

P - O que é “se vestir como artista”?

L - Na verdade, é ter cuidado com a imagem sempre respeitando a sua essência, seus gostos e a sua personalidade.

P - Quais as suas tendências e estilos, e o que mais gosta de compor?

L - Eu acho que a moda trabalha com tendências, mas quando vamos trabalhar com um artista, temos que respeitar muito suas ideias, características e proporções. Respeitando isso, é só fazer a sua escolha de peças e compor um figurino próprio.

P - Qual a importância da estética na personificação do artista em cena? Como ela ajuda nessa expressão e identidade da *persona*?

L - A estética é a coisa mais importante a se respeitar na composição de um figurino. Temos (como falei na resposta anterior) que sempre respeitar as proporções do artista que estamos trabalhando. Não é porque a tendência é essa que temos que vestir o artista com ela, temos que ver esteticamente se fica, ou não, bem nele.

P - A partir de qual ano você começou o trabalho de consultoria com o Gabriel Diniz?

L - Desde 2016 começamos a trocar mensagem, mas o começo do trabalho só se concretizou em 2017.

P - Qual o motivo da passagem do estilo anterior com calça *legging* para uma linha mais com ramificações do Rock (grunge, metal, punk)?

L - Gabriel é um ponto fora da curva. Além de um talento ímpar para a música, ele é um *show man*. Não tem motivo essas mudanças. Um artista está sempre se renovando e o melhor exemplo hoje na música é o trabalho que estamos fazendo juntos, Gabriel e eu.

P - Por que o uso de estilos diferentes por temporada, e qual o objetivo dessa estratégia? Por exemplo, nesse primeiro semestre o cantor usou estilos mais simples com algumas roupas estampadas e até bermudas.

L - Não tem uma data certa para mudança de estilo. O que vai acontecendo é que o artista vai querendo ter uma cara diferente da que ele tinha, e isso no caso do Gabriel fica muito nítido. Como ele pode entrar em um show hoje punk/rock, amanhã ele pode subir de bermuda e camiseta, e depois com um terno de alfaiataria, mas com certeza todos vão ter a sua personalidade bem marcada.

P - Quais outros artistas que você já trabalhou ou trabalha atualmente?

L - Tive a chance de trabalhar com grandes nomes da música, como: Alexandre Pires, Luan Santana, Roberta Miranda, Simone e Simaria, Henrique e Juliano, Lucas Lucco, Maiara e Maraisa, Pablo. O importante não é trabalhar com grandes nomes, mas sim fazer sempre com muito amor e deixar o artista feliz. Não importa o tamanho de sua fama.