

Capital simbólico: A dicotomia do artesanal na moda¹

Alexandra Guida Marinho²

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Resumo

Este artigo realiza uma revisão bibliográfica sobre o capital simbólico do artesanal na moda, analisando as contradições entre a valorização do “feito à mão” nos espaços elitizados e a invisibilização das mulheres imigrantes, sobretudo bolivianas, que sustentam essa produção em São Paulo. A partir de autores como Lotman, Bourdieu, Bakhtin, Foucault e Carneiro, discute-se como a moda atua como campo de poder que regula sentidos e naturaliza desigualdades.

Palavras-chave

Moda; Capital simbólico; Etnização do trabalho; Semiosfera

Introdução

O presente artigo propõe uma revisão bibliográfica exploratória sobre as dinâmicas de produção e reconhecimento do valor simbólico associado ao artesanal na moda. Partindo da perspectiva da semiosfera, proposta por Iuri Lotman (1996), a moda é compreendida como um sistema de signos em constante diálogo com outras estruturas culturais, responsável por organizar sentidos e reforçar distinções sociais.

Ao abordar o artesanal, é fundamental recorrer ao conceito de capital simbólico de Pierre Bourdieu (2007), que permite entender como determinadas práticas ganham prestígio e legitimidade apenas quando reconhecidas pelos agentes dominantes do campo da moda. Tal capital é socialmente distribuído e condicionado pelas estruturas de poder, o que explica a desvalorização sistemática do trabalho manual realizado por sujeitos racializados e subalternizados.

A esse processo de naturalização das desigualdades soma-se o conceito de ideologia do cotidiano, elaborado por Mikhail Bakhtin (1997), que evidencia como as diferenças de valor são construídas e reproduzidas nas práticas ordinárias, tornando-se invisíveis aos olhos da sociedade. A moda, ao criar narrativas que exaltam a autenticidade do artesanal, ao mesmo tempo silencia as condições precárias enfrentadas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Moda, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), e-mail: aleguidam@gmail.com

por mulheres imigrantes bolivianas que, em oficinas clandestinas na cidade de São Paulo, materializam grande parte da produção.

Com base nos aportes de Michel Foucault (1971), o artigo também problematiza a moda como um dispositivo discursivo de poder, responsável por regular sentidos, legitimar discursos e organizar os regimes de visibilidade. Este debate se aprofunda ainda a partir do conceito de dispositivo da racialidade, desenvolvido por Sueli Carneiro (2023), que permite evidenciar como o racismo estrutural opera na cadeia produtiva da moda, negando capital simbólico aos corpos que sustentam materialmente o trabalho artesanal.

Moda e Semiosfera: A Indumentária como Texto Cultural

A moda, enquanto fenômeno cultural, materializa-se como um dos textos que integram a semiosfera, conceito central da Escola de Tártu-Moscou (ETM), formulado por Iuri Lotman. Para o autor, a semiosfera é o "espaço semiótico fora do qual é impossível a existência da semiose" (Lotman, 1996, p. 12). A cultura, neste contexto, não é um conjunto estático de significados, mas um sistema vivo, dinâmico e heterogêneo, no qual os diferentes textos culturais e, entre eles, a moda, dialogam, se chocam e se ressignificam continuamente.

Para Lotman, a cultura é um sistema de memória não-genética, um mecanismo dinâmico, capaz de receber, transformar e reorganizar informações, criando modelos de expressão que orientam os indivíduos nas suas relações sociais (Aràn; Barei, 2006). A moda, inserida nesse cenário, atua como um desses sistemas de signos, responsável por organizar e estruturar socialmente o mundo visível, funcionando como um dispositivo estereotipador que oferece aos indivíduos um repertório de códigos visuais para a construção de sentidos partilhados (Lotman, 1996).

O pensamento da ETM reforça que a moda é um dos muitos sistemas sógnicos que constituem a cultura, organizando informações, comportamentos e códigos de aparência (Velho, 2009). Para além da estética, a moda articula discursos históricos, econômicos e simbólicos, funcionando como "um gerador magnificamente organizado de linguagens" (Machado, 2003, p. 13). Sua estruturação temporal e seu caráter cíclico, descritos por autores como Lipovetsky (1989) e Calanca (2011), a posicionam como um

fenômeno que se insere plenamente na lógica da semiosfera, operando na tensão entre estabilização e transformação.

Historicamente, como mostrado por Roche (2007) e Svendsen (2012), a moda sempre ocupou um espaço semiótico privilegiado dentro das dinâmicas de distinção e pertencimento social. Desde as leis suntuárias do século XVI até o surgimento da Alta Costura no século XIX e a consolidação do prêt-à-porter no século XX, a indumentária operou como um texto cultural capaz de condensar memórias sociais e marcar os processos de transformação de diferentes subsistemas culturais.

Na perspectiva de Lotman, a moda pode ser entendida como um texto cultural que realiza um duplo movimento: de um lado, promove a diferenciação, reafirmando as fronteiras sociais e simbólicas entre grupos (como exemplificado nas distinções de classe reforçadas pelas leis suntuárias); de outro, atua na internalização e assemelhação, quando elementos antes restritos a um grupo (como o vestuário nobre) passam a ser apropriados por outros segmentos sociais, criando novas configurações de sentido. Esse processo, que envolve tanto estabilizações quanto desestabilizações culturais, é um exemplo prático das dinâmicas que Lotman descreve como constitutivas da semiosfera (Lotman, 1996).

A emergência da moda como campo de significação também evidencia a lógica de circulação e ressignificação de textos dentro da semiosfera. A partir do século XIX, com o avanço da industrialização e da modernidade, observa-se uma aceleração dos processos de produção e difusão de significados no universo da moda, como destacado por Brandini (2008) e Lipovetsky (1989). Essa nova dinâmica contribui para a formação de uma semiosfera globalizada da moda, na qual os códigos visuais atravessam fronteiras geográficas e culturais com velocidade crescente, enquanto são reinterpretados e ressignificados em contextos locais.

Com a consolidação de modelos como o fast fashion, as fronteiras entre centro e periferia dentro da semiosfera da moda tornaram-se ainda mais porosas. Produtos, tendências e estilos circulam de maneira rápida e fragmentada, promovendo um diálogo constante entre diferentes subsistemas culturais. Este movimento de deslocamento e ressignificação ilustra o conceito lotmaniano de que toda cultura, que acontece dentro da semiosfera, é semioticamente não-homogênea, sendo constituída por signos que encadeiam outros signos e que só funcionam submersos em um continuum semiótico

em um intercâmbio incessante de textos, com tensões e conflitos simbólicos internos (Lotman, 1996).

No campo da moda, essas tensões se manifestam tanto nas disputas entre o artesanal e o industrial, quanto na oposição entre o exclusivo e o massificado – binômios que, por sua vez, dialogam com o tema central deste artigo: a dicotomia do artesanal na moda enquanto capital simbólico. Entendê-la a partir da lógica da semiosfera permite reconhecer a moda não apenas como objeto estético ou econômico, mas como um fenômeno comunicacional essencial à organização cultural das sociedades contemporâneas.

A Construção do Capital Simbólico na Moda: A Valorização e o Esvaziamento do Artesanal

A moda, enquanto sistema de significados inserido na semiosfera cultural, não apenas reflete os processos sociais, mas também participa ativamente da produção de distinções simbólicas que organizam o espaço social. Para compreender a lógica por trás da valorização do artesanal em oposição ao industrial, é fundamental recorrer ao conceito de capital simbólico, conforme definido por Pierre Bourdieu (2007). Para o autor, o capital simbólico representa um recurso imaterial, mas altamente efetivo operando como uma moeda invisível nos campos sociais. No campo da moda, o feito à mão é um desses bens simbólicos, cuja valorização não se ancora apenas na materialidade do objeto, mas na construção social do prestígio que o envolve.

A compreensão das dinâmicas de valorização do artesanal na moda exige um olhar atento para os mecanismos simbólicos que estruturam o campo social. Pierre Bourdieu (2007), ao desenvolver o conceito de capital simbólico, fornece a chave teórica para entender como determinados bens, práticas e saberes como o “feito à mão” adquirem legitimidade, prestígio e valor social apenas quando circulam em espaços de consagração socialmente reconhecidos. No universo da moda, o artesanal é elevado à categoria de objeto de desejo quando vinculado a marcas de luxo, estilistas consagrados ou narrativas de exclusividade cuidadosamente construídas pelas instâncias legítimas de validação do campo. Ao mesmo tempo, o mesmo fazer manual perde sua força simbólica quando associado a sujeitos racializados e subalternizados. Como afirma

Bourdieu (2007), o capital simbólico "não existe nem circula fora do campo de forças sociais que lhe conferem valor e legitimidade" (p. 25).

Dentro do campo da moda, o artesanal assume uma posição de destaque justamente por carregar consigo um denso capital simbólico. O valor atribuído ao feito à mão não reside apenas em sua materialidade ou em sua técnica, mas principalmente na capacidade de significar exclusividade, autenticidade, tempo dedicado e *savoir-faire* – aspectos que contrastam diretamente com a lógica da produção industrial em massa, marcada pela velocidade, padronização e efemeridade.

Essa oposição entre o artesanal e o industrial pode ser compreendida como uma estratégia de diferenciação simbólica, na qual determinados agentes da moda buscam acumular capital simbólico ao adotar, consumir ou promover práticas associadas ao fazer manual e ao valor do único. Como aponta Bourdieu (2007), as distinções simbólicas são sempre construídas em oposição a um "outro desvalorizado", e, nesse caso, o *fast fashion* e sua produção massificada cumprem exatamente esse papel: o de representar o comum, o acessível, o desprovido de autenticidade.

Esse processo de construção simbólica, no entanto, não ocorre em um vazio ideológico. É mediado por aquilo que Mikhail Bakhtin (1997) denomina como ideologia do cotidiano. Para Bakhtin, a ideologia cotidiana refere-se àquele conjunto de significados, valores e representações que, quase invisível, orientam as práticas sociais e a maneira como os sujeitos percebem o mundo. A ideologia do cotidiano não é discursiva no sentido formal, mas está incorporada em ações, hábitos, objetos e, também, no vestuário. Para o autor, os significados sociais são naturalizados nessas práticas diárias, tornando-se invisíveis e, portanto, ainda mais potentes na reprodução das hierarquias. Bakhtin enfatiza que todo signo ideológico "reflete e refrata uma outra realidade" (Bakhtin, 1997, p. 30), e que o mundo social é construído sobre uma disputa constante de sentidos.

A dissociação entre a estética do artesanal e a realidade das mãos que o produzem é um exemplo claro dessa refratação ideológica. O "feito à mão" ganha prestígio apenas quando deslocado de sua origem material e ressignificado dentro das dinâmicas de consagração simbólica do campo da moda. Como aponta Bakhtin (1997), "o domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos" (p. 31), o que evidencia

que o valor do artesanal é uma construção discursiva orientada por interesses de classe, raça e gênero.

Ao longo das últimas décadas, a moda artesanal foi sendo ressignificada dentro dessa ideologia cotidiana como um contraponto desejável ao consumo industrializado. Elementos como a história da peça, a figura do artesão e a noção de produção local passaram a ocupar espaço na narrativa mercadológica, sendo associados a valores como ética, sustentabilidade e singularidade. Esse processo ideológico se alimenta, por um lado, de uma crítica crescente ao modelo industrial de produção em massa, marcado por problemas ambientais, exploração laboral e homogeneização estética, e, por outro, da busca contemporânea por experiências de consumo com maior carga afetiva e autenticadora.

Bakhtin nos ajuda a entender que o consumo de moda artesanal não é apenas uma escolha estética ou racional, mas um gesto profundamente ideológico, que atualiza relações sociais e reafirma posições de classe e de gosto. O artesanal passa a ser percebido como uma forma de resistência simbólica frente à lógica dominante da produção industrial, funcionando como um marcador de distinção dentro da dinâmica social.

Esse jogo de sentidos, entretanto, é marcado por tensões e contradições. Muitas vezes, a própria indústria da moda se apropria da estética do artesanal para produzir, em escala industrial, o que se convencionou chamar de "artesanal de massa", esvaziando parte de seu capital simbólico original e transformando o que era um elemento de distinção em mais um produto de mercado.

Assim, ao mobilizar os conceitos de capital simbólico (Bourdieu, 2007) e ideologia do cotidiano (Bakhtin, 1997), compreendemos que a dicotomia entre o artesanal e o industrial na moda não é apenas uma questão de técnica ou processo produtivo. Trata-se de uma disputa simbólica, onde os sentidos atribuídos aos objetos e às práticas são constantemente negociados, ressignificados e, muitas vezes, apropriados por diferentes agentes dentro da semiosfera cultural.

Assim, esse mesmo capital simbólico que confere valor ao bordado de uma maison francesa ou ao tingimento manual de uma colaboração com um artista renomado, é sistematicamente negado quando o trabalho manual é associado a sujeitos socialmente subalternizados. As mãos racializadas e femininas de mulheres imigrantes

latino-americanas, por exemplo, cuja atuação é central na sustentação material da cadeia produtiva da moda no Brasil, permanecem invisibilizadas dentro das estruturas de reconhecimento simbólico. Trata-se de um movimento de produção e negação de valor, que não se dá espontânea ou neutra, mas é resultado direto das estruturas de poder que organizam o campo da moda e distribuem o capital simbólico desigual.

Aqui, a teoria de Bourdieu permite compreender que o valor do artesanal não é inerente ao objeto ou à técnica em si, mas é construído socialmente através de processos de legitimação simbólica que passam pela origem, pelo contexto de consumo e, sobretudo, pela identidade social dos sujeitos produtores. O "feito à mão" só adquire status distintivo quando desprendido de sua materialidade de origem e recodificado por agentes detentores de capital cultural e simbólico dentro do campo (Bourdieu, 2007).

O conceito já apresentado antes, da ideologia do cotidiano, de Mikhail Bakhtin (1997), oferece um aporte essencial nesse debate. Bakhtin nos lembra que os significados que regem a vida social – incluindo aqueles que hierarquizam o valor de diferentes formas de trabalho manual – não se estabelecem apenas por discursos formais ou institucionais, mas são naturalizados nas práticas rotineiras e nas representações mais ordinárias da vida social. É no cotidiano que se sedimentam as diferenças de valor atribuídas ao artesanal produzido em um ateliê de luxo e àquele costurado em uma oficina precarizada de São Paulo. A ideologia do cotidiano opera, portanto, como um campo de reprodução simbólica da desigualdade, naturalizando distinções que, na verdade, são socialmente construídas e politicamente sustentadas.

A normalização da diferença é o que permite que, ao mesmo tempo, o mercado celebre o "feito à mão" como sinônimo de autenticidade e luxo, enquanto invisibiliza os corpos que o produzem em contextos de exploração. O capital simbólico, portanto, se torna um recurso seletivo, que só é acionado quando o sujeito produtor pertence a um grupo social autorizado a deter prestígio e legitimidade no campo cultural.

É nesse ponto que se abre a necessidade de avançarmos a análise para uma perspectiva crítica sobre o papel da linguagem na construção dessas hierarquias simbólicas. A partir das teorias de Michel Foucault (1979), será possível problematizar a moda como um dispositivo discursivo de poder, que regula sentidos, legitima verdades e organiza os regimes de visibilidade e invisibilidade dentro do campo social. Essa reflexão se tornará ainda mais potente ao dialogarmos com o conceito de dispositivo da

racialidade, de Sueli Carneiro (2003), que nos permitirá evidenciar como a moda, enquanto campo discursivo e material, opera na reprodução de um racismo estrutural que apaga sistematicamente as mulheres imigrantes racializadas do reconhecimento simbólico, mesmo quando elas são as responsáveis por sustentar, com sua força laboral, a materialidade do que hoje se celebra como "artesanal".

A Moda como Dispositivo Discursivo: Invisibilização, Poder e a Racialização do Artesanal

Ao aprofundarmos a análise sobre a construção do valor simbólico na moda, torna-se fundamental compreender como os discursos legitimadores operam na produção e na hierarquização dos sentidos atribuídos ao artesanal. Para isso, é imprescindível recorrer à noção de dispositivo, segundo Michel Foucault (1979), compreendido como um arranjo estratégico de saberes, práticas e instituições que organizam a produção de verdades e a regulação dos corpos. Para Foucault (1971), "em toda sociedade, a produção do discurso é simultaneamente controlada, selecionada, organizada e redistribuída por um certo número de procedimentos" (p. 9).

No campo da moda, o dispositivo se manifesta através de normas estéticas, narrativas de autenticidade e, como visto, mecanismos de consagração que definem o que é considerado legítimo, valioso e digno de reconhecimento. A moda, enquanto dispositivo discursivo, não apenas regula os sentidos atribuídos ao "feito à mão", mas também estabelece as fronteiras entre o que é considerado artesanal de prestígio e aquilo que é socialmente desqualificado. A linguagem, nesse cenário, não é neutra: ela produz hierarquias de valor, legitima discursos de verdade e organiza regimes de visibilidade e invisibilidade. O discurso que exalta o artesanal enquanto símbolo de exclusividade é o mesmo que silencia e marginaliza os corpos racializados e femininos que materialmente sustentam o trabalho manual nas bases da cadeia produtiva.

Essa lógica discursiva é fundamental para entender a desconexão entre o imaginário elitizado do artesanal e a materialidade de sua execução em contextos de exploração. O caso das confecções localizadas na cidade de São Paulo, foco empírico desta pesquisa, ilustra contundente essa dinâmica. Grande parte da produção de peças têxteis consideradas "artesanais" no Brasil é realizada por mulheres imigrantes que enfrentam jornadas exaustivas, remuneração inferior ao salário mínimo, condições

degradantes de moradia e trabalho, além de vulnerabilidades acentuadas por fatores de gênero, raça e migração (Relatório Mulheres na Confeção, 2022).

É nesse cenário que o conceito de dispositivo da racialidade, de Sueli Carneiro (2023), ganha relevância analítica. Carneiro propõe que a racialidade é uma tecnologia de poder que opera na constituição dos sujeitos sociais, estruturando a posição do Outro como não-ser, a partir de um "contrato racial" que naturaliza a subalternização dos corpos negros e racializados enquanto garante a centralidade e superioridade do corpo branco na ordem social (Carneiro, 2023, p. 78). No contexto da moda paulistana, essa lógica se traduz na sistemática invisibilização das mulheres imigrantes bolivianas que trabalham em confecções clandestinas e precarizadas na cidade de São Paulo.

Essa lógica é profundamente atravessada por relações de gênero, raça e classe, nas quais as mulheres bolivianas são alvo de múltiplas camadas de subalternização pela somatória de uma série de fatores e características como: (a) ser mulher em uma sociedade patriarcal e machista; (b) ser mulher imigrante; (c) estar inserida em uma profissão com histórico de exploração e situações análogas à escravidão. Como evidencia o próprio Foucault (1971), o discurso não apenas reflete as lutas sociais, mas é o próprio campo no qual essas lutas são travadas: "o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas é aquilo por meio do qual e com o qual se luta" (Foucault, 1971, p. 13).

Foucault (1979) nos lembra que o poder não atua apenas pela repressão, mas sobretudo pela produção de saberes e pela construção de verdades através do discurso. A moda, enquanto dispositivo discursivo, transforma a estética do artesanal em valor mercadológico, enquanto opera a exclusão simbólica de suas verdadeiras produtoras. Este processo é reforçado pela ideologia do cotidiano (Bakhtin, 1997), que naturaliza a diferença de valor entre o artesanal legitimado pelas maisons de moda e aquele produzido pelas mãos das trabalhadoras racializadas e migrantes, relegadas ao campo da invisibilidade social.

Assim, enquanto consumidores de classes médias e altas celebram o "feito à mão" como símbolo de autenticidade, história e cuidado, as mulheres bolivianas permanecem confinadas a uma posição de subalternidade, onde seu trabalho é desprovido de capital simbólico e frequentemente associado à clandestinidade, ao barato e sem qualidade.

Essa desconexão entre o imaginário elitizado do artesanal e a materialidade de sua execução evidencia a necessidade de uma abordagem crítica, que desestabilize os discursos hegemônicos da moda e revele os mecanismos de racialização, exploração de gênero e apagamento simbólico que sustentam a cadeia produtiva. O objeto empírico desta pesquisa – as confecções paulistanas e as experiências das mulheres migrantes – oferece uma oportunidade para tensionar essas estruturas discursivas, dando visibilidade às vozes historicamente silenciadas e problematizando os modos como a moda opera como campo de poder, distinção e exclusão.

Referências

ARÀN, P.; BAREI, S. **Cultura e comunicação: a escola de Tártu-Moscou e a semiótica da cultura**. In: LOPES, M. I. V. (Org.). *Comunicação e identidade: cultura e consumo na sociedade contemporânea*. São Paulo: Loyola, 2006. p. 115-140.

BAKHTIN, M. **Estudos de filosofia da linguagem: problemas da filosofia da linguagem**. Tradução de M. Lahud; Y. F. Vieira. São Paulo: Hucitec, 1997.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BRANDINI, V. **A moda e suas transformações sociais**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

CALANCA, D. **História social da moda**. São Paulo: Contexto, 2011.

CARNEIRO, S. **Dispositivo de racialidade: a construção do outro como não ser como fundamento do ser**. Rio de Janeiro: Zahar, 2023.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. Tradução de E. Cordeiro. São Paulo: Loyola, 1971.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOTMAN, I. **La semiosfera I: semiótica de la cultura y del texto**. Valencia: Cátedra, 1996.

MACHADO, E. T. S. **A Escola de Tártu-Moscou e a semiótica da cultura: o legado de Iuri Lotman**. Revista USP, São Paulo, n. 57, p. 10-25, 2003.

RELATÓRIO MULHERES NA CONFECÇÃO. **Mulheres na confecção: condições de trabalho de imigrantes bolivianas em São Paulo**. São Paulo: Instituto Pólis, 2022.

ROCHE, D. **A cultura das aparências: uma história da indumentária, séculos XVII-XVIII**. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

SVENDSEN, L. **Moda: uma filosofia**. Lisboa: Edições 70, 2012.

VELHO, A. P. M. **A semiótica da cultura: apontamentos para uma metodologia de análise da comunicação**. Revista de Estudos de Comunicação, Curitiba, v. 10, n. 23, p. 249-257, 2009.