

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**

Aline Lopes Rochedo

**“EU ME SINTO NO TOPO DO MUNDO USANDO LOLITA”:
individualidade e produção do feminino através de uma moda urbana**

**Porto Alegre
Dezembro 2016**

Aline Lopes Rochedo

**“EU ME SINTO NO TOPO DO MUNDO USANDO LOLITA”:
individualidade e produção do feminino através de uma moda urbana**

Trabalho de Conclusão de Curso de Ciências Sociais apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Carlos Eduardo Valente Dullo, Prof. Doutor em Antropologia Social

**Porto Alegre
dezembro 2016**

Aline Lopes Rochedo

**“EU ME SINTO NO TOPO DO MUNDO USANDO LOLITA”:
individualidade e produção do feminino através de uma moda urbana**

Trabalho de Conclusão de Curso de Ciências Sociais apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Carlos Eduardo Valente Dullo, Prof. Doutor em Antropologia Social

Data de aprovação: __/__/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Carlos Eduardo Valente Dullo (orientador)

Prof. Dra. Maria Eunice de Souza Maciel

Prof. Ma. Patrícia Kunrath Silva

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, professor Dr. Carlos Eduardo Valente Dullo, pela dedicação, pela confiança, pelo profissionalismo e pela amizade.

Agradeço a Leandro Steiw, meu companheiro, e à minha mãe, Izar, pelo incentivo para a realização – e finalização – deste TCC e do curso de Ciências Sociais.

Obrigada a todas as pessoas que permitiram a produção deste trabalho, especialmente a Heidi, Sofia, João e Mikoto e àqueles que responderam os questionários. Sou grata também à Laís, à Athene e à Natália, que colaboraram com minha inserção no campo.

Obrigada aos professores e às professoras, especialmente à Dra. Cornélia Eckert e à Dra. Rosana Pinheiro-Machado, que enxergaram a minha presença madura no meio de tantos jovens e me convenceram a não desistir.

Muito obrigada à banca examinadora, Dra. Maria Eunice Maciel e Ma. Patrícia Kunrath Silva, pelas considerações, pela leitura atenta e pelas provocações.

Tive colegas formidáveis nesta segunda graduação. À turma que entrou comigo, e da qual me separei quando tranquei o curso por dois anos, agradeço pela amizade, paciência e acolhida. À Júlia Cardoni e à Fernanda Ferreira, que conheci no retorno, agradeço por me ajudarem a transformar tanta tensão em leveza. À Bruna Stephanou, minha gratidão pelas conversas durante a produção do TCC. E Natalia Seeger Duarte, obrigada por estar no meu caminho.

À turma do Navisual, “meu” núcleo, toda a minha gratidão.

Agradeço ao Edmilson por me “salvar” tantas vezes no Laboratório de Informática.

Também sou grata a todos os funcionários do IFCH, pessoas que sempre me trataram com cortesia, à incansável equipe da biblioteca e à querida Clê, do xerox.

Ao grupo de pesquisa História da Arte e Cultura de Moda, coordenado pela professora Dra. Joana Bosak de Figueiredo, do Instituto de Artes, muito obrigada por tornar minha experiência acadêmica ainda mais prazerosa.

RESUMO

Este trabalho resulta de um exercício etnográfico realizado junto a seguidores brasileiros da moda urbana Lolita, estilo japonês criado em Tóquio na década de 1970 e inspirado no vestuário de bonecas vitorianas combinado com elementos do rococó e da cultura *pop* nipônica. A estética se difundiu pelo mundo, sobretudo com a expansão da internet, a partir dos anos 1990. Exploro a experiência de vestir Lolita e, através desta, a percepção de si e a produção de individualidades associadas à performance de gênero. Por meio de uma abordagem do tipo qualitativa, com entrevistas presenciais, questionários publicados em comunidades da rede social Facebook e observação participante *online* e *off-line*, procuro demonstrar como esta indumentária específica reitera o excesso como signo do feminino, mesmo quando usada sobre corpos de homens. Além disso, busco identificar sentidos, valores culturais e conflitos partilhados por pessoas cujas afinidades convergem para a montagem de um figurino que corresponde a um conjunto de normas. Observo, ainda, a construção de sociabilidades *online* e *off-line*, ambientes essenciais e relacionais na produção de sujeitos, na obtenção e na circulação de bens e imagens que constituem e compõem o figurino e na elaboração de ideias de pertencimento e coesão. O emprego de diferentes verbos para marcar o engajamento na prática – *vestir/usar* Lolita ou *ser* lolita – indicará formas variadas de praticar essa estética – para alguns, é *hobby*; para outros, estilo de vida. Ambos os casos parecem apontar para arranjos criativos de produção de si como ação reativa de sujeitos ao que consideram ser uma massificação das aparências.

Palavras-chave: Individualidade; Gênero; Performance.

ABSTRACT

This work is the result of an ethnographic exercise accomplished with Brazilian followers of urban fashion Lolita, a Japanese style created in Tokyo in the 1970s and inspired by Victorian doll clothing combined with rococo elements and Japanese pop culture. The aesthetics spread throughout the world, especially with the expansion of the internet, from the 1990s. I explore the experience of dressing Lolita and, through it, the perception of self and the production of individualities associated with the performance of gender. By a qualitative approach, with face-to-face interviews, questionnaires published in communities of the social network Facebook and participant observation online and offline, I try to demonstrate how this specific outfit reiterates the excess as a sign of the feminine, even when used on men's bodies. In addition, it seeks to identify meanings, cultural values and conflicts shared by people whose affinities converge to the assembly of a costume that corresponds to a set of rules. It is also observed the construction of online and offline sociabilities, essential and relational environments in the production of subjects, in the acquisition and circulation of goods and images that constitute and compose the costumes and in the elaboration of ideas of belonging and cohesion. The use of different verbs to mark engagement to the practice – e dressing/wearing Lolita or being lolita - will indicate various ways of practicing this aesthetic – for some, it is a hobby; for others, lifestyle. Both cases seem to point to creative arrangements of self-production as the reactive action of subjects to what they consider to be a massification of appearances.

Keywords: Individuality; Gender; Performance.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: COMPOSIÇÃO KAWAII.....	18
FIGURA 2: LOLITA NO BAIRRO DE HARAJUKU, NO JAPÃO.	19
FIGURA 3: SUBESTILO CLASSIC EM ANÚNCIO DA <i>BRAND MARY MAGDALENE</i>	22
FIGURA 4: O BROLITA ONPU-CHAN EM SEU TRAJE <i>SWEET</i> , DURANTE FESTIVAL EM TÓQUIO.	23
FIGURA 5: EDITORIAL DE MODA COM VARIAÇÃO DO SUBESTILO GOTHIC	24
FIGURA 6: ALICE NO PAÍS DAS MARAVILHAS, POR JOHN TENNIEL.....	26
FIGURAS 7 A 11: HEIDI EM DETALHES NO SUBESTILO CASUAL. FOTOS: ALINE LOPES ROCHEDO, 2016.....	36
FIGURA 12: LOLITA DE HEIDI. FOTO: ALINE LOPES ROCHEDO, 2016.	39
FIGURA 13: OUTFIT BABY, THE STARS SHINE BRIGHT, DO MUSEU V&A, DE LONDRES.	40
FIGURA 14: IMAGEM ENVIADA POR SOFIA APÓS A ENTREVISTA. FOTO: ACERVO PESSOAL.	44
FIGURAS 15 E 16: SOFIA COM OUTFIT GOTHIC, UM DE SEUS PREFERIDOS. FOTO: ACERVO PESSOAL.....	44
FIGURA 17: JOÃO E O OUTFIT PREFERIDO, EM MEETING LOLITA. FOTO: ACERVO PESSOAL.....	49

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 A QUEDA NA CENA LOLITA	12
1.1 ONLINE E OFF-LINE	15
1.2 LOLITAS NO PAÍS DO SOL NASCENTE	17
1.3 RORIITA, POR FAVOR	25
2 OS QUESTIONÁRIOS	28
3 AS LOLITAS, O BROLITA E O ARISTOCRATA	34
3.1 HEIDI	34
3.2 SOFIA	41
3.3 MIKOTO	46
3.4 JOÃO	48
3.5 ELAS ESTÃO ENTRE NÓS	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56

INTRODUÇÃO

Este trabalho resulta de um exercício etnográfico realizado junto a adeptos brasileiros da moda urbana Lolita¹, estilo inspirado no vestuário de bonecas de porcelana vitorianas combinado com elementos do rococó e da cultura *pop* japonesa. Theresa Winge (2008) e Isaac Gagné (2007), estudiosos do assunto, situam a criação da estética nos anos 1970, em Tóquio, como prática reativa à moda ocidental que avançava no Japão do pós-guerra. Com maior intensidade a partir da expansão da *internet*, nos anos 1990, o movimento se difundiu por vários países – Brasil, inclusive –, sendo adotado majoritariamente por mulheres.

Pretendo explorar, a partir do ponto de vista nativo, a experiência de vestir Lolita e, através desta, a percepção de si e a produção de sujeitos associadas à performance de gênero (BUTLER, 1988). Tentarei demonstrar, por meio de uma abordagem do tipo qualitativa, como a indumentária Lolita reitera o excesso como signo do feminino, mesmo usada sobre corpos de homens. Ademais, buscarei identificar sentidos, valores culturais e conflitos partilhados por pessoas cujas afinidades convergem para um figurino. Minha intenção não é aprofundar uma análise sobre uma moda japonesa nem sobre práticas de gênero específicas, mas me apoiar nesses elementos como chaves analíticas para acessar individualidades.

Tomei como desafio estudar jovens urbanos que constroem sociabilidades distintas *online* e *off-line*, ambientes essenciais e relacionais na produção de sujeitos, na obtenção e na circulação de bens e imagens que constituem e compõem o figurino Lolita e na elaboração de ideias de pertencimento e coesão. Além de encontros presenciais com alguns interlocutores na cidade de Porto Alegre, no sul do Brasil – alguns agendados, outros inesperados –, realizei a maior parte das entrevistas e da observação participante em comunidades no Facebook e por meio de mensagens privadas na *internet*.

É importante frisar que há formas distintas de ser e vestir Lolita no tempo e no espaço. Desde os anos 1970, a estética viaja em fluxos culturais (HANNERZ, 1997), adaptando-se a contextos fora do Japão. Mesmo no Brasil há especificidades regionais quanto a usos e significados concedidos a objetos criados no registro dessa moda, com peças japonesas e brasileiras circulando entre diferentes espaços e produzindo composições surpreendentes – no

¹ Uso letra maiúscula no início da palavra Lolita quando me refiro à moda, ao movimento estético-cultural que guia este trabalho. Ao me referir às lolitas, às pessoas que adotam a moda, adoto letra minúscula no início do termo.

Rio Grande do Sul, uma camisa Lolita importada se converte em item do traje “tradicional” da mulher gaúcha. Além disso, adeptas e adeptos entram e saem desta estética e, sujeitos urbanos que são, ingressam em outras dimensões da vida cidadina. A partir de autores como José Guilherme Magnani (2009) e Gilberto Velho (2004), sabemos que a vida na cidade oferece experiências que impossibilitam o isolamento – escola, trabalho, igrejas, repartições públicas etc. – e interferem na produção de subjetividades e individualidades.

O emprego de diferentes verbos para marcar o engajamento na prática – *vestir/usar* Lolita ou *ser* lolita – indicará formas variadas de se relacionar com essa estética, formas que não são excludentes, mas que iluminam modos de atuar nesse panorama – para alguns, trata-se de *hobby*; para outros, estilo de vida. Ambos os casos apontam para arranjos criativos de produção de si como ação reativa ao que consideram ser uma massificação das aparências.

Cumpramos observar que movimentos jovens desencadeados nas décadas de 1960 e 1970 nos Estados Unidos, na Europa e mesmo no Japão embaralhavam fronteiras dicotômicas de vestir impostas no Ocidente no século XIX (SAULQUIN, 2010)². A alteração nas relações sociais creditadas à Revolução Industrial, à Modernidade e à consolidação do capitalismo relegou o decorativo e o adorno às vestes das mulheres. O traje masculino, associado ao trabalho e ao público, foi distanciado de enfeites, perucas, maquiagem e bordados e direcionado ao despojamento e à discrição (SOUZA, 1987; RAINHO, 2002; ZAMBRINI 2010). Ou seja, a moda teve, ao longo do século XIX, papel marcante no processo de divisão e naturalização de classificação de gêneros masculino e feminino, moldando e fortalecendo uma matriz binária nas aparências (ZAMBRINI, 2010).

Questões de gênero relacionadas ao vestuário importam na contextualização da emergência da moda Lolita nos anos 1970. Enquanto a vanguarda de estilistas desafiava as regras da então decadente alta-costura parisiense (BOURDIEU; DELSAUT, 2008) – e muitos *designers* recém-chegados ao campo apostavam em formas amplas e cores para homens e mulheres –, jovens de Tóquio recuperavam elementos do século XIX e compunham figurinos de bonecas. E mais: denominavam-se lolitas, o que remetia ao livro *Lolita*, de Vladimir Nabokov ([1955] 2011), e ao filme homônimo de Stanley Kubrick, de 1962. Veremos ao

² Entre o Renascimento e meados do século XIX, homens e mulheres se vestiam de maneira extravagante para padrões atuais. Por volta de 1830, o Ocidente recriou pela moda padrões nas formas de vestir que são excludentes – há formas para homens e para mulheres. Estas formas espelham valores opostos, deixando tecidos bordados, adereços e elementos sedutores para as mulheres; e, para os homens, a redução de elementos decorativos.

longo deste trabalho desconfortos e estratégias nativas para dissociar a ligação comumente feita entre pedofilia, em função da obra literária, e a moda Lolita.

Sobre estudos na paisagem urbana, e a moda é um produto da metrópole, Velho (2004), inspirado em Georg Simmel (2014), chama a atenção para a cidade como um conjunto de estilos de vida, universos simbólicos, visões de mundo e sistemas de valores por onde cidadãos transitam ambigualmente, colocando em tensão as culturas objetiva e subjetiva (SIMMEL, 2014). Entre praticantes da moda Lolita, há solidariedade, afetos e trocas, mas também há constrangimentos e conflitos latentes, principalmente no que diz respeito às regras de vestir. E há o desejo de se diferenciar, de se fazer único na multidão, singular, exclusivo.

Como ensina Pierre Bourdieu (2008), o fato de agentes ocuparem posições diversas no espaço social contribui com a exploração do campo enquanto espaço de disputas. Segundo o sociólogo francês, é possível compartilhar crenças e visões de mundo, mas isso nem sempre agrupa os sujeitos em todos os lugares sociais, e nem o que parece ser um mesmo lugar social está livre de constrangimentos. E nem sempre os significados atribuídos à moda Lolita serão os mesmos entre os participantes dessa cultura.

Organizei o trabalho em três partes. Na primeira, relato o percurso que cumpri para transformar o que se iniciou como curiosidade em torno de uma maneira “diferente” de vestir numa pesquisa que envolve gênero e indumentária. Também recupero condições de emergência e características estéticas desse fenômeno transnacional criado nas ruas do Japão e que encontrou no ambiente *online* um potente aliado para sua expansão e para a formação de uma *comunidade de sentimentos* (ANDERSON, 2008) capaz de lhe garantir sobrevivência apesar de tantos deslocamentos globais e ressignificações locais. Encerro a primeira parte narrando minhas estratégias de inserção no campo.

Na segunda parte, apresento dados obtidos por meio de questionários publicados em comunidades no Facebook no mês de setembro de 2016. Foram dois questionários postados num grupo do Rio Grande do Sul e um terceiro publicado num grupo de abrangência nacional. Até o final de outubro, obtive respostas de mais de 40 pessoas, e pelo menos uma dezena delas conversou comigo em mensagens privadas, respondendo a perguntas específicas que eu postava para além dos questionários – referentes a termos, lojas etc. Presencialmente, estive com cinco interlocutoras, todas mulheres, em Porto Alegre.

Na terceira e última parte, reúno relatos destes e de outros encontros, *online* e *off-line*. As interlocutoras Heidi e Sofia me ajudaram a compreender a estética em distintas

perspectivas, pois têm trajetórias de vida distintas, apontando para uma diversidade no que parecia ser homogêneo logo que entrei no campo. As duas se conhecem, se reconhecem e se admiram, mas não costumam conviver fora dos encontros da comunidade Lolita gaúcha *off-line*. Suas narrativas, portanto, permitem observar a centralidade do figurino para encontros urbanos, encontros que se realizam em função do apreço por uma experiência de vestir.

Embora seja uma prática adotada principalmente por mulheres, há homens nesse universo, e, como a feminilidade das lolitas é produzida em relação com o masculino, julguei importante incluir experiências de pelo menos dois homens. Um deles é Mikoto, advogado do interior de São Paulo que, até ser impedido pela nova namorada, usava roupas Lolita em eventos japoneses, descolando sexo, gênero e sexualidade. O outro é o *designer* João, de Porto Alegre, que frequenta encontros de lolitas trajando um estilo definido como *aristocrata*.

A partir de exemplos reunidos em entrevistas, questionários e encontros com adeptos e adeptas da moda Lolita, eu demonstro, ainda, que esses jovens se aproximam do que Colin Campbell chamou de *craft consumer* (2005), ou seja, de um consumidor que intencionalmente investe tempo e capital cultural na montagem de uma composição “singular”. Segundo o autor, o consumo artesanal seria um oásis de autenticidade e de autoexpressão do *self* (p. 37), uma reação à massificação da Modernidade. No caso das lolitas, justapondo peças importadas, trocadas, ressignificadas, feitas em casa e adaptadas, estar-se-ia criando figurinos “autênticos”, “criativos” e “únicos” que, embora estejam sempre vinculados a regras definidoras do estilo, ofereceriam a sensação de expressão individual.

Este exercício etnográfico não se pretende conclusivo. Trata-se de uma exploração de possibilidades e de uma narrativa criada a partir da minha experiência junto a sujeitos envolvidos com a moda Lolita. Minha intenção é, com base nos dados aqui reunidos ao longo de 2016 (e com maior intensidade entre agosto e outubro), continuar pesquisando e aprimorando análises e reflexões em torno deste fenômeno transnacional que mobiliza pessoas – jovens mulheres em sua maioria, mas não apenas – no Rio Grande do Sul, no Brasil e no mundo ao redor de uma forma de vestir, de se expressar, de existir. Espero que meu trabalho contribua com investigações relacionadas a gênero, produção de sujeitos, relacionamentos *online* e *off-line*, inserções sociais, noções de pertencimento e outras questões relevantes para a construção de conhecimento e o fazer antropológico *na* cidade, onde a vida urbana promove a diferenciação e a multiplicidade de estilos de vida em jogos de interação entre indivíduos (SIMMEL, 2014).

1 A QUEDA NA CENA LOLITA

Em 2014, ouvi um apresentador de TV anunciar uma reportagem sobre “uma moda urbana japonesa” chamada Lolita³. Como eu vinha lendo sobre moda enquanto fenômeno social havia alguns meses, fiquei atenta. A imagem na tela, no entanto, não correspondia à relação imediata que eu fizera entre o nome do tal estilo e o erotismo sugerido no livro *Lolita*, de Vladimir Nabokov. A obra foi lançada em 1955, em Paris, e retrata um envolvimento sexual da pré-adolescente Dolores, ou Lolita, com o padrasto, Humbert Humbert, professor universitário de meia idade nos Estados Unidos.

Pela exibição de cenas da reportagem gravada em São Paulo, não vi imagens de adolescentes sexualmente precoces, mas de mulheres portando indumentária que me era familiar, que vira algumas vezes pelas ruas paulistanas quando morei naquela cidade. Identifiquei roupas e acessórios lembrando trajes de bonecas ou figurinos “de época” europeus do século XIX, com babados, nenhuma referência “japonesa” – não no primeiro olhar –, exceto pelas feições de algumas entrevistadas, e pouca pele à mostra. Também não havia associado a composição à moda, entendendo esta como um tipo específico de vestir associado a mudança social (GODART, 2012). À fantasia, talvez. Aguardei pelo fim do intervalo comercial para assistir à reportagem.

A matéria durou menos de três minutos. O repórter apresentou “a lolita Akemi Matsuda”, embaixadora *kawaii*⁴ no Brasil, filha de japoneses. Também traduziu *kawaii* como “fofa”, falou que o Japão tem uma embaixadora *kawaii* “para o mundo” desde 2009 e dispensou longas explicações sobre a ligação com a Lolita da literatura. No quarto de Akemi, diante do guarda-roupa, parecia que a conversa sobre a produção do vestuário fluiria, mas não. O repórter apenas a indagou se ela andava “assim” na rua, e a entrevistada respondeu afirmativamente. E a edição passou para interações rápidas e acompanhou um chá e um passeio das jovens de limusine. Tudo levava a crer que, uma vez trajando as roupas, um conjunto de comportamentos e gostos específicos para além das vestes seria incorporado, transformando sujeitos em lolitas.

³ A reportagem da TV tem uma informação equivocada – Akemi não nasceu no Japão, mas no Brasil. Ela morou em Tóquio entre os 3 e os 19 anos. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=T9TDfUp_D9do. Acesso em 28 set 2016.

⁴ Expressão de difícil tradução para o português, decidi me referir a ela como “fofura”, na medida em que foi a tradução que encontrei com maior frequência entre as adeptas da moda lolita no Brasil. Em inglês, *kawaii* é traduzido como *cuteness*.

A reportagem chegou ao fim, e eu continuava não fazendo ideia sobre o que seria a tal “moda Lolita”. “Moda” por quê? Onde surgiu? Como e quando? Quem são as adeptas? Há rapazes? Por que a opção por essa estética? Quais seriam os códigos de pertencimento e de exclusão? Quem “dita” essa moda? Moda, fantasia ou “outra coisa”?

Ademais, na TV, a performance me incomodava tanto quanto a maneira como o repórter interpelava as moças – mulheres com mais de 20 anos sendo tratadas como crianças e, de certa maneira, agindo como tal. E elas sorriam e batiam palmas, e tudo era caricato. Fiquei me perguntando se agiriam da mesma forma se não estivessem diante da câmera de TV. Sobraram fios soltos nessa “moda japonesa”. De qual moda japonesa falavam? Quais eram as características desse estilo?

Em meio a compromissos e outros interesses na época, as perguntas passaram tempos amarrotadas num canto. Meses depois, deparei-me com apresentações de trabalhos sobre moda Lolita em colóquios e congressos multidisciplinares. A cada exposição de 10 ou 20 minutos, aprendia algo sobre o movimento, da formação no Japão à expansão pelo mundo por meio de fluxos transnacionais que não cessam e não esgotam significados nem interpretações (HANNERZ, 1997), passando por estratégias de composição dos figurinos e sociabilidade. O que na televisão parecia um grupo formado por pessoas bizarras ganhava contornos de mais um movimento urbano de jovens, no qual mulheres era a maioria. Continuava, porém, sem saber *quem* seriam as seguidoras da moda Lolita no Brasil, pois as apresentações ou eram pesquisas feitas *online* e centradas principalmente em São Paulo, onde há uma extensa comunidade de descendentes japoneses, ou versavam sobre o movimento no Japão. O Rio Grande do Sul, tudo levava a crer, estava fora do *circuito* (MAGNANI, 2009).

Em 2015, porém, no “bairro judeu” de Porto Alegre, o Bom Fim, vi uma moça trajando saia armada em sino, justa na cintura, camisa com babados, sapatos de bico arredondado, fitas e rendas. Devia ter por volta de 20 anos, com pele clara e cabelos longos. Perguntei-lhe se *era* uma lolita, e ela respondeu “sim”. Ela foi em frente. Voltei a refletir sobre que tipo de jovem adere a essa estética e o porquê de seguir uma visualidade de feminino produzida separadamente da moda dominante adotada no contexto urbano.

Considerando que vestes intermedeiam a percepção entre corpo e mundo, pois são objetos pessoais e acompanham os sujeitos no dia a dia, moldando-os e por eles sendo moldados, considere as reflexões de Daniel Miller (2013), para quem a indumentária não é superficial na medida em que, “[...] em muitos aspectos, os trecos nos criam” (MILLER, 2013, p. 19). Em Trinidad, onde o antropólogo pesquisou sujeitos carentes a ponto de praticar

a mendicância, mas que acumulam “de uma dúzia a vinte pares de sapatos” (idem, p. 14), observou a dimensão sacra que a indumentária conquista em alguns meios sociais. E isto, afirma ele, não tornaria menos profundo quem reverencia vestes.

Ademais, o autor considera a perspectiva semiótica insuficiente para pensar sobre roupas, pois faz desses objetos artigos passivos das vontades humanas. Para ele, roupas não representam pessoas nem só as vestem, mas constituem sujeitos, fazem deles o que são ou pensam ser (MILLER, 2013). O que o intriga, portanto, são as sensações de vestir e compor figurinos e como elas interferem em noções de Eu, de pessoa e de indumentária.

Penso que questões parecidas com as de Miller poderiam ser abordadas junto a quem segue a moda Lolita. Talvez, além de indagar sobre o porquê da opção por esse estilo específico, fosse profícuo questionar acerca de quais seriam as percepções de si por parte do “nativo” que emergem do ato de compor e vestir figurinos que misturam referências fabulosas. Como lolitas descreveriam a experiência de criar, portar e exhibir esses trajes inspirados na era vitoriana combinados com rococó e elementos japoneses?

A questão das lolitas, porém, mostrou-se ainda mais complexa: verifiquei já nas primeiras consultas a *blogs* e *sites* que o apreço pelo estilo não é seguido só por mulheres. Brolitas⁵, categoria nativa para definir rapazes que se adornam com roupas e acessórios associados à indumentária feminina da Lolita, acrescentam elementos instigantes para discussões de gênero e sexualidade a esta manifestação estético-cultural que, visualmente, enfatiza a feminilidade, mesmo em corpos de homens autodeclarados heterossexuais. Brolitas se camuflam entre lolitas com poses, olhares, sorrisos e interações. Cobertos com vestidos, perucas e adornos, adotam temporariamente maneiras de agir e forjam, a partir do uso de um conjunto indumentário, novas possibilidades de constituição de gênero por meio da *performance* (BUTLER, 1988). Há, ainda, o *boystyle*, estilo composto por trajes atribuídos ao gênero masculino, com *shorts* ou calças, casaco de montaria, camisa branca, botas, alguma gravata e, algumas vezes, chapéu, que trajam corpos de mulheres ou de homens.

Suspeito, portanto, que, além de acionar elementos geracionais, como brinquedos e poses infantilizadas, praticantes de Lolita – mulheres ou homens – ou de *boystyle* – mulheres ou homens – embaralham e rearranjam gêneros e sexualidades na prática de estilos que, concomitantemente, reproduzem demarcações históricas de Ocidente e Modernidade quanto a diferenças entre vestir e se mover segundo convenções e expectativas para o que pertenceria

⁵ Palavra derivada da junção do termo inglês *brother* (irmão) com lolita, é adotada por garotos que usam roupas femininas desta moda. É sinônimo de B-Lolita.

aos repertórios “do masculino” e “do feminino” (SOUZA, 1987; RAINHO, 2002). E mais: parecem lançar mão de atos criativos de autoexpressão no consumo e na composição de seus figurinos, tornando a prática uma dentre outras manifestações estéticas que se contrapõem a noções massificadoras e dominantes nas cidades quanto a formas de vestir e se comportar, buscando um tipo de distinção por meio da adesão a uma “moda alternativa”.

1.1 ONLINE E OFF-LINE

Desde a sua popularização, nos anos 1990, a *internet* insere os sujeitos em mais uma dimensão por meio de redes internacionais, conectando-os através de estéticas múltiplas, ajudando a modificar hábitos de consumo e maneiras de viver. No caso das lolitas, isto é evidente em redes sociais, *blogs* e *sites* de diversos países. Há diferenças em cenários, poses e características físicas, mas a silhueta desse estilo, pelo menos nas roupas atribuídas ao feminino, segue padrões, como saias rodadas de comprimento pelo joelho combinadas com blusas de babados e rendas.

Admito minha inicial apreensão com o fato de propor um exercício etnográfico tão dependente do ambiente *online*, pois minhas experiências de campo anteriores me colocaram presencialmente em contato com pessoas não familiarizadas com tanta tecnologia, idosos na maioria, e que eu encontrava deslocando-me por alguns quarteirões. Não usava nem telefone celular para acessá-los. Numa pesquisa com jovens urbanos imersos num fenômeno global acionado diariamente por um conjunto de ferramentas e canais digitais, a situação é diferente. Era mais do que necessário quebrar com a oposição entre ambientes *online* e *off-line* e compreender redes sociais e outras plataformas virtuais como espaços de negociação real de papéis sociais elaborados pelos sujeitos e igualmente confiáveis para a produção de dados de trabalho de campo (SEGATA, 2014).

Bernardo Lewgoy (2009) é um dos autores que chama a atenção para o fato de a *internet* unificar distintos mundos morais e de significados e também ter se tornado um ambiente de relacionamento fundamental para os jovens nas últimas décadas. Até porque os nascidos nos anos 1990 formam uma geração que cresceu naturalizando a troca de informações *online* e forjando laços de reciprocidade, obrigações, confiança e identificação com pessoas que talvez nem encontrem face a face fora da tela de seus dispositivos eletrônicos, como computadores e celulares.

Encorajada por discussões metodológicas sobre etnografias *online* nada recentes na Antropologia (MILLER; SLATER, 2004; LEWGOY, 2009; SEGATA, 2014), mas ainda desafiadoras para mim, continuei a investigação por comunidades Lolita no Facebook, tentando acessar aproximações e distanciamentos sociais no Brasil. Identificar marcadores de diferença (idade e classe, por exemplo) poderia indicar um caminho para refletir acerca de tensões internas e externas.

Uma das comunidades que acessei na rede social foi a Moda Lolita, que se apresenta como espaço para compartilhar “pequenas e rápidas informações em relação à moda Lolita”, como vídeos, desfiles e reportagens sobre “novas coleções”. No início de 2016, havia mais de 3,5 mil cadastrados de diferentes partes do Brasil e até do Exterior. Deduzi pelas fotos dos perfis que a maioria era formada por mulheres brancas⁶, embora houvesse rapazes. Existem descendentes de orientais e negros, mas, claramente, respondem pela minoria. Mais informações deveriam ser investigadas por outros meios, pois eu não tinha acesso ao conteúdo dos perfis para além das fotos. Passei a considerar a possibilidade de aplicar um questionário *online*. Porém, meus planos dependiam de ser aceita no grupo e da autorização para postar.

Outro grupo do Facebook que me interessou foi Lolita Sales, com mais de 10 mil participantes de diferentes regiões do Brasil. Da mesma forma que a Moda Lolita, esta comunidade mediada por brasileiras tem maioria feminina, mas é um local para venda, compra e troca de acessórios e roupas. Endereços virtuais como este são fundamentais na construção estética desses sujeitos no país, onde não existem lojas físicas de moda Lolita e é através de negociações *online* que uma porção considerável de objetos necessários para a composição dos figurinos é obtida.

No grupo Lolita Sales, publicações de produtos à venda ou para troca que não respeitem as regras estabelecidas (é essencial postar fotos, preço, medidas “exatas”, condições de pagamento e origem, entre outras informações) podem ser eliminadas, adverte o texto apresentado e disponível a qualquer usuário. Neste caso, publicar um questionário provavelmente seria inadequado. Mas, estando na comunidade, poderia observar que objetos circulam e em quais condições.

Moda Lolita e Lolita Sales são “grupos fechados”, isto é, exibem a lista de participantes, no entanto, disponibilizam o conteúdo publicado apenas a integrantes aceitos

⁶ Não foi possível durante a elaboração desse trabalho explorar questões de raça na medida em que não considerei confiável construir inferências a partir das imagens dos perfis de participantes das comunidades Lolita do Facebook.

pelos moderadores. Solicitações de ingresso são enviadas *online*, e o candidato ou a candidata espera pela aprovação ou rejeição por parte daqueles que podem impor regras para publicações e excluir mensagens, informações, comentários e participantes considerados inconvenientes. Ao invés de tentar me inserir sem a intenção de adotar a moda Lolita e sem informar o andamento de uma pesquisa – não considero ético atuar de forma “clandestina” –, continuei lendo sobre o assunto e investindo na busca por uma lolita em Porto Alegre que pudesse mediar a minha inserção em algum grupo. A ideia era, desde o início, uma vez aceita numa comunidade, anunciar-me como pesquisadora.

Segui vasculhando o Facebook em busca de algo *do* Rio Grande do Sul. O Estado em geral e Porto Alegre em particular interessavam-me pelo fato de esta parte do sul não ser uma região de colonização japonesa, diferentemente de São Paulo e Paraná. Também poderia ser o caminho para me levar a uma lolita que me ajudasse a problematizar em que medida amizades *online* correspondem a relações *off-line* no sentido de construção de uma identidade de grupo.

Transparecia na dimensão virtual a ideia de coletividade construída nas redes sociais que me remetia à ideia de *comunidade imaginada* cunhada por Benedict Anderson (2008)⁷. No entanto, essa coletividade acessada por essas jovens não parecia almejar a composição de uma identidade de grupo para além do domínio acerca das regras, sobretudo quanto ao vestir. A sociabilidade *online* teria, na minha percepção, maior relevância para a composição de figurinos (que se dá por compra, venda, trocas, inspiração) e para a promoção de encontros esporádicos entre participantes, encontros estes que permitiriam reuniões face a face por algumas horas e que, em seguida, seriam divulgados *online*, reafirmando a coesão na comunidade no Facebook.

1.2 LOLITAS NO PAÍS DO SOL NASCENTE

O movimento Lolita teria se iniciado na virada dos anos 1970 para os 1980, em Harajuku, distrito comercial de Tóquio conhecido como epicentro da criação, exibição e irradiação de uma série de “modas japonesas” dirigidas, sobretudo, ao público jovem

⁷ Anderson pensa *comunidade imaginada* a partir da ideia de nação na medida em que sua existência seria fundada em histórias, nas imagens e nas memórias associadas a elas (2008). Tomo a liberdade para usar o termo por entender que, em alguma medida, praticantes da moda transnacional Lolita se percebem como uma comunidade e enroscam suas narrativas sobre origens, práticas e visualidades.

(RAMOS & RAMOS, 2015; WINGE, 2008). Dentre as características estão *outfits*⁸ associados ao estilo de vida aristocrático europeu exibidos como uma dentre tantas possibilidades estéticas cultivadas no local.

Entusiastas – mulheres, na maioria – ocupam as ruas portando roupas com fitas, babados, saias armadas por anáguas, meias, sapatos “de boneca” ou botas, perucas, cílios postiços e sombrinhas, entre outros adornos, seguindo *guidelines*⁹ nada estáticas, muitas vezes desafiadas, adaptadas e usadas para marcar visualmente, por meio da composição, fronteiras entre *quem é* e *quem não é* lolita. Ressalto que, apesar de serem usados majoritariamente por adolescentes e pessoas na faixa dos 20 anos, esses figurinos não celebram esses grupos etários. Por meio dos *outfits* e de performances corporais, há a exultação da fase infantil, com profusão de estampas de pirulitos, castelos e unicórnios, apenas para citar algumas, mangas bufantes, brinquedos, bonecas e bichos de pelúcia.



Figura 1: Composição kawaii.¹⁰

Guita Debert (2010), em reflexões sobre a juventude como um valor e a dissolução da vida adulta, menciona o trabalho do sociólogo inglês Frank Furedi ao falar sobre uma “crescente infantilização da cultura contemporânea” em diferentes meios, inclusive no universitário. O fato de um público com mais de 18 anos se interessar por desenhos, filmes, objetos, práticas e roupas produzidas para ou associadas ao mundo infantil embaça ainda mais as fronteiras entre as fases cronológicas. Debert chega a citar Hello Kitty¹¹, uma das principais personagens do universo *kawaii*:

⁸ Categoria nativa para se referir ao figurino Lolita. Diz respeito à produção completa, com toda a indumentária.

⁹ Categoria nativa para se referir a regras do vestir Lolita.

¹⁰ Imagem disponível em <http://favim.com/image/2518360/>. Acesso em 2 nov 2016.

¹¹ A personagem foi criada em 1974 pela empresa japonesa Sanrio. Pela biografia divulgada pela companhia, Hello Kitty não é uma gata, apesar das orelhas pontudas e dos bigodes, mas uma menina inglesa. O nome Kitty,

A Hello Kitty, uma gatinha branca cuja marca registrada é uma flor ou um laço vermelho, tem popularidade tremenda entre os adultos japoneses. Profissionais e funcionárias de escritórios levam material de escritório Hello Kitty para o trabalho, conversam com seus amigos em celulares Hello Kitty e usam gravatas do Snoopy. (DEBERT, 2010, p. 53).

Na criação da bricolagem que constitui o repertório predeterminado e esperado da visualidade Lolita, fundamental é a presença da “fofura” em termos *kawaii*, ou seja, em termos desta estética japonesa. Evidentemente, noções de “fofura” variam no tempo e no espaço, e há formas de vestir consideradas mais “fofas” do que outras em função de cores, estampas e ornamentos, com a adoção de trejeitos e posturas padronizadas, ainda que seja só para fotografias. *Outfit* que não desperta sensibilidade *kawaii* não é bem-sucedido.

Dos trajes, saltam fitas, rendas, tules, veludo, algodão e tricoline em composições montadas para disfarçar aspectos da silhueta adulta, como busto e quadris. Ainda assim, marca-se a cintura. O comprimento das saias deve partir da altura do joelho em direção aos tornozelos. É raro, pelo menos no Japão, ver braços, ombros, colo e costas descobertos.



Figura 2: Lolita no bairro de Harajuku, no Japão.¹²

A paleta de cores ajuda a definir subestilos. Quando estampadas, as roupas são floridas ou têm motivos fabulosos, com unicórnios, carrosséis, frutas ou corações e temáticas reconhecidas por lolitas como “marcas registradas” de algumas *brands*. Para não ser

no entanto, foi retirado do livro *Through the Looking Glass*, de Lewis Carroll, no qual um dos gatos da personagem Alice é assim nominado. Disponível em <http://hellokitty.com.br/>. Acesso em 2 nov 2016.

¹² Disponível em <<http://www.japancoolture.com/en/harajuku-fashion-and-lolita-style>>. Acesso em 6 out 2016.

considerada *ita*¹³ – categoria nativa empregada para desqualificar quem se pretende lolita e não se adorna conforme as *guidelines* ou usa matéria-prima “de baixa qualidade” –, melhor evitar tecidos brilhosos. Andar com anáguas por baixo da saia é essencial.

No Japão, há rigor em relação aos cabelos, que atendem a normas de subestilos. Soltas ou presas, as mechas podem ser curtas, mas, em geral, aparecem descendo em cascatas pelos ombros, às vezes coloridas – perucas e franjas são bem-vindas. Os fios nem sempre são longos e estão ornados com enfeites em formatos de flor, laço, morango e estrela, por exemplo, ou por chapéus.

A maquiagem é marcante, concedendo textura de porcelana à pele e escondendo manchas. Sobre os lábios, batons rosados. Já os olhos, contornados com rímel, lápis pretos e cílios postiços, recebem ênfase para parecer maiores. Como a pálpebra superior japonesa não tem a dobra comum a “ocidentais”, algumas orientais recorrem a uma cola especial para uma fixação temporária da pele, formando um sulco, mas mantendo o movimento. Em alguns casos, buscam a cirurgia plástica e lentes de contato coloridas.

A fofura em objetos, poses e empenho no vestir chama a atenção desde o início da moda em Harajuku pelo investimento de tempo e dinheiro na personificação da graça e da perfeição, com jovens afirmando e reafirmando que não estavam *interpretando* personagens de mangás¹⁴ nem de animes¹⁵. Mesmo quando se inspiram em algumas heroínas, não representariam figuras fictícias; elas seriam “elas mesmas”, pois ser lolita, pelo menos no Japão, deveria ser uma maneira de viver, com léxico próprio e comportamento polido (WINGE, 2008). Razão pela qual não poderiam ser igualadas a praticantes de *cosplay*¹⁶, esta uma performance artística da cultura *pop* japonesa na qual participantes se vestem como e interpretam personagens de animes, mangás, filmes e jogos eletrônicos (GAGNÉ, 2007). Neste *hobby*, “imita-se” um Outro fictício, que até pode ser uma lolita de anime. Porém, a pessoa que veste e imita a personagem do desenho animado é *cosplayer*, não é adepta da moda Lolita. Por fim, quem é lolita e também faz *cosplay* não pode vestir Lolita como *cosplayer*, ou se tornará uma *ita*.

Sobre isto, trago um comentário de Sofia, uma de minhas interlocutoras em Porto Alegre, acerca das diferenças a partir do ponto de vista de quem transita em ambas as práticas.

¹³ A palavra “ita” deriva do termo japonês *itai*, que significa “ai”.

¹⁴ Histórias em quadrinhos japonesas.

¹⁵ Desenhos animados produzidos por estúdios japoneses.

¹⁶ O termo é um neologismo da junção das palavras inglesas *costume* (fantasia) e *play* (jogar).

Segundo ela, *fazer cosplay* é encontrar uma “solução criativa” para chegar a um resultado esperado. Quanto à lolita, haveria muitas formas de compor um *outfit*, tanto no processo quanto no resultado. Cada composição seria única, ainda que a produção desse “novo”, dessa “originalidade”, dessa “singularidade” seja regulada por *guidelines*. Não posso afirmar que essa seja a lógica em Harajuku, mas é possível que esteja aí parte da aversão das japonesas à comparação com praticantes de *cosplay*. A pessoa lolita, nesta lógica, seria a personagem de si, não a imitação do Outro, o que nos leva à crença numa *autenticidade do self*, na própria originalidade e potencialidade, na criatividade individual (TAYLOR, 2011).

O fato é que lolitas são criadas por *outfits* que criam a partir de uma matriz de regras que procura dominar as subjetividades ao mesmo tempo em que estimula a diferenciação (SIMMEL, 2014). E é principalmente por meio da indumentária que se reconhecem, se expressam, se aproximam e se distinguem. É preciso saber “coordenar”, diz um interlocutor, e coordenar exige *capital cultural* (BOURDIEU, 2008), conhecimento de valores e princípios que permitem combinar conteúdo “criativo”, “singular” e “original” a formas acordadas pelo *campo*. Ou seja, mesmo quando há criação, esta se dá dentro de um *campo de possibilidades* (VELHO, 2004) que apregoa obediência às características de subestilos pré-definidos e têm normas e adaptações locais.

A seguir, listo três subestilos mais citados por minhas interlocutoras e as características de cada um¹⁷. Adianto que não são excludentes – transitar entre eles é permitido – e não encerram possibilidades. As caracterizações apenas dão ideia de elementos que constam desse complexo estilo estético para o qual converge a dinâmica criativa de quem mistura símbolos vitorianos e rococó com *kawaii* e literatura ocidental e colabora com a formação, objetificação e reprodução de um acervo imagético a partir do qual entusiastas da *cena*¹⁸ trabalharão. Mais adiante, na terceira parte do trabalho, apresento um quarto estilo, o *casual*, “permitido” no dia a dia, em composições que respeitam a silhueta, mas admitem a inclusão de peças “não-Lolitas”.

Destaco de antemão a importância de atentar para os cenários das fotografias, para o gestual e para as qualidades performativas das imagens, num esforço de perceber um conjunto de recriações de atos executados por pessoas em relação com os objetos retratados. Mais do que expor roupas vestidas, as fotografias publicitárias ou os editoriais de moda fornecem

¹⁷ Tomo como base as descrições publicadas no blog brasileiro Reino de Morango, fonte indicada por mais de uma entrevistada. Disponível em <http://reinodemorango.blogspot.com.br/>. Acesso em 30 set 2016.

¹⁸ Termo nativo sinônimo de “mundo” ou “universo” Lolita.

dados para se pensar *com* imagens a reprodução, a orientação e a reafirmação de modelos controlados e naturalizados de gênero como comportamentos e características atribuídos a masculino e feminino, além de marcadores de classe social, identidade racial e posição geracional (RAINHO, 2014; GOFFMAN, 1987).

Classic: a saia costuma seguir o formato A-line. Predominam vestidos de estampas florais ou de frutas em cores claras – como rosa, bege e cinza –, e os comprimentos podem passar do joelho. Cabelos lisos ou cacheados, longos ou curtos e, normalmente, em cores *naturais* são amarados com fitas ou adornados por adereços de cabeça. Pérolas, camafeus, relicários e rosas são alguns itens que constam dos acessórios. As bolsas vêm em tamanhos pequenos, às vezes enfeitadas com topes, e suas alças, curtas que são, exigem ser carregadas numa das mãos, na frente ou na lateral do corpo. Podem-se usar sapatos de bico redondo ou botas “vitorianas”. Admitem-se saltos finos. Seria o subestilo mais “elegante”, “sóbrio” e “discreto” para usar alguns adjetivos colhidos em campo. Também é chamado de *classical*.¹⁹



Figura 3: Subestilo classic em anúncio da *brand* Mary Magdalene.²⁰

¹⁹ Disponível em <<http://reinodemorango.blogspot.com.br/2011/01/classical-lolita.html>>. Acesso em 7 out 2016.

²⁰ Disponível em <http://reinodemorango.blogspot.com.br/2011/01/classical-lolita.html>. Acesso em 7 out 2016.

Sweet: modalidade “mais meiga” e “mais infantil”, com mais babados, mais rendas, mais volumes. Distingue-se da silhueta *classic* pela saia em forma de sino – ou U invertido. Apregoa tons pastel, branco, preto e vermelho. As estampas se caracterizam pela prevalência de bichinhos e de comidas (biscoitos, cerejas, morangos, sorvetes, *cupcakes*), xícaras, cartas de baralho, além de notas musicais, xadrezes, bolinhas e outras. O *outfit* inclui bichos de pelúcia ou em forma de bolsas, não raras vezes com tiras longas atravessadas no corpo, liberando as mãos para brinquedos ou bonecas. Na cabeça, pode haver grandes topos, pequenos chapéus e enfeites, como bolos. Nos pés, sapatos ou sapatilhas de bicos arredondados e com laços. Saltos podem ser grossos ou plataformas.²¹



Figura 4: O brolita Onpu-chan em seu traje *sweet*, durante festival em Tóquio.²²

²¹ Disponível em <<http://reinodemorango.blogspot.com.br/2010/12/sweet-lolita.html>>. Acesso em 8 out 2016.

²² Disponível em <http://cafeharajuku.blogspot.com.br/2013/11/tokyo-brolita-snap.html>. Acesso em 8 out 2016.

Gothic: preto predomina, mas azul-escuro, branco, vermelho, cinza e bordô participam dos *outfits*. Quando há estampas, estas normalmente remetem a morcegos, relógios, caixões, crucifixos. A saia normalmente segue o formato sino, com comprimento até os joelhos. É o subestilo em que aparece o *corset*. Nos pés, sapatos e botas tendem a ser lisos, com plataformas e saltos quadrados. Bolsas em formatos inusitados, como caixões, costumam ter alça curta e ser portadas como maletas.²³



Figura 5: Editorial de moda com variação do subestilo gothic.²⁴

Esta breve incursão pela *cena* Lolita no Japão testemunha que roupas e poses específicas são indissociáveis da construção da identidade desta que me sinto à vontade para chamar de moda comprometida com a reiteração do excesso como signo do feminino – pois o ornamento, o rebuscado, desde o século XIX, é atribuído às vestes usadas por mulheres.

Ademais, cumpre observar que o estilo de vestir Lolita atende à lógica da indústria hegemônica e global produtora e disseminadora de modas “ocidentais”. Há lojas físicas e

²³ Disponível em <http://reinodeporango.blogspot.com.br/2011/02/gothic-lolita.html>. Acesso em 8 out 2016.

²⁴ Disponível em <http://reinodeporango.blogspot.com.br/2011/02/gothic-lolita.html>. Acesso em 8 out 2016.

brands Lolita, vendem-se produtos *online*, editam-se revistas especializadas e catálogos, promovem-se eventos para apresentação de coleções, produzem-se editoriais e anúncios publicitários, movimenta-se dinheiro ao redor do mundo, trocam-se ideias por meio de imagens e textos, despertam-se desejos.

1.3 RORIITA, POR FAVOR

Alguns autores associam a criação da moda Lolita a uma agência no sentido da resistência em relação ao vestir imposto pela indústria da moda Ocidental produzida em série que avançava sobre o Japão nos anos que se seguiram à II Guerra Mundial, ao sentimento de “falta de individualidade” por conta da imposição de uniformes para instituições de ensino e alguns espaços de trabalho e à supremacia da cultura patriarcal e machista (COOMBES 2016; WINGE, 2008). Apesar da doçura, das fitas e dos babados, as primeiras lolitas japonesas seriam, nessa perspectiva, rebeldes num processo de transformação das subjetividades da geração do pós-guerra. Seguir essa estética fundada em padrões vitorianos e do rococó, de mangás e animes, fofuras nipônicas e personagens literários teria dado a esses sujeitos a sensação de subversão num contexto que insistia em lhes impor normas de vestir e agir com as quais queriam romper.

Kimberley Coombes (2016) e Theresa Winge (2008) afirmam que a personagem Alice, de Lewis Carroll (1832-1898), do livro *Alice no País das Maravilhas*, de 1865, seria a figura mais adequada para se associar à estética dessa moda urbana. Como parte da literatura vitoriana, a obra narra os encontros de uma menina com seres fabulosos num mundo mágico e é um dos principais títulos infantojuvenis da cultura japonesa (COOMBES, 2016; WINGE, 2008). O texto de Carroll também poderia ser compreendido como uma crítica à condição do indivíduo, “sufocado por inúmeras exigências e regras sociais” (BRITO, s.d), e ao moralismo daquele período na Inglaterra. Porém, se o que define uma lolita é o *outfit*, as ilustrações de John Tenniel (1820-1914) para diversas edições da obra confirmam o traje de Alice como possível inspirador da estética, com saia rodada até os joelhos, meias e sapatos “de boneca”.

Em suma, o *outfit* Lolita condensa um arranjo singular num mundo habitado por personagens da literatura e da cultura *pop*. Como se os figurinos fossem, em suas variações, cenários para movimentos e maneirismos infantilizados, fabulosos. E mais: locais ritualizados e alegóricos incapazes de controlar as interpretações que suscitam por onde passam,

provocando emoções, tensões e inquietações que fluem de Harajuku para outros locais habitados por adeptas e adeptos da moda até os dias de hoje.



Figura 6: Alice no País das Maravilhas, por John Tenniel.²⁵

Então, por que Lolita? Leituras exploratórias e minha experiência de campo durante este exercício evidenciaram a existência de um constante esforço de afastamento da personagem de Nabokov. Nas entrevistas que fiz com seguidoras da moda no Brasil, raras vezes houve uma menção espontânea por parte das interlocutoras à Lolita da ficção. Quando eu a citava, todas reagiram no sentido de desvincular as roupas da obra literária, ainda que a explicação para a adoção da nomenclatura permanecesse desconhecida ou incerta.

Uma das explicações mais recorrentes nos trabalhos acadêmicos atesta que o nome Lolita provavelmente ingressou no Japão via literatura, com o título traduzido para *Rorita*. Ademais, é notório que o termo foi associado ao fenômeno de atração sexual de homens mais velhos por adolescentes. O “complexo lolita” recebeu a denominação *rorikon* e até inspirou um gênero de quadrinhos que objetifica mulheres (GAGNÉ, 2008; WINGE, 2008).

A razão pela qual lolitas ou *roriitas* adotaram a palavra para se denominar ainda não foi plenamente elucidada. Hoje, a associação entre o fenômeno japonês e o polêmico romance de Nabokov incomoda a comunidade, composta majoritariamente por mulheres, e elas se apressam para (tentar) desfazer mal-entendidos e rechaçar estereótipos. Uma estratégia adotada no início para afastar a “contaminação” pela conotação sexual foi modificar a grafia,

²⁵ Ilustração extraída da página 38 do livro *Alice's Adventures in Wonderland and Through the Looking-Glass*, de Lewis Carroll.

acrescentando um “i” à palavra e criando o neologismo *Roriita* (GAGNÉ, 2008; WINGE, 2008). Mundo afora, porém, a moda tende a circular Lolita. Não são raros os casos de homens de meia idade que se dirigem aos domingos ao bairro de Harajuku para ver, fotografar e, às vezes, importunar as “princesas urbanas” que lá se encontram nos finais de semana. Nesses dias, aliás, aumenta o contingente policial na área com a missão de coibir assédio.

Abro parênteses para comentar a importância que teve a “descoberta” da denominação *roriita*, pois foi a partir dela que consegui localizar no Facebook a comunidade *do Rio Grande do Sul*, a *Roriita RS*. Tratando-se de mais um “grupo fechado”, o conteúdo não estava disponível para mim. Mas tive acesso à lista de membros e, dentre os 160 participantes, havia uma colega de um grupo de pesquisa do qual participo no Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Historiadora e formada em Moda, Natália aceitou de pronto meu pedido para me inserir na comunidade e me apresentou a algumas pessoas pela *internet* em agosto de 2016.

A participação de Natália na *cena* é como organizadora de piqueniques. Em Porto Alegre, esses eventos já se realizaram no Jardim Botânico e na Praça da Hidráulica, por exemplo. Natália me pediu uns dias para conversar com “as gurias” e explicar minhas intenções de pesquisa.

Quem também organiza *meetings* em bares e cafés localizados em áreas nobres da capital gaúcha ou na casa ou no apartamento de alguma participante e integra o *Roriita RS* é Athene, que acionei no início de 2016 graças à ajuda de Laís, uma amiga que participa de eventos de *cosplay* e a quem procurei em abril de 2016. Athene foi solícita desde a primeira mensagem trocada e me explicou algumas características da *cena* no Brasil e em Porto Alegre. Indicou-me *blogs* e *sites* para que eu começasse a conhecer as lolitas. Jamais nos encontramos pessoalmente, apesar da minha insistência. Na mesma época em que Natália colaborava com minha inserção nas comunidades *online*, em agosto de 2016, Athene se ofereceu para me apresentar às meninas da *Roriita RS*, no Facebook.

Natália me recomendou falar com Sofia, a quem elogiou pela eloquência, pela gentileza e pelo domínio das *guidelines*, e Athene sugeriu que eu procurasse Heidi, pois ela estivera no Japão havia pouco tempo e era lolita havia pelo menos uma década. E foi assim, com indicações de amigos *online* e *off-line* que acessei a rede Lolita *do Rio Grande do Sul*.

2 OS QUESTIONÁRIOS

Athene e Heidi são mediadoras da comunidade Roriita RS. Em 5 de setembro, fui aceita no grupo e anunciei minha presença aos participantes. Em segundos, Heidi me saudou publicamente: “oi, flor!”. Também anunciei que montara um questionário para ser respondido *online*. Quem pudesse ou quisesse colaborar que enviasse uma mensagem para mim e eu mandaria o formulário *inbox*, em mensagem privada. Respostas entrariam no meu *drive* (ferramenta do Google), retornando anonimamente.

Num documento de fundo cor-de-rosa, direcionei perguntas a mulheres, evidenciando meu conhecimento limitado sobre a *cena*, pois esta inclui homens. No dia seguinte, mudei a cor de fundo para verde e neutralizei o gênero. Reproduzo as perguntas através das quais obtive pistas sobre a comunidade com a qual trabalharia:

1. Como você conheceu a moda Lolita?
2. Poderia fornecer sua idade, cidade onde vive, escolaridade e profissão? Se desejar, pode incluir o *nickname*²⁶, mas não é obrigatório.
3. Quando, como e por que você se tornou uma Lolita?
4. Quando você se veste como Lolita?
5. Quais são os comportamentos esperados de uma Lolita? Como você os aprendeu?
6. O que é ser Lolita para você? Um estilo de vida? Uma identidade?
7. Como se sabe quem é Lolita de verdade?
8. O que sua família/seus amigos pensam sobre você ser uma Lolita?
9. Com qual estilo de Lolita você mais se identifica? Por quê?

Em três dias, seis pessoas se dispuseram a receber o questionário *online*, e cinco o responderam. Depois que “anulei” o gênero das perguntas (questionário acima reproduzido), postei o formulário na comunidade e consegui mais cinco respostas. Dez retornos não seriam suficientes para expor gráficos e pensar a partir de dados quantitativos. Mesmo assim, fiquei satisfeita, já que os encontros de lolitas em Porto Alegre costumam reunir entre 10 e 12 participantes por vez. Ainda que eu não tenha indagado sobre gênero nesta etapa, todas as respostas indicam a identidade feminina para as pessoas que colaboraram.

Mangás, animes, eventos de moda japonesa e *internet* seriam os principais canais através dos quais se conhece a moda Lolita, segundo as dez colaboradoras do questionário. A faixa etária se concentrou entre 21 e 25 anos, mas havia uma pessoa de 28 e outra de 31 anos

²⁶ Termo nativo para pseudônimo. Às vezes, aparece como *nick*.

– apenas uma é menor de idade (16 anos). Segundo as respostas, é necessária “autonomia financeira” relativa para montar *oufits*, considerados “caros” para a maioria das participantes. Oito vivem em Porto Alegre, uma reside em Alvorada, na Região Metropolitana, e outra, em Uruguaiana, na fronteira oeste do Estado.

Com exceção da adolescente, estudante do Ensino Médio, e de uma que deixou o Curso Superior antes da conclusão, as demais são universitárias ou já terminaram alguma faculdade. As áreas de interesse e atividades variam. Metade da amostra está ligada a *design*, moda e artes, e há duas professoras (História e Informática), uma psicóloga e uma bióloga.

A terceira questão demonstra interesse crescente pela moda Lolita a partir de 2010, embora algumas tenham se iniciado antes. As razões para eleger o estilo evidenciam diferenças internas. Entre as justificativas, há a busca por autoestima/aceitação em um grupo e expressão de feminilidade – “Me tornei lolita durante um período bem difícil da minha vida. Lolita ajudou a superar esses momentos”; “Quando eu visto roupas Lolita, me sinto também muito feminina e de bem comigo mesma” –, pragmatismo e custo-benefício – “[...] acaba saindo mais barato do que fazer *cosplay*” –, noções de individualismo (DUMONT, 1985; SIMMEL, 1973) e de cuidados e construção de si (FOUCAULT, 1985) – “[...] estilo que combinava comigo, com o que eu imaginava e com como eu queria ser”; “[...] a estética tem a ver com a maneira que eu sempre me vesti”; “[...] é algo singular”. Uma das respostas desafiou a questão: “[...] pessoas não ‘são’ lolitas, roupas são: lolita é o estilo de moda, não as pessoas”. Segundo esta participante, “pessoas usam/vestem Lolita”.

Enquanto algumas respostas são dispersas, a pergunta sobre o que esperar em termos de comportamento Lolita apontou para a negação da existência de uma padronização, contrastando com informações que coletei na *internet*. Ao ler o questionário, aliás, Athene me alertou *inbox* para a probabilidade de as respostas não “corresponderem às expectativas”. Sofia também me procurou em mensagem privada, dizendo que, talvez, me “decepcionasse”. “Nós somos nós mesmas, não interpretamos algum tipo de papel, como *cosplayers* fazem”; “Isso é um engano comum”; “É um grande mito na comunidade”; “[...] como se a personalidade de uma pessoa fosse mudar em função da roupa que ela veste... daí as pessoas veem uma lolita bebendo ou fumando e ficam chocadas”; “Não me comporto de maneira diferente da minha original personalidade.”

Nessa pequena amostra, vemos tensões no movimento em termos amplos e um ponto em comum na relação interna da *cena* gaúcha, pois as pessoas que responderam o

questionário foram constituídas num contexto produtor de sujeitos individuais modernos e ocidentais que creem numa essência do ser (TAYLOR, 2001; MILLER, 2013).

Para a maioria, a moda não afeta/modifica suas “maneiras de ser”. Ao mesmo tempo, algumas, em conversa face a face comigo, relataram alterações na forma como se percebem ao se adornarem com o *outfit*. Uma testemunhou que, trajando camiseta, jeans e tênis, é “mais tímida”. Usando Lolita, assegura, consegue erguer a cabeça, caminhando altiva e se sentindo “fofa”. Outra interlocutora disse que, com seu *outfit*, sente-se uma versão *melhorada* de si. Como se o traje tornasse manifesto o *self*, evidenciasse algo que estaria escondido dos outros.

Desta forma, a percepção da interioridade é entendida pelas interlocutoras como descolada das subjetividades, ainda que tenha modificado hábitos de consumo, redes de relações e práticas de vestir. Neste sentido, Taylor (2011) diz que a ideia de cada indivíduo como sendo diferente e original é uma noção dominante no Ocidente moderno e que, mesmo podendo se espalhar pelo mundo, é estranha em outras culturas e em outros tempos.

Também chamou a atenção a recorrência do termo “respeito” nas respostas, apontando para uma solidariedade a ser cultivada e praticada “internamente”, entre lolitas, tanto em relação a *gostos*, produções dos *outfits* e diferenças de gênero – quando homens ou mulheres vestem as roupas atribuídas aos seus gêneros convencionados como opostos, com homens vestindo Lolita e mulheres vestindo *boystyle*. Não deixa de ser um indicador de que conflitos de classe e gênero são latentes internamente.

Já os significados de “ser lolita” são múltiplos, provavelmente em função das vivências e expectativas diversas das pessoas que compõem as comunidades *online* e *off-line*, comunidades feitas e refeitas por sujeitos urbanos, modernos e fragmentados (VELHO, 2004). Lolitas não podem ser pensadas como integrantes de uma *totalidade* – não se pode cair na “tentação da aldeia” (MAGNANI, 2003).

Identidade, estilo de vida, liberdade, modo fofo de vestir, *hobby* e extensão do ser e forma de expressão foram os termos usados nas respostas. Para a maioria das gaúchas que colaboraram, ser “lolita de verdade” implica adotar uma silhueta a partir de “regras básicas”, a saber, “uso de saia de armação”, “qualidade de materiais”, “não pode usar decote”, “precisa usar anágua”, “a saia precisa estar levemente acima do joelho”, “seguir o estilo”, “blusa de rendas”. É importante dominar as *guidelines*. O maior ou menor domínio das regras do *campo* (BOURDIEU, 2008) também diferencia as “novatas” das “veteranas”, as recém-chegadas das estabelecidas, tensionando as relações internas.

Conforme as respostas, *outfits* são montados em esplendor especialmente para *meetings* e eventos de cultura japonesa em espaços públicos ou para o registro imagético seguido de publicação em algum canal *online*. Existe uma estética singular que extrapola fronteiras políticas e geográficas e se expressa em habilidades manuais e domínio de linguagem e conhecimento sendo ressignificada, perpassando parques, ruas, *shoppings*, *sites*, revistas e filmes, conectando lugares, pessoas, ideias, tecnologia, capital, imagens e informação (APPADURAI, 1999).

Algumas citaram mais de um subestilo preferido. Chamou-me a atenção que, mesmo com anúncios publicitários de *brands* usando modelos magras, a silhueta exaltada é aquela formada pela composição de *blouse* e saia rodada “até o joelho” – arrisco afirmar que isso possa ser uma explicação para o porquê de brolitas se sentirem tão à vontade com roupas Lolita. Em suma, o contorno do *outfit* e o cumprimento das *guidelines* parecem muito mais relevantes do que as formas e as dimensões corporais para que se atinja o resultado almejado.

Por fim, sete das dez pessoas admitiram resistência e estranhamento ao *outfit* por parte de familiares e pessoas próximas, às vezes pelo dispêndio de dinheiro ou pela acusação de retorno à infância. Em geral, essa relação é narrada com início conflituoso, mas se encaminha para aceitação e apoio, inclusive na escolha das roupas. Na relação “para fora” da *cena*, mães seriam as principais entusiastas – num dos casos é a avó –, e amigos tendem a ser solidários. Com os homens – os pais, principalmente –, a tensão é explicitada, às vezes, não em palavras, mas no silêncio. Numa narrativa, por exemplo, o pai “nunca verbalizou nada, mas noto um pouco de receio nele quando saio em público com um visual muito extravagante”.

A partir das respostas acima – nas quais identificamos conflitos latentes, como de classe, geracional e de gênero –, elaborei um segundo questionário para a comunidade Roriita RS, incluindo questões sobre condições socioeconômicas. E arrisquei um terceiro formulário direcionado a pessoas de fora do Estado, postando-o na comunidade Moda Lolita. Este último não era idêntico ao segundo nem ao primeiro, mas era uma mistura de ambos, com a seleção de algumas questões, para não ficar extenso.

Meu objetivo com estes instrumentos de pesquisa não era montar gráficos nem tabelas. Queria procurar recorrências, identificar e compreender regras, apropriar-me do léxico e perceber semelhanças e diferenças entre os que atuam na *cena*. Pretendia usar as respostas para preparar entrevistas *online* e *off-line* com pessoas que praticam esta moda. Até porque as amostras obtidas no Facebook foram pequenas – 11 participantes no segundo questionário do

Roriita RS e 30 no formulário que postei na Moda Lolita. Nesta segunda fase, portanto, foram 41 colaboradores, 36 identificados com feminino; três, com masculino; e dois, com “outros”.

A concentração de idade, tanto no Brasil quanto no Rio Grande do Sul, correspondeu ao resultado do primeiro questionário, com a maioria dos jovens na faixa de 21 a 24 anos. Pelo menos dois terços reside com a família, cursa ou cursou alguma faculdade ou pós-graduação e usa transporte público (ônibus e/ou trem) como principal meio de locomoção. Mais da metade estuda e trabalha, e as principais áreas de interesse estão ligadas às artes, à moda, ao design, à beleza e à história. Há concentração nas capitais – Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis, Vitória, Belém, Recife, Curitiba, Boa Vista, Goiânia e Brasília foram localidades citadas. Mas a *cena* avança para o interior: Tubarão, Santa Catarina; cidades paulistas de Marília, Guarulhos, Rio Claro, São Bernardo do Campo e Rio Grande da Serra; e Gramado e Campo Bom, no Rio Grande do Sul.

Uma pergunta que consta do formulário que circulou no Roriita RS e foi suprimida daquele enviado à Moda Lolita indaga sobre bairro de residência. Com base nas respostas, posso afirmar que, no caso de Porto Alegre, a modalidade é praticada por pessoas que vivem tanto em zonas populares e periféricas quanto em regiões nobres e centrais. Ou seja, sujeitos de diferentes camadas sociais se encontram na *cena online* e *off-line* e compartilham o interesse por esta manifestação estético-cultural. Se essas mesmas pessoas mantêm relações face a face para além dos encontros de cultura japonesa e dos *meetings*, era algo a investigar.

Incluí no formulário para o grupo Moda Lolita a pergunta sobre quando, como e por que tornar-se entusiasta da modalidade. Para a maioria, o interesse se iniciou entre 12 e 15 anos, por meio de mangás, animes, *internet* e eventos de cultura japonesa, mas conseguir compor o *outfit* não era possível em função do alto custo – trabalhar e ganhar dinheiro facilita a adesão. É recorrente a ideia de “paixão” ou “encantamento” pela “estética” e pelo “visual”, além de interesse por “história da moda” e roupas dos séculos XVIII e XIX.

Tanto no Estado como no restante do país, a maioria identifica a prática como *hobby*, atividade à qual se dedica tempo, esforço e recursos financeiros em busca de algum tipo de prazer e satisfação quando *outfits* são contemplados e exibidos. É roupa para “ocasiões especiais”, como aniversários, festas de família e passeios com amigos. Não é, portanto, vestimenta cotidiana, a não ser em detalhes e na composição do subestilo que se chama *casual lolita*: uma saia rodada, alguns acessórios, uma bolsa, os sapatos etc. combinados com roupas usadas pela maioria dos habitantes das cidades. Acessórios, como colares e anéis, porém, acabam incorporados ao cotidiano.

Também convergem para o *outfit* ideias de criação e expressão de algo pensado como interior aos sujeitos, como essenciais do indivíduo enquanto valor supremo (DUMONT, 1985) e dotado de criatividade, emoção e imaginação que visa o prazer (CAMPBELL, 2001), e noções de “autodescoberta” e moralidade: “[...] percebi que havia um grupo de garotas que transformava em realidade tudo aquilo que eu amava e via apenas em livros e filmes”; “[...] é uma moda ao contrário da exploração da forma do corpo no sentido sexual”; “[...] era tudo o que eu procurava”; “[...] não me apaixonei apenas pelos vestidos, mas pela atitude das meninas e dos meninos”; “[...] estilo lindo, delicado e diferente. Eu me sinto no topo do mundo usando lolita”; “[...] me sinto linda quando estou de lolita”; “Remete ao passado, à inocência, ao que deveríamos ser no futuro”; “[...] detalhes, recato, camadas”; “permite que a gente mostre a nossa personalidade”.

Cumpram sublinhar relatos sobre conflitos entre familiares e amigos e adeptos e adeptas da moda Lolita. Ainda que pais, irmãos e pessoas de relações próximas “apoiem” e “adorem” essas produções, há constrangimentos e ressentimentos nas experiências: “[...] consideram-me corajosa e estranha por usar roupas ‘de criança’”; “[...] alguns ficam preocupados com minha segurança”; “[...] há muito desrespeito, desde comentários, piadas até fotos sem permissão”; “[...] dizem que essas roupas não são apropriadas para sair”; “[...] mas ninguém pagava minhas roupas, não tinha por que reclamar de nada”; “Acham que é só uma fase”.

A última questão nos dois questionários indagava sobre estratégias para compor figurinos, já que a maior parte das lojas Lolita é japonesa. Houve comentários sobre o alto custo das peças e das taxas cobradas pelas remessas e pela importação. “Vestidos de marcas japonesas custam, facilmente, 700 ou 800 reais. Meus vestidos e saias são *handmade* [feitos à mão] e réplicas de marcas japonesas. Os vestidos valem 150 reais, e as saias, 70 reais”, respondeu uma das lolitas do Rio Grande do Sul.

Colaboradores dos questionários reconhecem que, atualmente, importam menos do que há alguns anos, quando a cotação do dólar era mais baixa em relação ao real. Algumas pessoas investiram em máquinas de costura para produzir saias, vestidos e blusas. Outras fazem adereços para si e para vender. Duas lojas no Brasil se especializaram em sapatos. Costureiras também são contratadas para a produção de vestido, especialmente por brolitas e lolitas que se identificam como *plus size*.

3 AS LOLITAS, O BROLITA E O ARISTOCRATA

Ao mesmo tempo em que me inseria nas comunidades do Facebook e postava o questionário na Roriita RS, solicitei entrevistas presenciais a Heidi e Sofia, ambas integrantes dos grupos. Como mencionei, elas foram sugeridas por pessoas da *cena*.

Rapazes são minorias neste universo, mas estão presentes com *outfits* femininos ou masculinos. Por meio de fotos publicadas em comunidades gaúchas do Facebook, identifiquei os mais assíduos a *meetings* locais. Apenas o *designer* João, que veste *boystyle*, aceitou conversar, porém *online*. Heidi, Sofia e João se conhecem de *meetings* Lolita e eventos de cultura japonesa e se encontram na *internet*, nas redes sociais. Outras relações são raras.

Cheguei ao entrevistado Mikoto através do questionário que publiquei na comunidade Moda Lolita, no Facebook. Dos quatro interlocutores principais, ele é o único que não frequenta a *cena* no Rio Grande do Sul, pois vive no interior de São Paulo. Decidi incluí-lo para acrescentar a experiência brolita ao trabalho e mostrar em que ela se aproxima e se distancia da experiência Lolita das moças.

3.1 HEIDI

Vi na tela do celular uma mensagem. Faltavam 15 minutos para o horário combinado e Heidi se desculpava: certamente se atrasaria. Estava a bordo do trem metropolitano, a caminho de Porto Alegre, pois passara a noite na casa do namorado, numa cidade vizinha. Do centro da capital, tomaria um ônibus até o bairro Rio Branco para me encontrar num café especializado em *cupcakes* ao qual eu já havia chegado. Pedi um café, peguei o caderno e a caneta e rascunhei tópicos a partir dos quais iniciaria a primeira entrevista presencial com uma adepta da moda Lolita.

O aroma de baunilha, a música e a ansiedade, no entanto, atrapalhavam a concentração. Passei a observar a decoração do estabelecimento escolhido por Heidi para a conversa. Até a chegada dela, eu era a única cliente naquela manhã. Instalei-me em uma das duas mesas junto à parede revestida por papel estampado com corações. Dali avistava, sobre o balcão, pratos e bandejas com bolinhos de chocolate, baunilha, cenoura, banana e aveia. Espalhados em prateleiras, vi ursinhos, bonecas, *cupcakes* de porcelana e livros. Além da luz do sol que entrava pelas janelas e pela porta envidraçada, o lustre em estilo provençal

iluminava a loja. Graciosa era a parede amarela com molduras brancas, algumas vazadas, outras preenchidas com espelhos e fotos, também no estilo provençal. Eu dividia o espaço com uma moça em seu avental estampado com bolos. Atrás do balcão, de costas para a porta que separa salão e cozinha, ela fazia contas desde que me entregara a xícara de café.

Heidi chegou ofegante, desculpando-se pelo atraso, carregando uma bolsa tiracolo em formato de bolacha – “É réplica!”, anunciou – e, nas costas, uma mochila encoberta por cabelos acobreados e lisos. Impossível não atentar para a saia rosa “no joelho”, rodada como um sino, com barra de renda branca e uma aplicação na lateral de um bolo enfeitado com um morango e corações entre talheres adornados com fitas, além da inscrição bordada Angelic Pretty, que mais tarde soube ser uma *brand*²⁷. Perguntei qual era o subestilo que ela usava naquele dia, e Heidi me explicou que o chamava de *casual*. “É um *outfit* mais simples, para o dia a dia mesmo. Aí pode misturar algumas peças que não são Lolita.”

Minha interlocutora usava blusa branca e bolero amarelo-claro. A cintura vinha marcada por cinto com tope. Pendia no peito um colar com a mensagem “*J’aime le chocolat*”, e as mãos traziam anéis estilizados com garfo e bolo. “Nem consegui montar o *outfit* do jeito que queria. Estou basiquinha. Mas vim temática, com bolinhos”, falou Heidi, confirmando que tomara trem metropolitano e ônibus com aquele figurino fabuloso pensado de antemão e composto especialmente para nosso encontro, numa loja de *cupcakes*. Dali, iria para o trabalho, indicando que, mais do que um *hobby*, a moda Lolita foi integrada ao dia a dia.

Ela ajeitou sua mochila embaixo da mesa, dispôs a bolsa sobre a cadeira e, ajustando a armação dos óculos no nariz fino, conduziu-me ao balcão para ver os doces. “Qual é o bolo do dia?”, indagou à atendente, evidenciando ser do *pedaço* (MAGNANI, 2009). Provei o mesmo que ela: *cupcake* de baunilha com cobertura de ganache.

A porto-alegrense Heidi tem 23 anos e se adorna como lolita há uma década:

Conheci a moda pela *internet*, com mangás e animes, e comecei a comprar minhas primeiras peças em 2006. Mas acho que só me tornei lolita em 2009, quando consegui compor o visual perfeito. Leva um tempo para fazer a expressão visual. E incorporei no cotidiano. Procuro sempre andar com algum acessório, com saia rodada, uso anáguas, *bloomers*²⁸, o pano de fundo do meu celular é com a temática, minha marmita é Hello Kitty, a lasanha que eu levo para o almoço tem corações [a massa é recortada nesse formato].

²⁷ Termo usado pelas lolitas para se referir às grifes japonesas.

²⁸ Short usada pelas lolitas por baixo das saias ou dos vestidos.



Figuras 7 a 11: Heidi em detalhes no subestilo *casual*. Fotos: Aline Lopes Rochedo, 2016

Há dez anos, ela se envolve com leitura de *blogs* e *sites*, encomendas *online*, administração de comunidades no Facebook, confecção de roupas, produção de estampas para imprimir em tecidos, acúmulo de objetos “fofos”, consumo de açúcar em formatos diversos, adesão ao *circuito* de cultura *pop* japonesa, contratação de costureiras, construção de canais próprios para divulgação de *outfits* e coisas Lolita – alguns em inglês e alemão, idiomas que domina –, fotos, troca de receitas, postagens, participação em eventos públicos e privados e até peregrinação a Tóquio para conhecer “o berço” da moda. “A viagem [ao Japão] foi em dezembro, em 2015. Passei um ano juntando dinheiro. Fomos em dezembro e voltamos em

janeiro. Ficamos um mês”, conta Heidi, que embarcou com amigos, todos intencionando explorar *in loco* as vertentes de moda urbana no país.

O grupo alugou apartamento próximo ao bairro Harajuku. A mala de Heidi voltou abarrotada de roupas e acessórios, “tudo lolita”, e “muita coisa fofa” comprada principalmente em lojas de peças usadas. “Esta saia eu trouxe de lá. Comprei no brechó²⁹. Paguei algo como 30 reais. Nas lojas das *brands* não tinha como [comprar] por causa do câmbio. É muito caro pra gente. Só ficava olhando as japonesas”, recorda-se ela, que aprendeu “um pouco de japonês” para se comunicar e transitar pelos *sites* Lolita.

Como mencionei anteriormente, ao indicar o nome de Heidi para entrevista, Athene frisou o tempo de dedicação da amiga à moda, seu compromisso com a cultura Lolita e a viagem ao Japão, destacando alguns capitais simbólicos que legitimavam a fala de minha interlocutora sobre o assunto (BOURDIEU, 2008). Heidi diz ter se tornado lolita após conseguir compor o “visual perfeito”, incorporando estética e elementos japoneses e *kawaii* ao seu estilo de vida. Desta forma, vivencia uma maneira de estar no mundo e de expressar sua subjetividade no cotidiano, subjetividade esta marcada por trajetória e condições econômicas e sociais específicas.

Heidi, porém, não vive só de *lolices*³⁰. Cursa faculdade de Design, toca violino, namora, trabalha com consultora de *design* numa *startup* de tecnologia que produz *sites*, sai com amigas que não usam Lolitas e até tem calças, camisetas e coturnos que porta eventualmente. No dia a dia, prefere saias e vestidos rodados, anáguas, rendas, babados e fofuras, e veste essas roupas no trabalho e na faculdade. “Essa ideia de que a gente fica o dia inteiro tomando chá, sentadinha e comportada não tem nada a ver. Que lolita não fala palavrão... Eu falo palavrão. Eu gosto de chá e bolinhos, mas, tipo...”, diz. “Ser mulherão não é meu perfil. Não sou da balada, e não seria mesmo não sendo lolita. Falo palavrão, mas gosto de fofura, de ser naturalmente fofa”.

Filha mais velha de um engenheiro e de uma pedagoga, mora com os pais e a irmã num apartamento de bairro nobre de Porto Alegre. “Meu pai é motoqueiro. Quando os amigos dele perguntam do que me visto, ele diz que é ‘de bolo’. Porque Lolita tem uma conotação sexual, do livro do Vladimir Nabokov. Eu acho delicado da parte dele [do pai].” Ela leu o romance do russo em busca de associações entre o nome da obra e a moda. “O livro é genial. A história é horrível, mas a narrativa é fascinante. Dá muita raiva do narrador, o Humbert.

²⁹ Loja que vende roupas de segunda mão.

³⁰ Termo nativo que se refere a “coisas de lolitas”. Não é pejorativo.

Provavelmente os japoneses pegaram o nome [do livro] e ignoraram o resto.” Indaguei se ouvira falar na relação das lolitas japonesas com *Alice no País das Maravilhas*, de Carroll, e Heidi disse que sim. Para ela,

a moda Lolita poderia ter se chamado Alice. Sabe como a gente chama aquele laço da cabeça? *Alice bow*. Talvez até fizesse mais sentido. Para o meu pai, eu uso roupas de bolo. Eu gosto quando ele diz isso, acho menos agressivo. Porque a palavra lolita tem essa conotação negativa.

A associação do termo “lolita” à pedofilia é tão imediata que, no Orkut – rede social extinta em 2014 –, a comunidade criada pelas seguidoras da moda no Brasil, da qual Heidi participava, foi bloqueada. “Caiu no filtro deles e tivemos que mudar. Por isso somos Roriita no Facebook.”

Quando comecei a lhe indagar sobre a silhueta e a vestimenta, ela pediu meu caderno e minha caneta – “Posso? Deixa eu te mostrar” – e começou a rabiscar. Enquanto Heidi desenhava, eu a fotografava. “Depois me manda as fotos. Fotografa a loja”, sugeri, sem levantar os olhos. Contou-me que, aos 17 anos, ingressou no curso de moda numa faculdade da região metropolitana, mas passou no vestibular para Design na UFRGS, em Porto Alegre, e trocou de curso.

Eu gostava de estudar moda, mas dependia dos meus pais para ir à aula, era complicado. Então mudei para o Design, que é aqui [em Porto Alegre]. Para mim, o importante é essa conexão com o visual. É disso que eu gosto. Dessas coisas que se conectam no meu mundo fabuloso, na minha cabeça. Mas eu não posso generalizar, nem para as outras lolitas. E sei que o mundo não é assim, tudo fofo. Eu tenho privilégios, lógico. [...] Fiz muitas amigas nesse meio, de outras não sou tão amiga, mas nos damos bem, nos encontramos nos *meetings*. Acho que é mais fácil encontrar pessoas em comum quando se tem a moda em comum.

Para garantir modelos exclusivos, Heidi imprime tecidos com desenhos que cria, e diminui o custo da produção chamando amigas para participar. “Fazemos várias estampas. Cada uma faz a sua. Aí mandamos imprimir uns 15 metros de tecido. São várias estampas e vamos mudando a cada dois metros. Depois dividimos [custos e cortes] e encomendamos roupas a uma costureira ou fazemos vestidos e saias.” Esta é uma maneira de incrementar o guarda-roupa Lolita, já que não existem lojas físicas em Porto Alegre nem no Brasil.

Os acessórios fofos a gente até consegue, tipo este cinto, que comprei numa loja aqui perto. Mas os vestidos e outras coisas, só mandando fazer, comprando de segunda mão, em lojas virtuais aqui do Brasil – viu aquela comunidade no Facebook [Lolita Sales], né? – ou encomendando do Exterior.

A composição de um traje almejado pode ser pensada como consumo artesanal nos termos de Campbell (2005). Leva dias, meses ou anos, e sua conquista é “o triunfo” de uma lolita, diz Heidi. Foi o seu caso com uma saia de estampa específica com a qual sonhava

“desde 2009”. Em 2016, ela encontrou a peça na *internet*, num *site* de Cingapura. “Custou uns... 500 reais. Mas não paguei taxa de importação! Não sei como, passou pela alfândega. Os deuses do rococó me protegeram!” Outra prática é usar algumas vezes uma peça e revendê-la na *internet*, em sites ou nas redes sociais.

Algumas pessoas vendem e recuperam os investimentos. Eu tenho dificuldade para me desfazer das roupas, por causa da memória, principalmente se alguém escolheu algo para mim. Até quando eu pago, mas foi uma amiga que pegou a roupa na loja e me mostrou, dizendo que tinha a minha cara... Eu não consigo me desfazer. Gosto de roupa com memória.

Heidi finalizou o contorno do croqui e me devolveu o caderno: “Olha, não ficou bom, mas dá pra ter uma ideia do que é básico na Lolita”. Ao redor da boneca, colocou regras e acrescentou ponderações. E desenhou a roupa íntima – *bloomers* e anáguas –, elementos não menos importantes da indumentária, conforme as seguidoras.



Figura 12: Lolita de Heidi. Foto: Aline Lopes Rochedo, 2016.

Em comum com a lolita desenhada naquela manhã, Heidi tem cabelos longos, a saia armada por anáguas, sapatos de bico arredondado (embora estivesse com sapatilha sem salto), bolsa de alça longa, acessórios no pescoço, nas mãos e nos pulsos e mangas fofas na camisa. Diferentemente da autora do croqui, a personagem vestia uma espécie de jardineira chamada *junper skirt*, ou JSK, usada com camisa ou blusa por baixo, cobrindo ombros e peito.

Os pés e os joelhos da lolita criada por Heidi apontam para dentro, a exemplo de imagens recorrentes das adeptas da moda. Trata-se de uma pose tão “característica”, tão presente no imaginário sobre lolitas, que, no Museu Victoria & Albert, de Londres, na sala

dedicada à moda urbana japonesa, onde há alguns exemplares desse vestuário, as manequins vestidas com *outfits* têm pés e joelhos voltados “para dentro”. E mais: há semelhanças entre o desenho de Heidi – que, àquela época, desconhecia a presença das roupas Lolita no acervo do museu – e uma das composições expostas na instituição britânica.



Figura 13: *Outfit Baby, the Stars Shine Bright*, do Museu V&A, de Londres.³¹

Quando pedi para fotografá-la, Heidi manteve pernas e pés retos, juntos, e encostou a mão levemente na saia com o toque ritualístico, maneira distinta do toque utilitário, um atributo do repertório do gestual feminino (GOFFMAN, 1987). Minha interlocutora ainda trajou sua lolita imaginária com meias longas, itens que dispensou em nosso encontro por causa do calor que fazia naquela manhã. “Também estou sem *bloomers*. E é horrível [estar sem as *bloomers*] para andar de ônibus. Quando a gente sobe [no ônibus], aparece ‘tudo’, e não quero que apareça.”

Clima interfere nos figurinos Lolita, geralmente compostos em sobreposições. Como a moda foi criada no Japão, e não num país tropical, como o Brasil, a quantidade de peças precisa ser negociada, explicou-me. E esta é, acredita Heidi, uma vantagem que o Rio Grande do Sul tem em relação a outros Estados do país, pois é possível usar meia calça e casacos, pelo menos em algumas épocas.

A primeira anágua Lolita de Heidi foi, na verdade, uma anágua do traje de prenda – o feminino do gaúcho, segundo o tradicionalismo, com saia longa no corte A-Line, cintura

³¹ Disponível em <http://www.vam.ac.uk/content/articles/j/japanese-street-style/>. Acesso em 14 set 2016.

marcada, rendas –, acessório que guardava da infância. Além disso, usou “durante um tempo” os sapatos que acompanhavam o mesmo traje, pois têm bicos arredondados e saltos grossos.

Dos itens do croqui, minha interlocutora não usa peruca nem maquiagem. “Mas o cabelo tem que estar arrumado.” E prefere circular com algo “natural”, pois é uma lolita urbana, que trabalha. “Lolita é moda, também se atualiza, não é estática. Entre 2009 e 2012, por exemplo, a gente usava muita estampa, e a renda era diferente. Tinha até mais cara de roupa aristocrática. Estamos trazendo a moda para o dia a dia.”

3.2 SOFIA

Posicionei-me junto à porta de um *shopping center* da zona norte de Porto Alegre por volta das 17h15 para aguardar Sofia. Estivera com Heidi e tentava imaginar como a segunda entrevistada estaria vestida. Ela já havia me advertido para o fato de que, no trabalho, não podia usar Lolita. Como me encontraria após o expediente, memorizei suas feições nas fotos que vi no Facebook. Pontualmente, às 17h30, avistei, através da porta automática, uma jovem de cabelos lisos avermelhados e franja reta. Vestia camiseta preta e calça verde-oliva.

Sofia também me reconheceu – olhara minhas fotos no Facebook. Chegou esboçando um sorriso, com movimentos contidos. Nosso cumprimento foi mais formal na comparação com a descontração de Heidi. Perguntei-lhe onde gostaria de comer, e ela disse que, primeiramente, precisava ir ao banheiro.

Como Sofia trabalha na zona norte e reside no município de Alvorada, na região metropolitana, a 21 quilômetros do centro de Porto Alegre, propus me deslocar até um lugar próximo a ela. Assim ganharíamos tempo e eu não a afastaria do trajeto com o qual estava acostumada, pois precisaria tomar um ônibus para voltar para a casa.

Sofia é técnica em informática há uma década. Em 2015, começou a atuar como instrutora numa escola. Iniciou o curso de pedagogia da UFRGS, mas não concluiu. Nascida há 29 anos na capital, sempre viveu em Alvorada com os pais e uma irmã mais nova, numa vila da cidade. E foi com o pai que se aproximou do Centro de Tradições Gaúchas (CTG) local, participando do grupo de dança desde os 16 anos.

Trago a ligação com o CTG porque, na época de nosso encontro, no mês de setembro, celebram-se no Rio Grande do Sul as “tradições gaúchas”. Assim, quem eu mais via no Facebook era a Sofia prenda. Em fotos antigas, vi várias versões de Sofia *cosplayer*, outro de

seus *hobbies*, como ela mesma definiu. Mas era a Sofia lolita que estava na imagem escolhida como “perfil” – um desenho estilizado de uma boneca ruiva, com cabelos lisos, óculos, grandes olhos, saia com babado na barra, camisa branca de mangas longas e abotoada e arrematada por um laço de fita, sapatos de bico arredondado.

Enquanto caminhávamos, perguntei-lhe o que tinha acontecido na véspera, pois vira uma foto de seus pés no Facebook e um texto no qual ela lamentava não poder dançar em sua cidade por falta de segurança. Sofia contou que uma festa do CTG fora interrompida por um “arrastão”, e foi narrando o caso até o banheiro.

Sabia das outras dimensões da vida Sofia e sobre o fato dela afirmar não *ser* lolita, mas *vestir* Lolita, o que já indicava diferenças na relação com a estética quando confrontada com as percepções de Heidi. Ao ler o primeiro questionário, dias antes do nosso encontro, escreveu-me dizendo que:

[...] pessoas não “são” exatamente lolitas. Roupas são [lolitas], então pessoas “usam” Lolita. Nem tenho o costume de chamar de subcultura porque as regras deveriam se limitar apenas ao figurino, não ao comportamento. Digo “deveriam” porque as pessoas criaram um imaginário de que lolitas são criaturinhas que “se vestem de boneca”, ficam tomando chazinho com biscoito todo o tempo e tem uma vida cheia de futilidades... Não que não existam pessoas assim (existem nesse meio pessoas que encaram a moda como “estilo de vida” e até pessoas que só consideram Lolita roupas de determinadas marcas – e quem as usa). Em geral, somos só pessoas normais que vestem roupas diferentes. Na maioria, de vez em quando. Eu, por exemplo, trabalho em um local onde não é permitido utilizar saias de segunda a sábado, então me visto de lolita em alguns domingos só (quando não estou no CTG - cada *hobby* tem sua vestimenta “estranha”). Então, quando me perguntam se eu “sou” lolita ou se “sou” prenda, eu naturalmente respondo que sim, mas não significa esse “ser” o que a maioria das pessoas de fora imagina. Nem tomo chimarrão. Daí essa “passagem” ou “transformação” que tu citas só acontece de vez em quando. (aspas no original)

Acomodamo-nos num café e pedimos sanduíches e refrigerantes. Contei-lhe sobre a associação feita por Heidi entre *outfit* Lolita e roupa da prenda, traje típico feminino no Rio Grande do Sul. *Grosso modo*, pode ser um vestido inteiro e longo, ajustado na cintura, ou dividido em saia longa e blusa. Nos pés, o sapato geralmente tem salto grosso, não muito alto, e bico arredondado. Sofia comentou:

Meu primeiro sapato de lolita também era de prenda. E a minha primeira anágua também! Sabe, tem mesmo a ver. Tem a cintura marcada, a saia em [formato] A, que a gente chama de A-line, tem a camisa fechada. Aliás, eu já fiz o caminho inverso. Usei com o traje de prenda uma camisa Lolita que importei do Japão. É uma camisa branca com babados.

A circulação entre peças do vestuário da cultura tradicionalista do Rio Grande do Sul e da cultura Lolita ilustra como objetos são ressignificados em diferentes contextos nos quais se inserem, alimentando novas configurações de sentido independentemente dos usos que lhes

foram previstos. Sapatos, anáguas e camisas, para citar alguns itens, tornando-se “cúmplices” dos sujeitos que deles se apropriam para subverter convenções. Como pode uma camisa de uma moda urbana japonesa se passar por roupa tradicional da mulher gaúcha no salão de um CTG? Talvez porque ambas enfatizem um tipo feminino, um feminino recatado e com babados. O fato é que Sofia compôs seus *outfits* iniciais com mais misturas: adicionou às peças do traje de prenda elementos que usava fazendo *cosplay*.

A primeira composição considerada Lolita por Sofia se materializou em 2012, quando ela já frequentava eventos de cultura japonesa e anime. Segundo minha interlocutora, criar personagens para *cosplay* é mais custoso do ponto de vista financeiro, pois dificulta o reuso de peças e o trânsito destas para o vestuário cotidiano. Lolita seria uma possibilidade “mais acessível”, pois algumas peças podem circular entre *meetings* e no dia a dia.

Chamei sua atenção para o emprego recorrente, em sua fala, da expressão “moda alternativa” ao se referir à moda Lolita:

Acho que eu me acostumei a falar isso. Quando as pessoas me perguntam o que estou vestido, costumo dizer que estou usando “uma moda alternativa japonesa chamada Lolita”. Porque, se eu disser que estou vestindo Lolita, tem sempre a conotação sexual. Acho que foi por isso que me acostumei a falar moda alternativa. Mas é Lolita. Só que eu não digo que sou lolita. Sou a Sofia. Lolita é a moda que eu visto.

Até outubro de 2015, Sofia vestia pelo menos algo Lolita com regularidade, sobretudo saias. Daí em diante, empregou-se como instrutora de informática numa escola e precisou readaptar o guarda-roupa. Por exigência dos empregadores, comprou calças e camisetas. “Naquela época, eu só usava saias ou vestidos. Tinha duas ou três calças, e só uma me servia. Precisei gastar uma grana com essas roupas de trabalho.”

Calças voltaram a dividir o espaço com vestidos e saias, algumas peças importadas do Japão, das *brands* Baby, the Stars Shine Bright e Alice and the Pirates, mas não só. A cotação do dólar e as taxas – “Uma vez, paguei 200 reais só de taxa de importação” – desencorajaram aos poucos as compras *online* em *sites* estrangeiros, e Sofia investiu numa máquina de costura, confeccionando boa parte do acervo. Começou assistindo a vídeos na *internet*, comprou tecidos lisos e florais e costurou as primeiras saias. Ela já fez acessórios e vendeu alguns. Hoje, porém, quando produz algo, produz para si.

Trabalhando de segunda a sábado na escola de informática, é aos domingos e para eventuais *meetings* Lolita que Sofia capricha nos *outfits*. É quando se adorna com a moda que escolheu como *hobby* e que já lhe rendeu olhares de desaprovção e julgamentos por parte de

desconhecidos não familiarizados com a estética e que reagem no sentido de controlar o feminino, independentemente da quantidade de tecido cobrindo o corpo:

Na primeira vez que andei no centro de Porto Alegre vestindo Lolita, um gari ficou me incomodando e me perseguindo uma parte do caminho. Outra vez foram duas crianças da vila onde eu moro [em Alvorada], que ficaram me chamando de demônio. E eu estava com uma saia floral cor-de-rosa! Pensei: “mas como o demônio se veste bem”. E tem as pessoas que gostam. É uma moda alternativa que me diverte.



Figura 14: Imagem enviada por Sofia após a entrevista. Foto: acervo pessoal.



Figuras 15 e 16: Sofia com *outfit gothic*, um de seus preferidos. Fotos: acervo pessoal.

Trajar Lolita no CTG não está nos planos, embora a predileção pela moda não seja segredo naquele ambiente. “Alguns ouvem ‘lolita’, me olham e eu tenho que explicar que é uma moda alternativa.” Recordou-se do dia em que citou a *Sutra Sagrada* entre os conhecidos do CTG e muitos acharam que estava falando em *Kama Sutra*. Didática que é, explica as diferenças. “Digo: ‘Gente, é a *Sutra Sagrada*, o livro do fundador de uma filosofia japonesa. Não é *Kama Sutra*.’”, conta ela, frequentadora de um templo Seicho-No-Ie de Porto Alegre.

A experiência Lolita ampliou os horizontes de Sofia, diz a própria, proporcionando-lhe aprendizados e novas inserções sociais. Aprendeu, por exemplo, o vocabulário “básico” de inglês para acompanhar *sites* e *blogs*. “As gurias falam *blouse*, *outfit*, *brand*, palavras com as quais fui me familiarizando. Quando comecei a estudar inglês, já cheguei com bom vocabulário.” Passou a acompanhar a cotação do dólar e a fazer compras internacionais, aprendeu regras de importação, tornou-se a costureira da família e experimentou a prática do artesanato, entre outras habilidades. “Muitas coisas que a ‘educação formal’ não me ensinou eu me motivei a aprender sozinha em função da moda”. E ampliou o círculo de amizades, frequentando “lugares novos”, como cafés e *shoppings*. “Lolita me ajudou inclusive nisso.”

Portanto, apesar de citar a estética Lolita como um de seus *hobbies* – danças gauchescas e *cosplay* seriam outros –, Sofia incorporou ao cotidiano essa prática específica de vestir, compor figurinos e se relacionar e, por meio dela, produziu novas subjetividades. Enfatizo, ainda, a diferenciação que ela faz entre o *ser* lolita e o *vestir* Lolita, marcando suas ideias de autoexpressão, criatividade própria e habilidade singular anteriores à adoção da estética. “Sou Sofia e gosto de vestir Lolita.”

Eu misturo Lolita com sandália, por exemplo. Algumas pessoas dirão que não é Lolita. Mas outras dirão o mesmo caso eu não use *brands*. Então, vou criando, juntando, sem me afastar muito das regras. Na prática, nem daria para trabalhar onde trabalho com saia, porque nem tem espaço para anágua na sala. E eu estou representando a empresa, então tenho que vestir o que eles pedem.

Fronteiras sociais reificadas pela posse ou não de *brands* são dribladas com o *capital cultural* (BOURDIEU, 2008) empregado na montagem artesanal (CAMPBELL, 2005), no arranjo singular de *outfits* para os *meetings*, momentos em que Sofia reencontra a maioria das lolitas da *cena* gaúcha. Algumas têm mais condições financeiras para importar e viajar, o que não desanima minha interlocutora, pois nem todas detêm o mesmo nível de conhecimento acerca de valores e princípios relevantes para atingir resultados satisfatórios. “Aprendi a não dar bola.” Ainda assim, ela chegou a chamar a atenção de pessoas da comunidade *online* que desqualificavam roupas de “novatas”. Para Sofia, tão importante quanto exigir respeito de

quem ataca a moda Lolita é respeitar quem ainda não domina as *guidelines*. Outra coisa que lhe incomoda é quando o movimento aparece na TV como algo bizarro.

[As reportagens] descolam quem veste Lolita do mundo. A gente tem família, nós trabalhamos, estudamos. [...] Quando vejo lolitas na televisão ou nas fotos que circulam, e que são as imagens que querem fazer circular, fico pensando se essas meninas não têm problemas ortopédicos ou fonoaudiológicos [por causa das poses com pés e joelhos para dentro e da voz melosa]. Isso não contribui para desconstruir a ideia de que lolitas vivem numa bolha.

3.3 MIKOTO

Como antecipei no capítulo anterior, o questionário que publiquei na comunidade Moda Lolita obteve 30 respostas. Do total de participantes, dois eram homens identificados com o gênero masculino e ambos disseram se adornar com roupas femininas. Um não apenas respondeu as questões como revelou seu nome completo numa indagação sobre local de residência, escolaridade, profissão e *nickname*, ou pseudônimo, sendo este último opcional. O rapaz de 27 anos, morador do interior de São Paulo, advogado e funcionário público, informou que família e amigos, mesmo sabendo do seu apreço pela cultura japonesa, ignoram que ele já usou a indumentária Lolita: “[...] sabem que eu aprecio o estilo, mas não sobre encontros e vestes.” E mais: a namorada “não aprecia tanto este mundo”. Na última questão, sobre como monta *looks* Lolita, respondeu: “Apesar de não ter uma grande quantidade de roupas, as que possuo foram compradas através de *site* ou feitas sob encomenda. Ainda mais sendo homem, algumas das roupas encontradas em loja não tinham o tamanho ideal”.

Ser brolita, ou vestir Lolita, era um segredo do rapaz. Ainda assim, forneceu-me seu nome. Entendi que queria falar sobre o assunto e o procurei no Facebook, encontrando alguns homônimos. Como apenas um participava da comunidade Lolita onde eu publicara o questionário, enviei-lhe uma mensagem privada perguntando se havia participado da pesquisa e, em caso afirmativo, se gostaria de continuar colaborando. O rapaz confirmou ser ele “o brolita” e se colocou à disposição: “Sempre tive a posição de expor o mundo brolita e diminuir a ideia de que ser brolita é ser *gay*”.

Combinamos que eu não revelaria dados pessoais que pudessem identificá-lo. Pedi-lhe, desta forma, que sugerisse um pseudônimo, e ele escolheu Mikoto. “Não queria usar nada feminino, para não desviar do foco de ser um brolita”, disse, tomando emprestado o nome de

um personagem do anime *Princess Princess*³². O brolita Mikoto da animação e o brolita Mikoto interlocutor temem ser rejeitados por pessoas de suas relações mais próximas – especialmente namoradas. Quando começou o atual relacionamento, o Mikoto de São Paulo comentou que vestia Lolita, mas se afastou do que considera *hobby* a pedido da namorada.

Meu interlocutor começou me contando que conheceu a moda japonesa através de animes e cresceu colecionando mangás. Foi em eventos que viu a moda Lolita:

Sempre achei as roupas muito interessantes, assim como a postura meiga das meninas adeptas. [...] Brolita é homem que se veste como lolita. Como sou homem, e as medidas são um pouco diferentes, pedi para uma costureira fazer a maior parte [das roupas] [...] Mas foi simples da primeira vez, nada muito chamativo. [...] Não foi bem um [subestilo] *sweet*. [...] Quando fui fazer faculdade, conheci uma amiga que morava numa cidade próxima e também seguia Lolita. E nisso ela foi me ajudando [...] Peruca eu ainda tenho uma loira que comprei.

O primeiro *outfit* foi um JSK branco e rosa, “simples” e “lindo”. Depilou as pernas com cera, mesmo usando meia-calça, e não cogita repetir a sessão. Difícil foi disfarçar os pelos do rosto, pois sua barba é “grossa” e ele não tinha noções de como fazer maquiagem. Aos poucos, treinando em casa com os produtos que adquiriu, foi melhorando e não precisou mais pedir ajuda à amiga.

Sobre a “fofura” gestual das lolitas, Mikoto a “absorveu” ao se perceber “cercado por mulheres”. “Algumas coisas são difíceis de mudar, como postura e fala. Não sou uma pessoa muito feminina, mas, quando estou caracterizado, tento ser o máximo possível.” Sua intenção era explicitar que era brolita, e não lolita. “Tento ser feminino, sim, mas não a ponto de parecer mulher.”

Online, sempre por escrito, percebi a facilidade com que Mikoto dissocia sexo, gênero e sexualidade. Algo que faz conscientemente e de forma estratégica, controlada e intencional, borrando fronteiras. Segundo ele, as meninas com as quais se relaciona nos eventos sabem pouco sobre sua vida fora da *cena*. “Elas não te conhecem, então boa parte acha que você é *gay*.” Os namorados delas fazem o mesmo julgamento. Mikoto diz que se diverte, mas lamenta não poder compartilhar com amigos da escola ou “da cerveja” que participa desse movimento estético. E teme confrontar o *hobby* com a família: “Nenhum pai pensa em ver seu filho vestido como brolita”.

O segundo *outfit* Lolita de Mikoto foi um pouco mais elaborado: vestido rosa florido e com babado encomendado a uma costureira. Ele o combinou com meia-calça branca, sapatos de salto cor-de-rosa, peruca loira, tiara e sombrinha brancos.

³² Disponível em http://princessprincess.wikia.com/wiki/Mikoto_Yutaka. Acesso em 16 out 2016.

Se você pensar na quantidade de roupas e acessórios... Mas é recompensador. Por isso, depois de um tempo [sem vestir], você até sente falta [...] Mas respeito minha namorada. Para não arrumar conflito, deixo de lado. Quem sabe, com o tempo, a cabeça dela se abre? [...] Eu nunca tentei ser mulher, apenas descobri um prazer num estilo que é feminino. [...] Com tudo isso, não te deu vontade de aderir e pelo menos criar um *outfit*? Morro de vontade de me vestir de novo e ir a algum evento.

Mikoto brolita se constrói no indizível, mantém-se no sigilo, existe no segredo. Em eventos e entre desconhecidos, sentia-se à vontade. Apenas com pessoas distantes falava sobre uma prática que tanto lhe deu prazer e da qual sente tanta falta. Não pretende *ser* lolita – vestia-se como uma para ser brolita. Com saia, peruca e sapato de salto, pouco lhe importa ser interpretado como *gay* pelas amigas e pelos namorados destas, desconhecidos. *Outfit* bem sucedido, performance idem, triunfo alcançado.

Com traje Lolita, Mikoto se construía brolita subvertendo conscientemente convenções sociais para se render às *guidelines* do *outfit* e seus contornos. Desafiava, assim, combinações morais esperadas de papéis de gênero, sexualidades e sexos. Vivia na experimentação o prazer e a emoção hoje interditos, agora por um relacionamento amoroso com uma moça que lhe pediu fidelidade – ou ela ou o *hobby*.

O prazer de Mikoto por formas, babados e cores Lolita lhe é permitido à contemplação, não à experimentação. Vestia-se assim longe de familiares, colegas e amigos. Segredo confidenciado a mim, amiga no Facebook, antropóloga, desconhecida. Desejava falar, identificou-se, deixou pistas. Fui atrás, conversamos. Sua condição: anonimato. O objetivo manifesto: reduzir o preconceito em relação a algo que confunde, embaralha, mistura constructos binários, masculino e feminino que não são fixos, não existem, são construídos na *performance*, negociados. Objetivo latente: voltar a ser brolita. “É assim, eu sinto falta.”

3.4 JOÃO

Alto, magro, com cabelos e barba ajustados a personagens que compõe para os *meetings* e eventos de cultura japonesa – ele também faz *cosplay* –, João costuma aparecer em fotos publicadas nas comunidades do Facebook com semblante sério ou levemente sorridente e exhibe postura altiva com seu *outfit* masculino. Chamei-o em mensagem privada, perguntando se poderíamos nos encontrar, pois eu gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre sua participação na *cena*. Delicadamente, ele disse que poderia responder às questões *online*, que bastava eu lhe perguntar. Foi o que eu fiz.

Aos 35 anos, bacharel em História e com curso profissionalizante em *design* gráfico concluído, João mora em Porto Alegre, onde se dedica à profissão de *designer*. A descoberta dos figurinos por ele usados nos encontros de lolitas se deu “casualmente” na *internet*, “talvez em 2007”, quando fazia pesquisas imagéticas em busca de figurinos para *cosplay*. De tão impactado que ficou pelas fotos das roupas que vira num *site*, arriscou fazer alguns croquis. Um dia, o *site* saiu do ar. “E tudo o que eu sabia era que, às vezes, ele [o figurino] tinha como título ‘EGL’ (Elegant Gothic Lolita) ou ‘EGA’ (Elegant Gothic Aristocrat)”, recorda-se. Usando estes termos dos subestilos, deparou-se com *blogs* e uma comunidade no extinto Orkut, e suas pesquisas continuaram. Ingressou em grupos na rede social, mas passou tempo observando e desenhando.

Levou um bom tempo até, casualmente, eu montar o meu primeiro *outfit*, quando comprei um colete, primeiro item. Depois, comprei um sapato mais adequado. Isso combinado com camisa branca, uma calça e mais um lenço amarrado como um *jabor*³³. Foi o primeiro *outfit* que usei no primeiro *meeting* ao qual eu fui [em 2010].



Figura 17: João e o *outfit* preferido, em *meeting* Lolita, em 2015. Foto: acervo pessoal.

Depois de participar de novos encontros e eventos de anime, João passou a encomendar peças a costureiras e importar. Perguntei-lhe sobre subestilos, e ele esclareceu alguns pontos. Meu interlocutor usa *boystyle*, “um estilo”. Trata-se, segundo ele, de um termo “mais usado no Ocidente”. No Japão, chama-se *ouji*, que significa “príncipe”. Não seria exatamente um subestilo da moda Lolita, ponderou. Seria uma moda urbana japonesa “em

³³ Lenço ou rendinha adicional para colocar na altura do pescoço e enfeitar a camisa.

diálogo” com a Lolita e que se tornou o equivalente masculino desta. Não significa que só possa ser usado por homens, da mesma forma que Lolita não é vestida exclusivamente por mulheres. “Pode ser usado por qualquer pessoa.”

Dentro do *boystyle*, há variações, desde um subestilo inspirado no vestuário infantil vitoriano, com calças curtas, suspensórios, blusas de rendas, meias, boinas e outros acessórios, à versão “mais madura”, cujos traços são calças compridas e casacos longos em cores escuras. João usa seus *outfits* apenas em eventos ou *meetings*.

Procuro sempre vestir a roupa no lugar [do evento]. Não gosto de chamar a atenção ou correr o risco de sujar a roupa. Durante os eventos/meetings, eu costumo agir normalmente, não “interpreto” ou algo assim, apenas procuro fazer poses legais para fotos.

3.5 ELAS ESTÃO ENTRE NÓS

Estava encerrando o campo da pesquisa quando um episódio inesperado em meados de outubro me fez inserir mais algumas linhas. Durante uma aula da disciplina Arte e Moda, no Instituto de Artes (IA) da UFRGS, na qual atuo como estagiária discente, posicionei-me ao lado da professora para assistir às apresentações de trabalhos finais dos alunos. Não sabíamos de antemão quais eram os temas de todos os grupos, e desconhecíamos que quatro alunas escolheram discorrer sobre aspectos estéticos e artísticos das lolitas.

A professora tinha conhecimento de que eu vinha investigando essa moda urbana para a elaboração deste TCC. Portanto, ao ver o título do trabalho projetado na parede da sala, ela informou às alunas que eu estava fazendo um trabalho final justamente sobre o tema. “Você é a Aline que vem postando uns questionários no Facebook?”, perguntou-me uma das meninas. Respondi afirmativamente, incrédula. Outras integrantes da equipe acharam graça. “Ah, a gente nem fazia ideia de que tu eras daqui de Porto Alegre!”, exclamou a colega. Sem que eu suspeitasse, havia lolitas na sala. Perguntei se elas responderam os formulários, e três disseram que sim. Apenas uma não seria lolita. “Ainda não.”

Eu via essas meninas sentadas sempre próximas umas das outras nas aulas. Trajando jeans, tênis, camiseta e com os cabelos soltos, jamais imaginara que *fossem* lolitas, como elas se definiram mesmo sem os *outfits*. O figurino e a silhueta Lolita, portanto, mesmo não estando presentes na sala de aula, sobre os corpos das alunas, foi “cobrado” quando elas se denominaram adeptas do movimento. Por que não estavam vestindo o *outfit* pelo qual são identificadas? Segundo o trio, é uma indumentária que chama muito a atenção, e elas

retornam para suas casas de ônibus, depois de uma aula que se encerra perto das 22 horas. Ou seja, porque não é seguro andar no centro da cidade com roupas tão rebuscadas, justificaram.

Eu lamentava não ter participado de nenhum *meeting* durante a pesquisa – se ocorreu algum, não me convidaram –, mas fiquei animada com a oportunidade de assistir a uma exposição feita por adeptas da moda. Diante dos colegas, elas apresentaram pontos que julgavam relevantes sobre o movimento do qual participam. Enquanto falavam, a audiência podia manipular catálogos de *brands*, como Angelic Pretty, e manusear um vestido importado de propriedade de uma das integrantes do grupo.

Ouvi-las falar, de certa forma, me tranquilizava, porque muitas narrativas que eu havia recolhido eram trazidas à tona pelas alunas lolitas, como a origem da moda, a valorização das *brands* e que há roupas feitas à mão, réplicas etc. Queixaram-se das taxas de importação, falaram sobre a silhueta, citaram os subestilos “mais comuns” – *gothic*, *classic* e *sweet* – e mencionaram o *boystyle*. Em todas as fotos e falas, as personagens eram *as* lolitas. Um dos pontos novos para mim, e que foi enfatizado pelas alunas em função dos desafios propostos pela professora – de relacionar um tema de livre escolha à moda e à arte – foi uma questão relacionada à estamparia, já que algumas marcas recorreram a telas de artistas famosos para decorar seus tecidos.

A apresentação chegou ao fim sem que as alunas fizessem qualquer menção ao livro de Nabokov, e a professora as questionou sobre isso, sobre o imaginário que existe em torno do termo lolita. Como pude prever, todas reagiram para descolar o nome da obra do nome da moda. Tentei ajudá-las trazendo a narrativa que envolve livros de Lewis Carroll, com Alice e sua indumentária. As próprias alunas temiam que a discussão seguisse para a ligação entre a literatura e a figura que, segundo elas, não seria sexualizada nem sedutora das lolitas da moda.

Explicaram, ainda, as diferenças entre a moda que seguem e o *cosplay*, descreveram como montam *outfits* e chegaram a revelar quanto investem na composição de um figurino: desembolsando entre 500 e 700 reais, tem-se um *outfit*, desde que não seja *brand*. “Pode chegar a 5 mil reais.” Por fim, pedi que falassem sobre o *brolyta*, e elas se limitaram em dizer que era “o cara que veste roupas Lolitas”. Mas não parecia ser *tão importante* no contexto da apresentação. Quanto ao *boystyle*, uma das alunas comentou já ter vestido uma vez. Ou seja, a figura masculina praticamente não apareceu nas falas delas, o que confirma a ideia de que se trata de um universo feminino, ou pensado como tal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste exercício etnográfico, explorei uma composição indumentária como elemento constitutivo da construção de indivíduo numa performance de gênero. Parti da moda Lolita para demonstrar como se produz a feminilidade das adeptas deste movimento estético-cultural criado no Japão da década de 1970 e que se consolidou em contextos urbanos brasileiros na esteira do avanço da *internet*, na virada dos anos 1990 para os 2000.

Seguindo uma abordagem do tipo qualitativa, compus uma narrativa com base em respostas obtidas por meio de questionários que publiquei em comunidades no Facebook; em entrevistas e encontros com adeptas desta moda japonesa em Porto Alegre; em conversas informais com homens ligados ao movimento; em meu diário de campo; na observação participante junto a grupos *online*; em catálogos de *brands*; em consulta a *blogs*, *sites* e trabalhos acadêmicos sobre lolitas; e em análises de imagens – fotografias e anúncios publicitários –, objetos e performances de sujeitos que circulam neste campo.

Situei meu interesse inicial pela moda Lolita, em 2014, como curiosidade. Foi após me deparar com uma moça trajando esse estilo em Porto Alegre, no final de 2015, que olhei para o fenômeno como potencial objeto de pesquisa antropológica com jovens urbanos. Assim, nos primeiros meses de 2016, estabeleci contatos no Rio Grande do Sul e me aproximei do tema por meio de *sites*, *blogs* e trabalhos acadêmicos. A pesquisa se intensificou em setembro e outubro, quando obtive autorização para publicar questionários no Facebook – as comunidades Lolita são “fechadas” e, em algumas, não são permitidas postagens como formulários de pesquisa – e consegui negociar entrevistas com pessoas da *cena*.

Minha investigação indicou que a moda Lolita no Rio Grande do Sul e no Brasil é seguida majoritariamente por mulheres com idades entre 21 e 24 anos e que a maioria dessas moças vive com os pais ou com outros familiares em centros urbanos, frequentando ou tendo frequentado o ambiente universitário em níveis de graduação e pós-graduação. Sobre as faculdades em andamento ou já concluídas, identifiquei predileção por cursos ligados às artes, à visualidade e às humanidades, como Design, Artes Visuais, História e Moda. Pelo menos metade da amostra trabalha e estuda e utiliza transporte público para circular pela cidade. Mostrou, ainda, uma variedade de origens sociais e culturais e muitas estratégias de consumo para driblar o alto custo das roupas Lolita, pois não existem lojas físicas no Brasil.

No ambiente *online*, verifiquei como lolitas e brolitas constroem e alimentam diariamente redes de sociabilidade e troca de informações, ideias, imagens e coisas, embaralhando fronteiras culturais, sociais, de gênero, geracionais e políticas compondo uma *comunidade de sentidos* (ANDERSON, 2008). Põem itens usados à venda, negociam pagamentos, compram, revendem, promovem leilões. Mas também se apoiam, percebem-se coesos, compartilham, criam laços e ampliam o conhecimento sobre o *hobby* que os une.

Em reuniões face a face, menos frequentes que o contato *online*, esses jovens podem ser quem quiserem, até porque muitos não se encontram pessoalmente fora desses momentos. Nos *meetings* ou nos eventos de cultura japonesa, o julgamento não se dá por posição social, sobrenome, local de moradia, profissão. O que importa é “saber coordenar”, é dominar as regras para se adornar em sonhos e fábulas, é acumular *capital cultural* (BOURDIEU, 2008) que lhes permita expressar individualidades pelo reconhecimento de uma estética e por valores culturais relevantes para atingir visualidades capazes de sintetizar princípios do grupo.

Vimos que lolitas, brolitas e aristocratas compram, descartam, fabricam e rearranjam objetos na construção dos *outfits* em busca do triunfo, como diz Heidi. É uma construção estética que se dá numa temporalidade diferente daquela do cotidiano dos centros urbanos. Criar um figurino leva dias, semanas, meses e até anos. Mais do que se opor à moda hegemônica, o objetivo parece ser a construção da individualidade a partir de um estilo baseado em *o quê se porta* e em *como se portam* roupas e acessórios, o que nos permite evocar Colin Campbell e sua noção de *craft consumer* (2005). Mesmo usando peças de segunda mão ou massificadas, lolitas, brolitas e aristocratas se orgulham de saber recombina-las “a seu modo” dentro das regras. Copiar personagens é prática *cosplay*, que se “limita” a se passar por um Outro fictício. Para quem usa – ou veste – Lolita, é coisa de *itas*. Há, portanto, conflitos latentes nesse universo, pois quem não respeita as regras de composição do *outfit* e de postagem nas comunidades *online*, por exemplo, pode sofrer sanções e constrangimentos. Daí a insistência de algumas pessoas na dimensão do “respeito”, como nos mostrou Sofia.

O apreço pela moda Lolita destoa da moda dominante pensada dicotomicamente, pois embaralha fronteiras de masculino e feminino. Podem-se disfarçar as curvas, a silhueta adulta, busto e quadris. Conclui-se que isto facilita a participação de brolitas na *cena*, na medida em que são as anáguas que dão forma aos contornos importantes do *outfit*. O que dificulta a maior participação de homens na *cena*, como mostrou Mikoto, é a incapacidade de sujeitos de fora e de dentro da cena dissociar sexo, gênero e sexualidade, abrindo espaço para o conflito.

Para as mulheres, uma das maiores dificuldades de aderir ao estilo está na dissociação entre a moda e a origem do nome, ao que parece ter sido extraído do livro *Lolita*, de Nabokov, de 1955. No Japão, no Brasil ou em Porto Alegre, lolitas se esmeram em encontrar explicações e formas de contornar constrangimentos provocados pela nomenclatura.

Na última parte do trabalho, trouxe quatro casos que ajudam a compreender a complexidade do campo. Heidi e Sofia, jovens com experiências de vida tão diferentes, mostraram-nos a centralidade da roupa na aproximação entre pessoas que provavelmente não se encontrariam em outros contextos. Também nos permitiram ver formas múltiplas de dar sentido ao que para uma é *estilo de vida* e para a outra é *hobby*. São maneiras diversas de vivenciar o fenômeno, inclusive pelo emprego de alguns verbos que marcam diferenças: Heidi é lolita, Sofia veste Lolita. Heidi traja saias Lolita para trabalhar e ir à faculdade. Sofia precisou se adaptar aos códigos de vestir exigidos pela empresa onde trabalha – precisou comprar calças compridas –, e reserva o *hobby* para fins de semana. Em ambos os casos, elas acionam sentidos de autoexpressão, de singularidade, de distinção nas interações do grupo e em relação ao mundo “de fora”. Marcam, consciente e propositadamente, suas singularidades. Ao comprar e misturar elementos lolitas na composição de um *outfit*, não estão apenas consumindo, mas tentando se expressar, tentando reagir à constante massificação da vida moderna nos centros urbanos, mesmo que tenham que aderir a um outro mundo de regras rígidas, como é o caso da moda Lolita.

Heidi e Sofia contaram ter montado seus primeiros *outfits* adaptando anáguas e sapatos do traje de prenda às primeiras composições Lolita. Sofia faz camisas Lolita importadas do Japão circularem em salões de CTG combinadas com saias da indumentária feminina do tradicionalismo gaúcho, dando ao objeto novos sentidos em sua atuação local. Isso é possível, em grande medida, porque as formas de vestir dicotômicas – masculino x feminino – são demarcadas, performatizadas e reforçadas em ambos os universos. De qualquer maneira, como nos mostra Appadurai (1999), artefatos viajam, assim como ideias, imagens, pessoas, e são ressignificados localmente.

Considerando que a produção da feminilidade se realiza em relação ao masculino, os casos de Mikoto e João, ainda que menos explorados que os das meninas, ajudam a iluminar questões que não podem ser ignoradas na *cena*. No caso do brolita, o rapaz autodeclarado heterossexual e que gosta de vestir Lolita, mas teme que família e amigos descubram – e deixou o *hobby* a pedido da atual namorada –, vimos uma série de constrangimentos. No caso de João, que evitou me encontrar presencialmente, mas aceitou conversar *online*, enviando até

uma fotografia, trata-se de outra experiência. Mesmo em traje “masculino” mais rebuscado do que roupas cotidianas “para homem”, percebemos que o aristocrata do grupo é um personagem central por reforçar as diferenças no vestir, acentuando a feminilidade Lolita, esta ainda mais ornamentada. Neste caso, para quem olha “de fora”, é mais fácil considerar a possibilidade de dissociação entre gênero e sexualidade.

Pensar *com* lolitas, brolitas e aristocratas ilumina reflexões antropológicas na medida em que o movimento mistura um estilo de vestir outrora *elegante* no Ocidente, o reelabora, acrescenta o *kawaii*, exporta essa forma a vários países. Adeptas e adeptos modificam a prática localmente, refutando algumas regras, mas permanecendo próximos das *guidelines*, abrindo caminho para se pensar construções de gênero, individualidade e subjetividades. Além disso, possibilita criar novos arranjos num vaivém de significados e interpretações que não cessam e sobre os quais os sujeitos da *cena* não têm controle.

Sei que muitas questões não foram tratadas ao longo do trabalho, mas esgotar o tema não era a minha intenção. Minha ideia era levantar algumas reflexões sobre como jovens se constroem como indivíduos numa performance de gênero que se realiza por meio de um tipo de vestuário capaz de reforçar o signo do feminino, a saber, o da moda Lolita. A experiência de campo apresentou outras complexidades e que lolitas podem estar mais perto do que imaginávamos – apenas não as vemos sem seus trajes. Não se trata, portanto, de uma pesquisa conclusiva, mas vai ao encontro de interesses relacionados a grupos urbanos, produção de individualidade e subjetividade, à indumentária e a fluxos transculturais, assuntos que pretendo retomar em investigações futuras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia cultural global. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). **Cultura global**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999, p. 311-328.

BRITO, Bruna Perrella. Alice no País das Maravilhas: uma crítica à Inglaterra vitoriana. Disponível em http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/CCL/projeto_todasasletras/inicie/BrunaBrito.pdf. Acesso em 7 set 2016.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O Costureiro e sua Grife: contribuição para uma teoria da magia. In.: BOURDIEU, Pierre. **A Produção da Crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre, RS: Zouk, 2008, p. 113-190.

BUTLER, Judith. Performative acts and gender constitution: an essay in phenomenology and feminist theory. **Theatre Journal**, The Johns Hopkins University Press, v. 40, dez. 1988, p. 519-531. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/3207893>. Acesso em 6 ago. 2009.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

_____. The craft consumer: culture, craft and consumption in a postmodern society. **Journal of Consumption Culture**, v. 5, ed. 1, p. 23-42, mar. 2005.

CARROLL, Lewis. **Alice's Adventures in Wonderland and Through the Looking-Glass**. Nova York: Barnes&Noble Classics, 2004.

COOMBES, Kimberlee. Consuming Hello Kitty: Saccharide Cuteness in Japanese Society, Dissertação de Mestrado defendida na Wellesley College, Honor Thesis Collection. 2016. Disponível em repository.wellesley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1527&context=thesiscollection. Acesso em 20 jun. 2016.

DEBERT, Guita Grin. A dissolução da vida adulta e a juventude como valor. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 16, n. 34, p 49-70, jul./dez. 2010.

DUMONT, Louis. **O individualismo**: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura Global: Introdução. In:_____ (org.). **Cultura global**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999, p. 7-22.

FOUCAULT, Michel. **A história da sexualidade**: o cuidado de si. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

GAGNÉ, Isaac. Urban Princesses: performance and “women’s language” in Japan’s Gothic/Lolita subculture. **Journal of Linguistic Anthropology**, American Anthropological Association, vol. 18, n. 1, p 130-150, 2008.

GODART, Frédéric. **Sociología de la moda**. Buenos Aires: Edhasa, 2012.

GOFFMAN, Ervin. **Gender Advertisements**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1979.

HANNERZ, Ulf. Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. **Mana**, Rio de Janeiro, vol. 3, n. 1, p. 7-39, apr. 1997. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93131997000100001&lng=en&nrm=iso. Acesso em 27 out. 2016.

LEWGOY, Bernardo. A invenção da (ciber)cultura: visualização, aura e práticas etnográficas pós-tradicionais no ciberespaço. **Civitas**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 185-196, maio/ago. 2009.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Etnografia como prática e experiência. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p. 129-156, jul./dez. 2009.

_____. A antropologia urbana e os desafios da metrópole. **Tempo soc.**, São Paulo , v. 15, n. 1, p. 81-95, apr. 2003. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702003000100005&lng=en&nrm=iso. Acesso em 26 nov. 2016.

MILLER, Daniel. Por que a indumentária não é algo superficial. In.: _____. **Trecos, Troços e Coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013, p. 21-65.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre , v. 10, n. 21, p. 41-65, junho 2004. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832004000100003&lng=en&nrm=iso. Acesso em 26 nov. 2016.

MONDEN, Masafumi. Transcultural Flow of Demure Aesthetics: examining cultural globalisation through Gothic & Lolita Fashion. **New Voices**, Sydney, v. 2: p. 21-40, 2008. Disponível em www.jpf.org.au/newvoices. Acesso em 8 set. 2016.

NABOKOV, Vladimir. **Lolita**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

_____. **Moda e revolução nos anos 1960**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2014.

RAMOS, Alexandre Pinheiro; RAMOS, Helena Vieira de Souza. Estratégias de aquisição e sociabilidades no consumo da moda japonesa Lolita no Brasil. XVII Congresso Brasileiro de Sociologia, 20 a 23 de julho de 2015, Porto Alegre (RS).

SAULQUIN, Susana. **La muerte de la moda, el día después**. Buenos Aires: Paidós, 2010.

SEGATA, Jean. A etnografia como promessa e o “efeito Latour” no campo da cibercultura. **Ilha**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 69-87, ago./dez. 2014.

SIMMEL, Georg. A divisão do trabalho como causa da diferenciação da cultura subjetiva e objetiva (1900). In.: SOUZA, Jessé; ÖELZE, Berthold (org.). **Simmel e a modernidade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2014.

_____. A metrópole e a vida mental. In.: VELHO, Otávio Guilherme. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973, p. 11-25.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda do século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

TAYLOR, Charles. **A ética da autenticidade**. São Paulo: É Realizações, 2011.

_____. **Sources of the self: the making of the modern identity**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2001.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

WINGE, Theresa. Undressing and Dressing Loli: a search for the identity of the Japanese Lolita. **Mechademia**, v. 3, p. 47-63, 2008.

ZAMBRINI, Laura. Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo. **Revista de Estudios de Género Normadías**, Santiago (Chile): Universidad Nacional de Chile, n. 11, p. 130-149, 2010.