

ANÁLISE TRIDIMENSIONAL DA PERFORMANCE AMBIVALENTE DE PABLO VITTAR NA CAPA DA VOGUE

Three dimensional analysis of Pablo Vittar's ambivalent performance on the cover of vogue

Resumo: Buscando uma articulação entre moda e diversidade de gênero, a capa da edição de outubro de 2021 da Vogue, que será examinada neste artigo, traz Pablo Vittar, primeira drag queen a ser fotografada para um cover de uma das revistas mais importante do mundo da moda. Para além da representatividade queer histórica que a performance da popular cantora representa, buscamos investigar em que medida essa performance produz um discurso colonial e de consumo que o Rainbow-washing, prática cada vez mais comum na moda.

Palavras-chave: Diversidade, decolonial, consumo.

Abstract: Seeking an articulation between fashion and gender diversity, the cover of the October 2021 issue of Vogue, which will be examined in this article, features Pablo Vittar, the first drag queen to be photographed for a cover of one of the most important magazines in the fashion world. . In addition to the historical queer representation that the popular singer's performance represents, we seek to investigate to what extent this performance produces a colonial and consumer discourse that Rainbow-washing, an increasingly common practice in fashion.


Keywords: Diversity, decolonial, consumption.

Introdução

A diversidade de gênero é uma pauta que a sociedade brasileira tem se deparado e experienciado nos últimos tempos. O crescimento dos movimentos LGBTQIA+ é notório e a presença do pensamento queer no Brasil é um fato, apesar das diversas críticas que a teoria vem recebendo.

Por sua vez, é preciso entender a moda como um fenômeno cultural potente e capaz de ser palco de diversas narrativas e performances que traduzem a forma como determinada sociedade se organiza e vive. Compreender também como o ato de se vestir está impregnado de capital simbólico e como a moda tem um papel fundamental na construção identitária do ser humano.

Nesse contexto, a articulação proposta pela revista entre moda e diversidade de gênero vai muito além de uma narrativa a respeito da representatividade da categoria das drag queens, travestis



e transgêneros. Existem muitas camadas discursivas que podem ser descobertas e problematizadas ao analisar tal articulação.


Nesse sentido, o objeto deste estudo é a capa da edição de outubro com a artista Pablllo Vittar da revista Vogue Brasil que produz uma performance ambivalente com um discurso mais óbvio sobre a já mencionada diversidade de gênero e outros não tão óbvios como a colonialidade da moda queer brasileira e o próprio estímulo ao consumismo desenfreado de artigos de moda, fortalecendo desta forma a ocorrência de um fenômeno relativamente novo, o Rainbow-washing, prática em que empresas se apropriam do discurso da diversidade de gênero como mais uma ferramenta de marketing para alcançar as suas metas de vendas e lucro.

Importante destacar que alguns autores foram fundamentais no desenvolvimento deste trabalho. A contribuição de Gilles Lipovetsky (2019) e Lars Svendsen (2010), autores com uma perspectiva mais filosófica sobre a moda, foi essencial para esse artigo. Já Monique Wittig (1982), Judith Butler (2021) e Larissa Pelúcio (2014) contribuíram para compreensão da origem do pensamento queer e da sua chegada, recepção e críticas no Brasil. Rita Segato (2021) e Aníbal Quijano (2005) fundamentaram toda a análise decolonial da moda queer brasileira. A autora brasileira Lilyan Berlim (2016), por sua vez, foi o aporte acadêmico quando foi abordado a questão da moda sustentável e da problemática do consumo desse segmento.

1. Dimensão de gênero: Queer X Moda

A moda é um dos fenômenos culturais mais influentes na civilização ocidental desde o século XIV. Desde a modernidade, ela está presente em praticamente todas as áreas de consumo e a sua lógica também penetra na arte, na política, e até mesmo na ciência. Fica evidente que estamos falando de um fenômeno potente e que de alguma forma está no centro do mundo contemporâneo. Ela influencia o comportamento da maioria das pessoas em relação aos outros e a si mesmas, ou seja, está diretamente relacionada à busca pela formação da identidade.

Por isso, estudar a moda é compreender a história de um povo, de uma sociedade. Ela pode ser entendida como uma fotografia de um tempo, mas sempre à procura do novo, de algo diferente.




O desejo e o efêmero tornaram-se, em menos de meio século, os fundamentos organizadores da vida coletiva moderna. A dinâmica da moda afeta e é afetada por muitos aspectos como a economia, a política, a organização social, as tradições, crenças, costumes e todo e qualquer movimento cultural.

Nesse sentido, considerando a potência desse fenômeno e o momento atual em que vivemos, a sociedade tem testemunhado um movimento, ou melhor, um discurso que atravessa o universo da moda e que traduz o nosso tempo presente: a diversidade de gênero e sua representatividade. A pauta hoje vai muito além da luta feminista. O movimento LGBTQI+ e mais recentemente a Teoria Queer tem disputado os milhões de cliques no universo midiático e espaço no ambiente acadêmico.

Vale destacar que esses discursos são relativamente recentes considerando toda a existência da moda. Os questionamentos sobre o que foi denominada heterossexualidade compulsória surgiram na década de 1980. Até então, os movimentos feministas estavam centrados em discussões sobre o patriarcado, o próprio capitalismo como um sistema de opressão das mulheres e o racismo para citar alguns. Monique Wittig, feminista do movimento lésbico, foi uma das primeiras autoras que tencionaram a estabilidade da categoria “mulher” e questionou a heterossexualidade enquanto instituição política.

Na década seguinte, já com todos esses questionamentos sobre o binarismo: homem x mulher, surge então uma nova teoria com a promessa de subverter a identidade e tudo que até o momento falava sobre identidade de gênero: a Teoria Queer. Judith Butler, uma das principais pensadoras e considerada uma das fundadoras desse pensamento, questionou a ordem compulsória e linear: sexo/gênero/desejo. Para a filósofa, não só o gênero é um construto social, mas o próprio sexo nada tem de natural e/ou biológico, uma vez que ele é definido como por meio de um discurso social. Para Butler, o gênero não está para a cultura como o sexo está para a natureza: ele também é o meio discursivo/cultural pelo qual “a natureza sexuada” ou “um sexo natural” é produzido e estabelecido como “pré-discursivo, ou seja, anterior a cultura (BUTLER, 2021).

Muito mais do que desejar impor algum pensamento ou uma teoria pronta e aplicável, Butler propõe um questionamento radical das normas de gênero como uma forma de ganhar uma potência



política por meio de alianças entre todos aqueles que estão à margem e são oprimidos pelo sistema da *cisheteronormatividade* (em especial os transsexuais, drag queens, os travestis e não binários), e que tem no topo desse mecanismo o homem, branco, cisgênero e heterossexual. Um conceito que é imprescindível para a filósofa e para esse artigo é a performatividade, formulado por Butler que explica como esses atos reiterados praticados pelos corpos são os responsáveis por produzirem o gênero. E ela segue questionando:

Seria a drag uma imitação de gênero, ou dramatizaria os gestos significantes mediante os quais o gênero se estabelece? Ser mulher constituiria um fato “natural” ou uma performance cultural, ou seria a “naturalidade” constituída mediante atos performativos discursivamente compelidos, que produzem o corpo no interior das categorias de sexo e por meio delas? (BUTLER, 2021, p. 9)

Para o pensamento queer ser é um eterno estado de devir, de fluidez, de movimento. O gênero é construído por meio desta performatividade que dialoga com a performance, mas que para Butler são conceitos que não se confundem. Nesse sentido, a categoria drag queen é muito preciosa para o pensamento queer uma vez que ela subverte a normatividade da identidade de gênero desalinhando a continuidade da ordem: sexo/gênero/desejo com sua performance e com sua performatividade.

Importante mencionar que atualmente existem discordâncias sobre muitos pontos da teoria queer no Brasil, mas precisamente a necessidade de uma crítica bastante cuidadosa numa perspectiva decolonial que iremos tratar mais adiante nesse estudo.

O fato é que na moda brasileira a teoria queer já chegou. Nem sempre de uma forma explicitamente declarada, mas a subversão de identidade feminina é inegável. O objeto deste artigo é exatamente a edição de outubro de 2021 da Vogue que traz na capa da revista Pablllo Vittar, a cantora e compositora drag queen mais popular do Brasil e do mundo, segundo a Forbes.




Figura 1: Capa da Vogue, edição outubro de 2021



Fonte: <http://vogue.globo.com>

Eleita em 2019 pela revista Times uma das líderes da próxima geração e única brasileira entre as 10 estrelas ascendentes que estão mudando o mundo da política, esporte e moda, Pabllo Vittar é um fenômeno da indústria pop brasileira e do cenário internacional.

A drag queen ganhou popularidade em 2015 com o *extended play* (EP) de estreia “Open Bar” que alcançou quase 75,5 milhões de visualizações, segundo consulta ao Youtube em 15/06/2022.

“Vai passar mal” foi o primeiro álbum da artista, de produção original e produzido de forma independente e lançado em 2017. O CD foi premiado pela Sony Music por ter alcançado 420

milhões de reproduções em *streaming* [transmissão] de áudio e vídeo, segundo matéria da revista *Capricho* (2017) e desde então a drag queen coleciona sucesso.


Na televisão, foi a vocalista da banda do programa *Amor & Sexo*, apresentado por Fernanda Lima na Rede Globo nos anos de 2016 e 2017. Sua performance garantiu um maior espaço no universo midiático nacional.

Atualmente foi a primeira drag queen a se apresentar no Coachella, um dos maiores festivais de música que aconteceu em fevereiro de 2022 na cidade de Indio, no deserto da Califórnia. “Vamos fazer história essa noite”, disse a brasileira antes da sua apresentação. Não há dúvidas que Pablló Vittar é uma das mais importantes e famosas celebridades no cenário da cultura pop nacional e internacional e por isso não poderia ficar de fora do universo da moda.

Para os movimentos LGBTQIA + ter a artista, que foi considerada pela revista *Time* umas das mais poderosas porta-vozes desse movimento, estampada em uma das principais capas de revistas de repercussão nacional é uma grande conquista. Esse fato, coloca toda a comunidade, especialmente as drag queens, trans e travestis, numa posição de protagonismo no cenário da moda nacional. Essa categoria, que durante muito tempo foi deixada à margem, agora está no centro das atenções, expondo a sua sexualidade e performatividade, inclusive impulsionando um mercado milionário que é o segmento do vestuário.

Essa representatividade exercida por Pablló Vittar é uma prova da potência do pensamento queer enquanto instrumento político, porque possibilita que essas vozes sejam ouvidas por mais pessoas e que a luta por direitos e pela própria sobrevivência das pessoas LGBTQIA + ganhe mais amplitude e força.

Nesse contexto, Pablló Vittar, para além de uma artista drag queen, cantora, compositora e performer, é também uma das garotas propagandas de produtos voltados para o público feminino mais disputadas pelas grandes marcas brasileiras. Mas o que parece ser mais representativo ainda é o fato da drag queen ter se tornado uma das maiores “marcas” brasileiras, capaz de representar o Brasil mundo afora.




2. Dimensão decolonial: Queer & Moda “importadas”?

O pensamento queer chegou ao Brasil com essa nomenclatura no início do século XXI. O meio acadêmico foi a porta de entrada da teoria, principalmente através da obra de Judith Butler. Segundo Larissa Pelúcio, desde que aportou no Brasil, a teoria queer tem sido seguida, criticada, contestada e pouco problematizada em suas implicações epistemológicas mais profundas e ainda são poucas as discussões que procuram pensar nas contribuições no contexto específico brasileiro, no qual as categorias de gênero, sexualidade, raça/etnia, se interconectam de maneira singular, configurando experiências muito distintas daquelas discutidas por autores e autoras estrangeiros filiados a esta correntes.

Entendido como uma teoria de fora, e o que é pior, dos Estados Unidos, muitos acadêmicos foram criticados por usar os estudos queer para analisar a realidade brasileira, pois entendiam que isso, de alguma forma, perpetuava o nosso status de reféns do colonialismo ou até do imperialismo americanos.³

Ademais, é preciso compreender o conceito de colonialidade, uma dinâmica de poder/saber presente até hoje e que, de acordo com Aníbal Quijano, nada mais é do que continuação do processo de colonização no período pós-colonial. Para o autor, para entender o sistema-mundo das sociedades pós-coloniais é preciso considerar que essa dinâmica colonial ainda persiste. O eurocentrismo é apontado como um dos cernes deste sistema que possui dois grandes atores que continuam a perpetuar as relações de poder mesmo após a descolonização. São eles: O Norte Global (dominador) e o Sul Global (dominado). Ou seja, ainda existe uma opressão entres esses blocos que podem ser entendidas pelo próprio conceito de colonialidade e que se estende em todos as esferas da sociedade, seja na política, na economia, raça, sexo, gênero, arte, ciência, produção de conhecimento e cultura.

Nesse sentido, o pensamento queer tem recebido diversas críticas que apontam para uma necessidade de decolonizar a teoria para melhor entendê-la e/ou aplicá-la no Brasil. Será que é possível olhar para a nossa sociedade com as mesmas lentes que os estadunidenses olham para a sua? A dinâmica política, econômica e social é diferente. É preciso tencionar, questionar, criticar



esses conhecimentos que vêm do exterior e por isso intrinsecamente já estão impregnados desses mecanismos de poder opressor.

Nessa mesma linha de raciocínio decolonial, para compreender melhor a performance da artista Pablllo Vittar na capa da revista Vogue, é preciso analisar alguns aspectos dessa imagem de moda e o contexto em que ela foi produzida e está inserida.


Primeiramente, é preciso destacar a posição que a Vogue ocupa no mercado brasileiro e internacional e a sua origem, para claramente perceber a existência de uma forte ligação, de certa forma, colonial.

Desde seu lançamento na cidade de Nova York, em 1892 o então jornal semanal Vogue já tinha o objetivo de alcançar a audiência de mulheres da alta sociedade abordando temas como moda, vida mundana e o design.

A repercussão do jornal foi tamanha que em 1909 foi adquirida pelo grupo Condé Nast Publications e logo em sua primeira edição foi colocado à mostra os vestidos que eram usados pelas mulheres mais ricas dos Estados Unidos, reforçando o tema principal abordado pelas edições e consolidando a Vogue como uma revista que representava os padrões onde mulheres de todo o mundo poderiam ver e tomar para si quais eram as tendências do que era considerado glamuroso, transformando a moda em objeto de desejo até que na década de 1960 ganhou o status de Bíblia da moda ocupando o lugar de publicação ícone, com importante impacto no jornalismo e na cultura em geral.

Em 1916 a revista começa a ser globalizada, primeiro com a publicação na Inglaterra depois, em 1920 com uma edição francesa que contou com a contribuição de diversos profissionais oriundos de escolas de artes o que definitivamente contribuiu para tornar Vogue um símbolo mundial de moda, requinte e sofisticação. Em 2007 a Vogue já estava presente em 10 países com publicação própria e licenciada em outros 13 países sendo um deles o Brasil.

Hoje a revista é uma das referências de moda no Brasil. Porém, é possível perceber que boa parte do seu conteúdo está articulado com o modo de fazer moda americanizado e eurocentrado.




Aparentemente podemos pensar que há uma Vogue brasileira, mas o que na prática existe é um padrão que é replicável aqui no país com a ingênua crença de que se trata de uma revista autenticamente brasileira. Até que ponto a publicação licenciada tem liberdade para pensar e fazer a moda local?

Além de estar posando numa revista que tem um certo padrão editorial americano, Pablllo Vittar veste peças da marca de luxo italiana Gucci e toda a sua produção de maquiagem e cabelo seguem os padrões de estéticos europeus e estadunidenses. Até mesmo o fundo clean, minimalistas, com ausência de outros signos como fundo do editorial desta capa, também pode ser considerado algo bastante simbólico, visto que dessa forma evidencia exclusivamente o glamour do look da marca italiana que por si só já denota luxo, sensualidade e desejo. Por sua vez, mesmo que representando uma marca estrangeira, a artista performa a sua verdade, na pose para a capa ela se abraça de forma sensual e expondo as suas diversas tatuagens e toda a sua expressão corporal expressa essa sensualidade, inclusive a do seu rosto com os lábios entreabertos e um olhar sedutor. A performance corporal é impecável.

Entretanto, nessa proposta de analisar a dimensão decolonial pretendo demonstrar como o discurso produzido pela imagem de Pablllo Vittar na capa da Vogue, uma revista estadunidense, vestindo um look de uma marca de luxo italiana, em certa medida constrói uma imagem “importada” e de desejo de consumo intimamente ligado com a percepção de moda estadunidense e europeia, e dessa forma, o que é pensado, criado, desenvolvido e produzido aqui no Brasil é claramente preterido.

É necessário questionar por que Pablllo Vittar não está representando uma marca de moda brasileira, numa revista brasileira e dessa forma, dando voz a designers nacionais, num veículo de mídia nacional? Uma possível hipótese: a artista veste Gucci para manter essa estrutura da colonialidade onde o Sul Global sempre deseja ser um mais “europeu” e/ou “americano” que brasileiro. Ou para que a estrutura desigual do universo da moda que hoje é ditado e comandado pelo Norte Global continue sendo seguido pelo Sul Global, percebido como um mero seguidor e não produtor autêntico.




3. Dimensão consumo: RAINBOWN-WASHING

Moda e Sustentabilidade é uma dicotomia que tem sido objeto de críticas, de estudos e de pesquisas nos últimos anos. Se por um lado a moda é um fenômeno cultural que pode ser concebido como um capital simbólico e que acima de tudo é atravessado por diversos aspectos como a política, a economia, a arte, a organização social, as crenças, o gênero e a cultura. Por outro, essa indústria complexa e que possui uma cadeia produtiva extensa e heterogênea é a própria expressão do capitalismo que ao longo dos últimos dois séculos tem causado graves impactos negativos e muitos deles irreversíveis para o meio ambiente.

Nesse contexto, a discussão sobre sustentabilidade ganhou na segunda metade do século XX uma proporção global sendo uma das principais agendas das Organizações das Nações Unidas (ONU). Em 2015, propôs aos seus países membros a Agenda 2030, composta pelos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que tem como objetivo assegurar um esforço coletivo e global a fim de combater as mudanças climáticas, entre outros aspectos urgentes como a igualdade de gênero. O Brasil é um dos signatários e assumiu esse compromisso junto às demais nações.

Para a indústria têxtil, o ODS 12 Consumo e Produção Responsáveis é um dos objetivos que mais influenciam as estratégias das empresas em busca de soluções para os seus desafios. Além disso, nas últimas décadas, esse segmento tem sido pressionado tanto pelo mercado financeiro quanto pelos consumidores a adotarem práticas mais sustentáveis, conhecidas como ESG (governança ambiental, social e corporativa), principalmente depois de ter ido à tona alguns desastres como o desabamento do Ranha Plaza, em Bangladesh que deixou 1.134 vítimas.

Transparência, ética, consciência ambiental, diversidade de gênero e responsabilidade social têm sido valores fortemente exigidos das empresas. Entretanto, na busca por soluções rápidas o que ocorre muitas vezes são ações aparentemente sustentáveis que são nada menos que pura estratégia de marketing. São empresas dizendo que usam matérias de origem sustentáveis na fabricação de suas roupas, quando na verdade essas peças supostamente sustentáveis não representam nem a




metade das coleções disponíveis nas lojas. Esse fenômeno ficou conhecido como Greenwashing, ou seja, a utilização falsa do discurso da sustentabilidade para simplesmente vender mais.

No contexto da diversidade de gênero, muitas marcas brasileiras já se posicionam em relação a essa narrativa e dizem apoiar o movimento LGBTQIA + e a sua luta. É possível claramente perceber esse fato em junho, mês que se comemora o Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA +. As vitrines estão repletas de artigos produzidos especificamente para esse público que se sente representado. As principais magazines do país lançam coleções comemorativas e específicas especialmente para esse segmento. Mas qual delas de fato está promovendo uma inclusão social dentro das suas empresas, especialmente das travestis, transexuais e drag queens?

Fazendo uma analogia com o Greenwashing, o que existe de fato é o Rainbow-washing, prática de empresas que se dizem apoiar os movimentos LGBTQIA+, mas que na verdade nada mais é do que uma estratégia de marketing e de venda com o objetivo principal de por meio dessa apropriação da narrativa da diversidade de gênero lucrar e lucrar.

Diante do contexto, e analisando a dimensão do consumo da performance de Pabllo Vittar no editorial da capa da revista Vogue, cabe uma problematização um pouco mais profunda que vai além da diversidade de gênero e representatividade queer. Se por um lado, ter uma drag queen é simbólico e importante para o movimento, de outro estimula mais ainda a ocorrência do Rainbow-washing, uma vez que coloca ainda mais essa pauta em evidência. Falar e apoiar essas questões virou moda, ou seja, todo mundo precisa falar sobre e usar essa narrativa para poder estar antenado.

Em outras palavras, apesar da bandeira LGBTQIA + parecer estar sendo mais levantada por mais marcas e mais presente nesse universo da moda, a potência do discurso fica num plano apenas publicitário, superficial, raso e só na aparência. As mudanças reais não estão acontecendo. Muito pelo contrário. O capitalismo continua tendo como único objetivo o lucro e não está nem um pouco interessado em mudanças sociais profundas. As desigualdades estão cada vez mais acirradas, principalmente aqui no Sul Global.




Nesse sentido, o Rainbow-washing pode ser entendido como um fenômeno que vai de encontro com a transparência, a ética e a sustentabilidade, uma vez que, além de não ser verdadeiro quanto às suas reais motivações, é também mais uma forma de estimular um consumo não pensado e impulsivo.

Audre Lorde, uma das pioneiras do feminismo interseccional, já afirmava que é preciso criar as próprias formas de combater as diversas opressões sejam as de raça, de gênero e as de classes sociais. E que todas as formas de opressão estão inter relacionadas. Lorde, foi uma visionária ao propor essa inter-relação entre vários marcadores sociais como raça, gênero e classes sociais uma vez que não podemos deixar de analisar criticamente a situação de opressão de alguns grupos marginalizados. É preciso questionar, tencionar, problematizar, complexificar, no caso deste artigo, a performance em questão para entender tudo o que está por trás desse discurso e até que ponto o movimento LGBTQIA + precisa de uma revista americana e uma marca italiana para travar a sua luta. Cito um trecho de uma entrevista de Lorde que traduzem o último argumento:

Pois as ferramentas do senhor nunca derrubarão a casa-grande. Elas podem possibilitar que os vençamos em seu próprio jogo durante certo tempo, mas nunca permitirão que provoquemos uma mudança autêntica. (LORDE, 2019, p 139)

Dessa forma, fica evidente como o capitalismo cooptou a marca Pablló Vittar e a usa para seus objetivos comerciais e até imperialistas, uma vez que por meio da imagem da artista marcas internacionais, especialmente estadunidenses e europeias, se beneficiam e asseguram uma boa fatia do mercado brasileiro.

Diante do exposto, na dimensão consumo, fica claro que o discurso implícito na capa da revista Vogue com a drag queen Pablló Vittar está diretamente conectado com uma narrativa de consumo, que por sua vez, precisa ser problematizado para que novas formas de saber/fazer a moda surjam de uma forma autenticamente inclusiva, mas também sustentável. É preciso voltar o olhar para dentro do nosso país, valorizando sim nossos artistas, em especial os que são marginalizados desse cenário, mas também de marcas e revistas que estejam comprometidas com os saberes locais e mais sustentáveis.



Considerações finais


Como já dito aqui nesse artigo é inegável o impacto positivo social e representativo da performance da artista Pablllo Vittar estampada na capa da edição de outubro de 2021 da Vogue, revista de alta circulação e de grande repercussão no cenário brasileiro da moda. Considerando a chegada da teoria queer no Brasil no início desse século, principalmente pela Obra da filósofa Judith Butler, é no mínimo histórica a performance que a artista drag queen brasileira conseguiu e que colocou a comunidade LGBTQIA + no protagonismo da moda brasileira.

Por outro lado, é necessário fazer uma análise decolonial dessa performance e dessa forma problematizar alguns pontos fundamentais presentes nas imagens dessa capa de revista, objeto desse estudo, que são o fato da revista ser de origem estadunidense e toda a produção de moda seguir um padrão eurocêntrico, uma vez que todo o look da artista é da marca de luxo italiana Vogue. Novamente, mais em exemplo, de como esses padrões de comportamento do Norte Global continuam sendo referência para nós brasileiros do Sul Global.


Já na dimensão do consumista, ficou evidente que a performance da drag queen produz um discurso de desejo de consumo, onde o desejo por produtos de moda por esse segmento de mercado, é estimulado, contribuindo dessa forma para um fenômeno conhecido como Rainbow-washing, prática exercida por muitas marcas de moda que usam da bandeira LGBTQIA+ para vender produtos para esse segmento, sem nenhum engajamento real na inclusão social dessas pessoas nas suas empresas.

Após essa análise tridimensional da performance ambivalente da artista Pablllo Vittar na capa da edição de outubro de 2021 da revista Vogue, foi possível desvendar as diversas camadas discursivas que estão implícitas nessa imagem de moda. Não podemos ignorar a força do capitalismo que de uma forma muito inteligente e despercebida apropria as narrativas mais lucrativas em prol do seu único objetivo que é capitalizar.

Por outro lado, ninguém está imune às forças desse sistema. O que nos resta é tentar exercer o nosso olhar crítico e na medida do possível problematizar certos discursos utilizados especialmente no universo da moda, um ambiente tão efêmero e tão sedento por novidades.



Referências:

- BERLIM, Lilyan (2016). *Moda e Sustentabilidade - Uma reflexão necessária*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- BUTLER, Judith (2021). *Problemas de Gênero- Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2021.
- COLLING, Leandro (2015). Quatro dicas preliminares para transar a genealogia do queer no Brasil. Em Berenice, Bento e Vladimir, Antonio (eds). *Desfazendo gênero: Subjetividade, cidadania, transfeminismo*, Natal: Edufrn.
- ELMAN, Débora. *Jornalismos e estilos de vida: o discurso da revista Vogue*. Porto Alegre: Mar, 2008.
- GOMES, Pedro Paulo Pereira (2015). Queer decolonial: quando as teorias viajam. *Contemporânea*, 5(2), 411–437
- LIPOVETSKY, Gilles (2019). *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- LORDE, Audre (2019). *Irmã Outsider*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.
- PELÚCIO, Larissa (2014). Traduções e torções ou o que se quer dizer quando dizemos queer no Brasil? *Periódicos*, 1(1), 68.
- QUIJANO, Aníbal (2005). *Colonialidade do poder, Eurocentrismo e América Latina*. Buenos Aires: CLACSO, 2005.
- SEGATO, Rita (2021). *Crítica da colonialidade em oito ensaios e uma antropologia por demanda*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2021.
- SVENDSEN, Lars (2010). *MODA - Uma filosofia*. 1^a edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- WITTIG, Monique (1992 [1982]). [O Pensamento Hetero](#). *The Straight Mind and Other Essays*.
- <https://capricho.abril.com.br/entretenimento/pablo-vittar-recebe-placa-comemorativa-por-sucesso-em-streaming/>. Acesso em 30/06/2022.
- 

<https://blog.cielo.com.br/dicas-e-historias-de-sucesso/pink-money-o-que-e/> Acesso em 13/06/2022.

<https://istoe.com.br/queria-agradecer-em-quem-acreditou-numa-crianca-viada-nordestina-diz-pablo-vittar/>. Acesso em 25/06/2022.

<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2022/04/18/pablo-vittar-faz-historia-como-a-primeira-drag-queen-a-se-apresentar-no-coachella.ghtml> Acesso em 15/06/2022.

<https://istoe.com.br/queria-agradecer-em-quem-acreditou-numa-crianca-viada-nordestina-diz-pablo-vittar/> Acesso em 15/06/2022.

