

CABELOS, PELOS, FRANJAS E PENTEADOS: O CAPILAR COMO MATERIALIDADE DE CONSUMO NOS ESPAÇOS DE MODA

Hair, fur, fringes and hairstyles: hair as a material consume in fashion places

Zarpellon, Jaqueline; Mestre; SENAC/SP; CPS/PUC-SP, jackiezarpellon@gmail.com¹
Demetresco, Sylvia; PhD, sylvia@vitrine.com.br²

Resumo:

Este trabalho traz uma investigação de como se apresentaram as principais tendências de usos dos cabelos, pelos e franjas na Moda, Consumo e Design em desfiles de marcas, exposições e editoriais. O objetivo da pesquisa é analisar as estratégias adotadas por esses discursos ao apresentar as suas categorias de expressão e conteúdo através da plasticidade capilar e seus formantes com todas as suas variações como as franjas construindo modos de se fazer a Moda.

Palavras chave: cabelo; consumo; fetiche; semiótica.

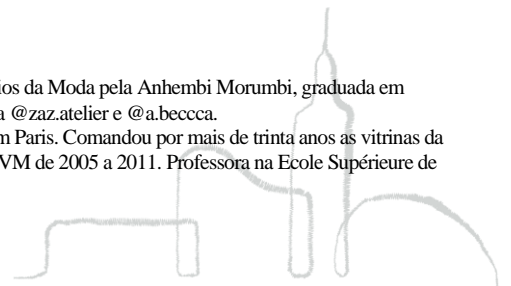
Abstract:

This paper investigates how the main trends in the use of hair, hairs and bangs in fashion, consume and design have been presented in brand shows, exhibitions and editorials. The aim of the research is to analyze the strategies adopted by these discourses in presenting their categories of expression and content through hair plasticity and its formants with all their variations, such as bangs, constructing ways of doing fashion.

Keywords: hair; consume; fetiche; semiotics.

¹ Mestre em Comunicação e semiótica pela PUC/SP, especialista em Retail Design pelo IED/SP, especialista em Negócios da Moda pela Anhembi Morumbi, graduada em Administração de Empresas pela FAE/PR, professora titular da graduação de moda do Senac/SP, designer de produtos da @zaz.atelier e @a.becca.

² Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP; pós-doutora em Semiótica no Instituto Universitário da França, em Paris. Comandou por mais de trinta anos as vitrinas da marca da empresa Relógios Rolex, de 1972 a 2002. Responsável pela montagem da primeira loja da Loja Natura Paris e VM de 2005 a 2011. Professora na Ecole Supérieure de Visual Merchandising, na Suíça de 2004 a 2014; Editora da revista internacional INSPIRATION, Suíça durante 20 anos.



Introdução

Este trabalho tem como objetivo investigar as principais tendências de uso de cabelos, pelos e franjas na moda, consumo e design, destacando sua presença em desfiles, exposições e editoriais globais. A pesquisa busca analisar as estratégias discursivas por meio da plasticidade capilar e suas variações, como franjas e pelos, que constroem diferentes modos de fazer moda. A metodologia adotada baseia-se na semiótica plástica e discursiva, analisando os significados lexicais e simbólicos desses elementos, especialmente no contexto francês, onde "pelo" assume múltiplas conotações linguísticas. O referencial teórico inclui a semiótica francesa e as estratégias discursivas aplicadas à moda, explorando as materialidades capilares como elementos expressivos e estruturantes.

Corpo do Texto

Este trabalho traz uma investigação de como se apresentaram as principais tendências de usos dos cabelos, pelos e franjas na moda, no consumo e no *design* em desfiles de marcas, exposições e editoriais ao redor do mundo. O objetivo da pesquisa é analisar as estratégias adotadas por esses discursos ao apresentar as suas categorias de expressão e conteúdo através da plasticidade capilar e seus formantes com todas as suas variações como franjas e pelos construindo modos de se fazer a moda.

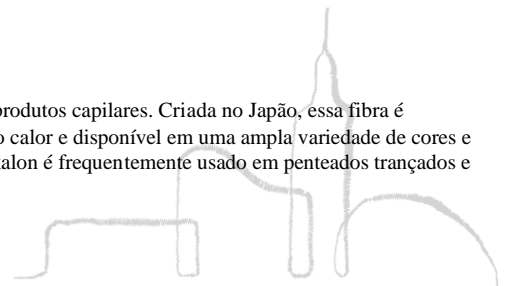
À luz da semiótica plástica e discursiva, o presente artigo também indaga sobre a construção léxica da palavra *pelo* na língua francesa, visto que aos nativos e fluentes há uma peculiaridade de significados entre a palavra *pelo* e a palavra *sorte* e *nu*. Esse trocadilho de linguagem abre possibilidades de apelo publicitário na amplitude de significados e seus humores.

O sistema capilar é parte integrante de corpos de homens e animais e essa corporeidade formante é também objeto da investigação, uma vez que não se dissocia dela, mas a constitui, Materialidades comuns a moda como linho, cânhamo, *kanekalon*³, cabelos e perucas de manequins, nylon, entre outros materiais estão sob constante uso nas temáticas capilares demonstrando as possibilidades de sua plasticidade em produtos e materiais de moda vestível e *visual merchandising*.

Tricophilia by Charlie Le Mindu, na Samaritaine.

Em sua cenografia lançada em fevereiro de 2023, cujo tema é cabelos, Charlie Le Mindu, artista fetichista de cabelo, criou uma cenografia com 42 km de linho, picado, cortado, encordoado, mais mil quilos de linho,

³ Kanekalon é uma fibra sintética amplamente utilizada na fabricação de perucas, extensões de cabelo e outros produtos capilares. Criada no Japão, essa fibra é conhecida por sua textura macia e aparência natural, imitando bem o cabelo humano. Ela é durável, resistente ao calor e disponível em uma ampla variedade de cores e texturas, o que a torna popular tanto na moda quanto em desfiles e performances artísticas. Além disso, o Kanekalon é frequentemente usado em penteados trançados e em apliques, sendo uma alternativa acessível e versátil ao cabelo natural.



cânhamo e *kanekalon*. Todas essas fibras e cabelos ficaram dependurados por toda a escadaria da loja, nos 5 andares, de 15 de fevereiro a 9 de maio 2023.

“As fibras Kanekalon e as fibras naturais transformam a escada em uma obra monumental e exclusiva. Evoluindo, a instalação segue o curso natural do tempo e das estações, desde o estado bruto até a floração, até terminar a colheita” (LeMindu, 2023)

Tricophilia significa fetichismo capilar, que é uma parafilia⁴ relacionada em que o indivíduo se sente atraído por seu próprio corte de cabelo, por cortar o cabelo de outras pessoas, por observar outras pessoas mexendo no seu próprio cabelo ou de outrem. A partir dessa narrativa fetichista, do ver e/ou ser visto manuseando cabelos, Charlie LeMindu se apropriou para construir a exposição de 2023 no *Samaritaine*⁵. Excêntrico e bem humorado, é um artista conhecido na moda tendo colaborado em projetos com marcas como Alexander McQueen, Vivienne Westwood, Lady Gaga, Lana Del Rey.

Figura 1: Charlie Le Mindu no Samaritaine



⁴ Parafilia é um termo usado na psicologia e psiquiatria para se referir a padrões de comportamento sexual caracterizados por desejos e fantasias intensos e persistentes que envolvem objetos, situações ou práticas incomuns. Essas inclinações podem incluir elementos que não fazem parte do comportamento sexual tradicionalmente aceito, como fetiches por objetos inanimados, dor, humilhação ou situações específicas. Algumas parafilias são inofensivas e podem ser praticadas consensualmente entre adultos, enquanto outras podem ser prejudiciais ou envolver atividades ilegais. Exemplos comuns de parafilias incluem fetichismo, voyeurismo, exibicionismo e masoquismo.

⁵ Situa-se no 1er arrondissement, em Paris. Beira de um lado o rio Sena e de outro a rue de Rivoli, um quarteirão que tem 48 mil m². Fechada por 16 anos, de 2005 a 2021. Foi adquirida pelo grupo LVMH e reinaugurada em julho de 2021 (em plena pandemia), com 10 mil m² de loja, mais um hotel, escritórios e uma parte de apartamentos de moradia. Refit realizado pelos arquitetos François Brugel Architectes Associes, LAGNEAU Architectes e a parede ondulada, rue de Rivoli, por Kazuyo Sejima e Ryue Nishizawa.

Fonte: <https://behindthechair.com/articles/tricophilia-charlie-le-mindu-creates-art-with-10000-wigs/>

Com o objetivo de explorar a moda sob a perspectiva do corpo, da beleza e do gênero, ele cria formas inusitadas de expressão usando sobretudo os cabelos. A narrativa da exposição que Le Mindu criou desenvolve um fluxo de análise temporal, em que o cabelo “evolui”. De seu estado cru, com cabelos artificiais, de louro polar ao preto profundo, os cabelos chegam a “floração”, com uma explosão primaveril de flores e tons pastéis nos meados de março e abril do ano exposto, 2023. A colheita se dá em maio quando o visitante do *Samaritaine* poderá sair com uma pequena parte da obra do artista em mãos.

Foram três meses de trabalho com mais de dezesseis pessoas em seu ateliê, todos vestindo uniformes de indústria farmacêutica, fazendo parecer um laboratório químico de criação. Charlie Le Mindu é cabelereiro, fanático pelo uso de cabelos em várias situações e por isso foi chamado pela *Samaritaine* para criar a temática na loja toda, das vitrinas às exposições, passando por *displays*, sempre com cabelos e também com fibras, *kanekalon*, pelos e materiais relacionados com este universo. Das obras dos artistas se fazem presentes vitrinas agigantadas, vitrinas “tirando pelos de cactos”, penteados em cílios gigantes e muitas outras. É também comum em seu trabalho *displayagem* cobertas de fibras.

Construindo sentido com as composições peludas criadas por *Le Mindu* no *La Samaritaine* o espaço da loja também recebeu fotos nus de Helmut Newton, agigantadas, e mobiliário de pelúcia em bancos, luminárias e uma poltrona de lã de carneiro

O anúncio feito pela loja em várias mídias citava *poils* em francês. *Poils* em francês quer dizer pelos. *Du poil* em francês quer dizer sorte. *A poil* em francês quer dizer nú. *Poil* em francês é pelo de animal. Se trata, portanto, de um jogo de palavras que só os francófonos⁶, o que na época fez causar estranheza em outros países. As palavras do vídeo eram: pelos enérgicos, penteados, borrifados, ferozes, fofos, selvagens, livres, longos, leves, coloridos, elegantes, sofisticados, loiros, morenos, lisos, cacheados, estonteantes, elegantes.

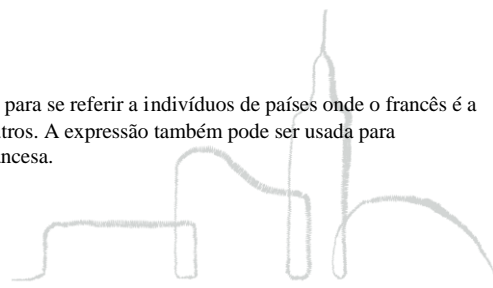
Na mesma época os cabelos eram citados em toda Paris! Pelo/cabelo ...está no ar! Porque será que a moda, a loja, o museu, o jornal, os desfiles falavam e mostravam – “PELOS”?

A revista do mês de março de 2023, *La Gazette du Poil*, jornal que fala sobre como tratar dos seus cabelos, tinha exposta, em sua capa, uma criatura de fantasia de pelos de pelúcia num carrossel em Paris. Fantasia usada no evento da loja *Samaritaine* e também, numa peça de teatro em Berlim.

Museu MAD, “Des cheveux & des poils”!

⁶ São pessoas ou comunidades que falam o francês como língua materna ou de uso corrente. O termo é utilizado para se referir a indivíduos de países onde o francês é a língua oficial ou amplamente falada, como França, Canadá (especialmente em Quebec), Bélgica, Suíça, entre outros. A expressão também pode ser usada para descrever países ou regiões que fazem parte da **Francofonia**, a comunidade internacional de países de língua francesa.

⁷ Cabelos e pelos em tradução livre das autoras.



Exposta no *Museu MAD*, na exposição de 5 de abril a 17 de setembro de 2023, “*Des cheveux & des poils*”! O maior museu de decoração, reconhecido mundialmente se propõe a falar de cabelos, uma temática particular e que passa por vários séculos na história da moda, dos usos e costumes sobre cabelos. Nesta exposição havia imagens de Luiz XIV com suas perucas brancas e sua corte usando o mesmo modelo; outro foco os cabelos com *gumex* para criar ondas fictícias, durante a década de 1930; a fantasia de pelúcia negra que estava na revista *La Gazette du Poil* no carrossel; alguns trajes de artistas tais como Lady Gaga e Rossy de Palma; as vestimentas de Sonia Rykiel, designer francesa que tinha uma enorme cabeleira ruiva e que era reconhecida exatamente por esse mostra seus cabelos ruivos; e muitas outras obras realizadas por cabelereiros, por designers de moda, por ritos selvagens, todos com cabelos/pelos/fibras/perucas, estavam presentes nesta exposição. Usando pelos/pelúcias nas roupas, nas exposições, no mobiliário será que existe uma influência, é o acaso ou está no ar? Surgiram trabalhos de Charlie Lemindu com Philippe Decoufflé cenógrafo – em peças de teatro em Paris e em Berlim.

Figura 2: cenário da exposição “*Des cheveux & des poils*”



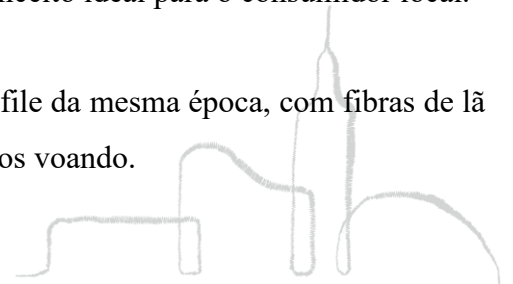
Fonte: <https://www.lescarnetsdigor.fr/post/exposition-des-cheveux-et-des-poils-au-mad-paris>

Unboxing da Valentino

A coleção *Unboxing* da *Valentino* do diretor criativo Pierpaolo Piccioli, usa a desconstrução como base para uma nova construção das vitrinas e da nova coleção com pelos nas roupas e cabelos desfiados. Na sua campanha desta coleção que aconteceu em Paris, Londres, Tokio, Dubai e NY, (primavera/verão 2023) foram chamados designers locais na construção das vitrinas para cada cidade com a mesma temática UNBOXING. Assim cada loja tinha a cenografia exatamente no mesmo tema, mas no conceito ideal para o consumidor local.

Bottega Veneta

Bottega Veneta, no seu desfile de 2024 em Paris e as roupas do desfile da mesma época, com fibras de lã ou algodão esfiapadas, com looks parecendo taturanas ou zebras ou pássaros voando.



Vivienne Westwood

Em seu desfile, cujas roupas estavam presentes na *Samaritaine*, a estilista apresentou modelos que tinham pelos, pelúcias, fios nas roupas e nos cabelos longos, trançados, desfiados entremeando-se às roupas. Aconteceu em Paris do fim de fevereiro ao começo de março de 2023.

Bate cabelo/Brasil

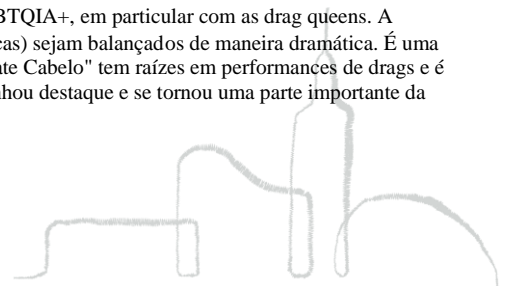
Por fim o extraordinário *Bate cabelo/Brasil*⁸ (2023) show brasileiro do qual Charlie Lemindu participou com os cabelos - ele conta que é uma dança de morte, que aconteceu na Bahia, em maio 2023. Os artistas vão torcendo a cabeça numa dança frenética e os cabelos vão se misturando, torcendo, embaralhando, com os corpos.

Ladeira Porto Geral, São Paulo, capital

Por fim, descendo a Ladeira Porto Geral, na região central de São Paulo, surgem várias lojas de perucas, apliques, tranças coloridas ou nas cores naturais, de vários tipos e estilos, com cabelos reais, com *kanekalon*, e outras fibras, para vestir corpos diversos sujeitos consumidores. Um grande número de loja abastece esse mercado consumidor, indicando que neste começo de 2023 havia algo entre vários países que olhavam os cabelos de formas diferentes, presentes em desfiles, vitrinas, lojas, decoração e cabelereiros. Qual será o motivo? Porque de repente cabelos tomam uma proporção mundial?

A semiótica francesa e plástica do texto sobre a investigação das tendências capilares na moda, consumo e design oferece uma leitura que articula os planos do conteúdo e da expressão na criação de sentidos. A semiótica francesa, particularmente no arcabouço greimasiano, permite examinar os elementos simbólicos presentes no discurso, onde os cabelos, pelos e franjas são tratados como signos que evocam significados ligados ao corpo, à estética e à corporeidade. Aqui, a moda é lida como um sistema semiótico onde o cabelo assume o papel de portador de significação cultural, social e até fetichista, como evidenciado na obra de Charlie Le Mindu. Na semiótica plástica (Oliveira, 2004), que enfatiza os aspectos perceptivos e sensoriais dos objetos, o cabelo, enquanto material maleável e transformável, apresenta-se como um formante visual e tátil. As texturas, cores, volumes e formas são lidas não apenas como elementos estéticos, mas como portadores de significados simbólicos complexos. A cenografia de Le Mindu na La Samaritaine, utilizando materiais como linho, cânhamo e fibras

⁸ O "Bate Cabelo" é uma expressão cultural e performática brasileira, especialmente associada ao universo LGBTQIA+, em particular com as drag queens. A performance envolve movimentos rápidos e enérgicos da cabeça, fazendo com que os cabelos (naturais ou perucas) sejam balançados de maneira dramática. É uma dança intensa, marcada pela fluidez e energia, e que muitas vezes ocorre durante shows de drag ou festas. O "Bate Cabelo" tem raízes em performances de drags e é visto como uma forma de expressão artística, com o objetivo de impressionar o público. No Brasil, a prática ganhou destaque e se tornou uma parte importante da cultura drag, sendo um símbolo de força, liberdade e criatividade.



sintéticas, insere o cabelo no campo da plasticidade, onde a evolução do material, desde o estado bruto até sua "floração", narra uma temporalidade cíclica, remetendo a processos de transformação naturais e artificiais.

A relação entre significante e significado também é explorada no plano linguístico, onde o jogo de palavras envolvendo "*poil*" no francês aponta para a polissemia do signo. A palavra "*poil*" pode significar pelo, sorte ou nudez, criando uma série de trocadilhos que ampliam as camadas de significação e abrem novas possibilidades discursivas, especialmente no campo publicitário. Esse aspecto lexical é relevante na construção de sentidos, pois conecta a materialidade do cabelo a questões culturais e linguísticas específicas, evocando diferentes humores e apelos sensoriais. Além disso, o texto destaca o sistema capilar como parte integrante dos corpos humanos e animais, evidenciando a corporeidade como um elemento fundamental na moda. A moda, assim, não se restringe ao vestuário, mas inclui materiais capilares que, de maneira simbólica, participam da construção de identidades, tanto individuais quanto coletivas. As obras de *Le Mindu* e as referências a designers como *Vivienne Westwood* e *Pierpaolo Piccioli* revelam como o uso de cabelos e fibras pode subverter padrões e criar novas formas de expressão, que dialogam com questões de gênero, beleza e até erotismo. A plasticidade capilar vai além de um simples recurso estético, pois assume um papel semântico. A utilização de pelos, cabelos e fibras artificiais em vitrines e exposições, como na coleção "*Unboxing*" da *Valentino*, exemplifica como o material capilar pode ser desconstruído e reconstruído para gerar novos significados. No desfile da *Bottega Veneta*, por exemplo, os cabelos e as fibras foram estilizados de forma a imitar animais, como taturanas e zebras, sugerindo uma integração entre o natural e o artificial, onde a moda assume uma postura crítica e reflexiva sobre o uso de materiais. Por fim, o texto também sugere que o foco na temática capilar em 2023, presente em desfiles, vitrines e na decoração de lojas, refletindo uma tendência global em que o cabelo assume um papel de destaque como objeto de consumo e fetiche cultural. Eventos como o "*Bate Cabelo*" no Brasil e a exposição "*Des Cheveux & des Poils*" no *Museu MAD* em Paris reforçam essa presença do cabelo como um signo visual e performativo, que articula narrativas corporais e sociais. Assim, sob a ótica da semiótica plástica e discursiva, o cabelo se torna um campo de exploração simbólica, onde a materialidade se transforma em significação, e a moda em uma linguagem visual que dialoga com o corpo e a cultura.



Considerações finais

As descobertas deste estudo revelam o potencial dessa plasticidade como mecanismo de estranhamento e curiosidade. As implicações práticas deste estudo sugerem que as tendências apresentadas se desdobram em diversos tipos de práticas de vida e consumo por todo o mundo. Em conclusão, este estudo demonstra que a construção das tendências se reforça como uma estratégia de consumo para as marcas seguirem cooptando sujeitos consumidores através de suas estratégias de manipulação.

DATAS:

Samaritaine /Paris– fevereiro a maio 2023

Bottega Veneta /Milão e Paris março de 2023

Vivienne Westwood /Londres e Paris - março de 2023

Unboxing Valentino /NY, Paris, Tokio, Dubai, Londres - março/abril 2023

La Gazette du Poil /Paris – março 2023

MAD Paris - abril a setembro 2023

Bate cabelo/Brasil - maio 2023

Referências

TRICOPHILIA: Charlie Le Mindu creates art with 10,000 wigs. *Behind the Chair*, 2023. Disponível em: <https://behindthechair.com/articles/tricophilia-charlie-le-mindu-creates-art-with-10000-wigs/>. Acesso em: 10 set. 2024.

EXPOSITION DES CHEVEUX ET DES POILS AU MAD PARIS. Les Carnets d'Igor. Disponível em: <https://www.lescarnetsdigor.fr/post/exposition-des-cheveux-et-des-poils-au-mad-paris>. Acesso em: 10 set. 2024.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. *Semiótica plástica*. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

GREIMAS, Algirdas Julien. *Sobre a linguagem*. Tradução de Cleusa M. P. Falcão. São Paulo: Editora Perspectiva, 1983.



