

O chapéu-panamá nas ruas cariocas: um ensaio sobre seus significados e usos

The Panama hat in Rio de Janeiro's streets: an essay about its meanings and uses

Caroline Peres Couto

Professora de Sociologia pela Seduc-MT e doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Ppcis-Uerj). Mestra pela Universidade de Montreal, Canadá, é autora do livro O samba serpenteia com o Escravos da Mauá: uma nova perspectiva sobre o porto do Rio de Janeiro (Mórula, 2016).

Resumo

A investigação a respeito do uso do chapéu-panamá, por ser um adereço que se conecta a elementos culturais duradouros, desafiou a pesquisa a se reter sob a “ontologia de profundidade” (MILLER, 2013) no nível discursivo dos entrevistados, e a tensionar as ideias mobilizadas no senso comum com os conceitos antropológicos e arqueológicos correlatos, tais como de personalidade, apresentação de si, função e estilo. A dualidade do símbolo-chapéu permite-o transitar nos imaginários, tanto por um mundo marginal como por um mundo sofisticado, e nos leva a *insights* interessantes para pensar os seus usos e significados produzidos no presente. Além do mais, ancestrais fazendeiros, figuras do cinema e da música, lembrados por seus inseparáveis (e sedutores) chapéus, compõem parte de um repertório memorial bastante ilustrativo, fazendo desse adereço um elemento primordial de passado idílico e, prioritariamente, um símbolo de identidade de universos masculinos.

Palavras-chave: Chapéu-panamá, Masculinidade, Vestimenta, Ontologia de Profundidade, Apresentação de Si.

Abstract

This article develops the concept of civic sensibility to discuss the idea of citizen equality with a focus on Brazil. Referring to demands for respect and consideration or recognition, the text proposes that citizen equality, wherever it takes place, is always modulated by the relation between rights, status and dignity,

shaping local civic sensibilities, characterized by a certain sense of dignified treatment, which does not make the interlocutor inferior in his or her dignity.

Keywords: Conceptions of Equality, Dignity, Civic World, Comparison, Legitimacy.

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho apresenta os resultados de pesquisa desenvolvida em 2011, a qual teve como objetivo identificar elaborações de significados em torno do uso do chapéu do tipo panamá pelos adeptos desse acessório, na cidade do Rio de Janeiro. Provocados pelo retorno expressivo do uso de chapéus nas ruas cariocas, entrevistamos seis homens na faixa dos 30 e 60 anos, que em sua maioria são tão identificados em público pelo uso do chapéu que ficam, aos olhares de alguns, irreconhecíveis sem ele – cabeça e chapéu compõem um todo praticamente indivisível.

Essa relação íntima com o chapéu já fora explicitada, na literatura, por Machado de Assis, que, no final do século XIX, buscava o princípio fundamental que ligaria um homem a esse seu imprescindível acessório: “o chapéu é a integração do homem, um prolongamento da cabeça, um complemento decretado *ab aeterno*; ninguém o pode trocar sem mutilação” (ASSIS, 1884). Para alguns desses homens, o chapéu torna-se extensão do corpo, a moldura do rosto, a cobertura do escasso cabelo, o símbolo da identidade e o complemento da aparência. Com nossas entrevistas, vimos que a relação duradoura entre chapéu e homem tem como consequência uma percepção de amálgama entre ser e objeto nas interações sociais: “pessoal não me reconhece sem chapéu. Se estou sem, me chamam atenção na rua. ‘Ué, esqueceu o chapéu?’”, nos relatou um entrevistado.

Na revisão das teorias antropológicas sobre cultura material, Daniel Miller (2013) nos convida a iniciarmos pela teoria dos objetos para, em seguida, elevar o debate de modo constante “até uma teoria mais rarefeita da objetificação,

e daí até o plano onde alcançamos uma perspectiva a partir da qual já não podemos mais distinguir sujeitos de objetos” (MILLER, 2013, p. 19). O corpo pode ser pensado, conseqüentemente, como um todo artefactual (MIZRAHI, 2014, 2018); corpo e objetos formando uma instância única.

A ligação duradoura com o acessório nos pareceu um ponto norteador, pois essa estabilidade na apresentação de si poderia fazer emergir algumas similitudes entre os casos dos entrevistados. Essa estabilidade, associada à recorrência de seus usos pelos indivíduos, poderia indicar a existência de um “habitat de significado”, tal qual proposto pelo antropólogo Ulf Hannerz (1996). Esse autor sugere a existência de um repertório flexível de significações culturais, um habitat no qual indivíduos operam e com o qual se produzem, ali encontrando recursos para a ação, mas também suas limitações (HANNERZ, 1996, p. 22). Ao sublinhar a importância do local e as experiências sensíveis que dele possam emergir, a análise de Hannerz revela que lugares são carregados de memórias afetivas que se estendem aos corpos, permitindo assim a construção de uma identidade pessoal. Aproximo a dimensão apresentada por Hannerz (1996) àquela do objeto distribuído de Alfred Gell (1998), no âmbito da produção da arte, a qual concebe a existência de um domínio de imagens supraindividual que reflete os traços estruturais da sociedade e que é análoga à mente individual.

Tendo essas perspectivas conceituais em vista, nossa abordagem se esforça por congrega considerações sobre local, memória, apresentação de si e interações sociais no espaço-tempo. A orientação dada pela trajetória de vida do indivíduo permite dar luz ao fato de que as significações são produto dos processos de socialização das pessoas, estas conectadas às suas crenças e compreensões de mundo. Pode haver um deslocamento, uma ampliação e uma modificação de significados, de acordo com a concepção e interpretação individual dos interlocutores. E ainda, a interação homem-chapéu pode desprezar seus significados codificados, sublinhando a função utilitária do acessório.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS E METODOLOGIA

A análise daquilo que interpretamos como o habitat de significado dos entrevistados ganhou forma, não somente com base no uso comum e regular do chapéu, mas pelo fato de que aqueles atores constituíam redes sociais próximas. Para chegarmos aos nossos entrevistados, partimos de uma rede pessoal de produtores e amantes do samba e da música popular, frequentadores de bares e botequins. Por intermédio de Pardal e Zeh Gustavo, fomos sendo apresentados a outros homens que eram reconhecidos como “homens-chapéus”.

Perfil dos entrevistados

Como vemos no Quadro 1, a amostra que alcançamos apresenta vínculos de amizade existentes, interesses pessoais e profissionais comuns dos entrevistados e circulação de todos pelo meio musical do samba, pois é nesse meio que o chapéu emerge fortemente como adereço de carnaval nos anos 1970 – período em que se reacende o mito da malandragem¹. Era a malandragem utilizada como metáfora política, estratégia artística para enfrentar os anos ditatoriais com base no emprego da *linguagem da fresta* (ROCHA, 2006). É nessa esteira que o chapéu se torna um símbolo contemporâneo do samba, atrelado ao reconhecimento daqueles compositores e sambistas das escolas de samba que dedicaram boa parte de suas vidas a promover a agremiação que lhes é querida, e que vieram a constituir as chamadas *velhas guardas*.

O reconhecimento da ligação que o chapéu possui com o samba e a malandragem, indicava, aparentemente, facilidade para encontrarmos conclusões contundentes. Assim, em nosso roteiro de entrevistas, tensionamos a associação do chapéu ao estilo, à cidade (compreendida como limiar entre público e privado, caracterizado pelo ambiente das ruas e dos bares), à música popular, memória e ao mito da malandragem carioca. Ou seja, a todos os elementos

¹ Na ditadura militar, a figura do malandro ressurgiu em meios artísticos como representação da marginalidade e da resistência. Funda-se uma discursividade que inclui um “culto à malandragem” nas expressões das linguagens literárias, cinematográficas e teatrais brasileiras (ROCHA, 2006). A classe artística encontra no mito da malandragem uma forma de expressar suas insatisfações e posições políticas.

que, como participantes ativos dessa mesma cultura, poderíamos também depreender e previamente elencar.

Quadro 1: Identificação dos entrevistados.

Identificação	Perfil	Relação com o chapéu	Rede de sociabilidade	Faixa etária
Ivan	Piloto de avião aposentado, sambista e compositor da Vila Isabel.	Usa há 20 anos. Possui uma coleção de 60 chapéus de diversos estilos. O chapéu é a sua “moldura do rosto”.	Frequenta os bares da Vila e rodas de samba. Amigo de Pardal e Aldo.	50-60 anos
Pardal	Contador aposentado, frequentador assíduo de rodas de samba e choro.	Usa há 10 anos. Possui uma coleção de 11 chapéus, a maioria estilo panamá.	Frequenta os bares da Vila e rodas de samba. Amigo de Ivan e Aldo.	50-60 anos
Aldo	Funcionário público aposentado é diretor da Escola de Samba São Clemente. É agitador cultural e produz rodas de samba.	Usa há mais de 10 anos estilo aba larga (Tom Jobim). Colectiona e possui 18 chapéus.	Frequenta os bares da Vila e rodas de samba. Amigo de Ivan e Pardal.	50-60 anos
Caldeira	Produtor cultural, cantor e músico. Trabalha como produtor do Teatro Municipal.	Desconhece o período de uso. Possui cinco chapéus, dois de feltro. Chapéu é sinal de elegância.	Frequenta rodas de samba e eventos culturais. Não possui relação de amizade com os outros.	50-60 anos
Zeh Gustavo	Compositor, cantor e escritor. Foi funcionário público e representante sindical.	Usa há pelo menos 15 anos. Possui quatro chapéus e os utiliza para compor sua “persona” de artista.	Cantor de um grupo de samba. É amigo de Zé Mauro.	30-40 anos

(cont.)

(cont.)

Identificação	Perfil	Relação com o chapéu	Rede de sociabilidade	Faixa etária
Zé Mauro	Músico e sociólogo.	Mineiro, usou chapéu de fazenda (country) e de blues. Quando no Rio, adota o panamá. Tem quatro chapéus.	Músico profissional em grupo de choro e samba. Amigo de Zeh Gustavo.	30-40 anos

Antecipar alguns desses elementos e testá-los junto aos nossos entrevistados nos ajudou a perceber três questões fundamentais: 1) cada um seleciona e organiza os elementos que lhes são significativos a partir de sua experiência subjetiva; 2) como Stuart Hall (2006) sustenta, no processo de diferenciação cultural não é o conteúdo das categorias culturais que importa, mas as correlações de força e as relações sociais que sustentam a diferença. Assim, entendemos também que o habitat de significado não expressaria simplesmente um conteúdo, mas é objeto em constantes processos de (re)significação, negociação e conflito; 3) o entendimento sobre os usos do chapéu e da apresentação de si está pautado fundamentalmente pela ideia de personalidade. Por isso e cotejando com as explicações de Hall (2006), encontramos tanto aqueles que põem em relevo somente a potencialidade de sua personalidade e se afastavam de qualquer consideração pelas possíveis influências externas que poderiam ter motivado suas escolhas (“Cismeí de comprar um chapéu e passei a usar. E só”, diz Aldo), como aqueles que organizavam narrativas conectadas ao desenvolvimento de sua vida social, à história da cidade, ao mito da malandragem e ao samba, por exemplo (casos de Pardal, Caldeira e Zeh Gustavo).

As entrevistas igualmente trouxeram outras complexidades que não havíamos considerado, como o chapéu atuar como um símbolo religioso (sobretudo na umbanda, com a figura do malandro Zé Pelintra) e a questão de gênero, evidenciada pela estreita relação que o universo do samba e do bar e o uso do chapéu possuem, em geral, com o gênero masculino.

Para além da tríade relacional existente entre chapéu/samba/malandragem, nossas entrevistas aludiram à ambiguidade dos usos, transitando entre significações diversas: marginalidade, mas também elegância e sofisticação.

Símbolo que remete ao passado, o chapéu abarca tanto o glamour dos personagens do cinema como a simplicidade de fazendeiros e, ainda, o saudosismo das vestimentas dos homens comuns do século XX.

A pesquisa foi realizada em parceria com a fotógrafa Mariana Rangel da Costa, que registrou, em belas imagens em preto e branco, os entrevistados. Algumas dessas fotos são apresentadas ao longo do artigo.

APRESENTAÇÃO DE SI E A ONTOLOGIA DE PROFUNDIDADE

Para interpretar as situações de entrevista, consideramos pertinente a teoria de Erving Goffman (1985) sobre a apresentação de si, tendo em vista que os interlocutores parecem gerir a apresentação do seu eu de acordo com o que eles imaginam que a entrevistadora espera deles. Há, em seus relatos, uma busca de reafirmar as impressões positivas sobre suas identidades, personalidades e atitudes, determinantes em suas escolhas estéticas relacionadas ao uso do chapéu.

A interação na entrevista – situação em que os indivíduos em contato se influenciam reciprocamente – deve estar de acordo com uma definição prévia de hierarquias, papéis e expectativas envolvidos nesse encontro (GOFFMAN, 1985). O entrevistado busca atingir o que pensa ser o objetivo da entrevistadora, a saber, conhecer as motivações expressas no uso do acessório que é o chapéu.

É nesse contato que surge o desejo de expressar que os objetos e signos são coisas que nos representam. O chapéu vem a compor uma espécie de pseudo-linguagem que pode dizer quem o entrevistado realmente é (MILLER, 2013).

A entrevista propicia a organização discursiva sobre o eu, fazendo com que o entrevistado permita que a entrevistadora acesse sua verdade interior. Essa concepção de uma verdade interior assegura que aquilo que está expresso na aparência é superficial, definido como “ontologia de profundidade” (MILLER, 2013).

Tanto na filosofia quanto na vida cotidiana, imaginamos que há um eu real ou verdadeiro que jaz profundamente dentro de nós. À superfície, encontra-se a vestimenta, que pode nos representar e revelar uma verdade sobre nós, mas também pode mentir. É como se, ao descascar as camadas exteriores, nós finalmente pudéssemos chegar ao real dentro de nós. [...] (Porém,) Quando se descasca nossas camadas, descobre-se que não resta absolutamente nada. Não existe nenhum eu interior (MILLER, 2013, p. 22).

É curioso observar como a ontologia de profundidade aparece nos discursos dos entrevistados. O entendimento que transmitem é claro: seus eus formam um núcleo consistente, do qual só há o movimento de emanação de sua essência. Pouco ou nada que lhes esteja externo lhes causa influência, o chapéu refletiria o profundo: a personalidade, a individualidade.

Buscamos seguir uma análise que provoca pensar sobre a biografia dos objetos, como aquela de Igor Kopytoff (1988). Por isso, desejávamos ir além de uma perspectiva instrumental da relação entre pessoas e objetos, mediada por escolhas pessoais que seguem necessidades práticas. Se o foco recair estritamente sobre a ação humana, o resultado será guiado pela lógica parcial da semiótica, segundo a qual o fundamental é afirmar que objetos nos representam e indicam as posições sociais dos atores. Desse ponto de vista, os humanos codificam as coisas por meio de suas significações.

Temos, contudo, que considerar igualmente a relevância da proposta teórica que afirma que são as coisas em movimento que elucidam os sentidos da sociabilidade humana e, portanto, destacamos aqui a biografia das coisas (KOPYTOFF, 1988).

Segundo Appadurai (1986 apud RIBEIRO, 2013), o mundo dos objetos não deve ser julgado como inerte e mudo, animado estritamente por intermédio de pessoas e suas palavras. Por isso, interessam-nos a circulação e as transformações dos objetos materiais ao longo de determinado tempo no espaço, ou seja, a chamada “vida social dos objetos” (APPADURAI, 1986 apud RIBEIRO, 2013). Essa perspectiva considera tanto que os objetos materiais conferem identidade, posições ou significado às pessoas, como aos objetos é conferida

certa autonomia “para que eles possam não somente representar, mas, fazer” (RIBEIRO, 2013, p. 347).

Zeh Gustavo, em razão de sua construção intencional de uma “*persona* como escritor, como compositor”, parece ser bastante consciente da dinâmica da apresentação de si e conecta memória, ancestralidade, identidade e espiritualidade ao chapéu. Em sua trajetória como escritor e músico, Zeh foi, aos poucos, elaborando aquilo que defende ser sua própria identidade, criando uma alcunha para si e organizando, para atender a essa criação de si, uma maneira própria de se vestir. No caso dele, as metáforas teatrais de Goffman (1985) parecem propícias: o indivíduo entende que está num *palco* – a roda de samba, o lançamento literário – e que precisa controlar e *editar* seu *personagem*, sinalizando uma identidade específica e inserção social. Existe um jogo consciente de Zeh entre o *se criar* como artista e o *revelar* sobre si mesmo que o uso do chapéu lhe permite.

Figura 1: Zeh Gustavo



Fonte: Mariana Rangel da Costa.

Para Zeh Gustavo, o uso do chapéu é também uma forma de demarcar posições políticas, sinalizando uma “filiação” a grupos sociais (do samba e da classe trabalhadora) e, conseqüentemente, à história desses grupos. Zeh revela que o uso do chapéu lhe remete ao sambista Moreira da Silva, que o compositor

admira e a cuja obra procura dar visibilidade por meio da escolha de um repertório de sambas de breque, estilo que se popularizou na voz de Moreira. “Já estou nesse meio (do samba) há muito tempo. E o chapéu foi uma forma de filiação, de sinalizar um respeito aos sambistas e compositores e de buscar uma proteção sob esse manto” (Zeh Gustavo).

Luta social, oralidade do samba e espiritualidade se fundem com o símbolo do chapéu. Admitir a construção lúdica de seu personagem não retira a certeza de Zeh de que usar o chapéu em condições de resistência sinaliza uma afirmação de sua personalidade individual, da sua própria condição interior.

Ivan ressalta a importância de se ter personalidade para portar um chapéu. Refuta, contudo, simbolismos atrelados ao uso e não considera influências externas ou sinal de *filiação* a qualquer grupo social. O chapéu seria somente um acessório e sua escolha, uma expressão autêntica de personalidade: “uso porque fica bem em mim”, declara. O chapéu serve como extensão do corpo: “É o meu cabelo, minha moldura (do rosto)”.

O artefato na superfície do corpo não acoberta nenhuma verdade no seu interior ou influência anterior no tempo. Com exceção de Caldeira, todos esses homens perderam, em diferentes proporções, seus cabelos, e o acessório pode servir, de fato, como moldura do rosto, um *enquadramento* na elaboração da apresentação de si.

PERSONALIDADE, O AGIR DO CHAPÉU E FRAME DA EXPERIÊNCIA

A personalidade aparece como uma expressão da individualidade, muitas vezes espontânea, autêntica e distanciada de consensos coletivos. A intencionalidade do indivíduo ganha o primeiro plano, como relata Aldo:

Em 1995 eu entrei na chapelaria *Alberto* e cismei de comprar um chapéu-panamá. Pus na cabeça, me olhei no espelho e gostei. Uso por causa de mim, não uso por causa dos outros. Gostei de mim, gostei

da imagem, fiquei bem. [...] Se você se sentir bem é o primeiro passo para as pessoas gostarem também (Aldo).

Ter personalidade aparece como a capacidade de tomar atitudes independentes da opinião alheia e de priorizar o que seriam as próprias vontades, a trajetória pessoal e o bem-estar individual. Zé Mauro também reforça que ter personalidade é fazer escolhas sem considerar a opinião alheia: “Quando eu usava chapéu, as pessoas achavam estranho. Mas eu sempre achei muito normal”.

Ter personalidade é, segundo Zeh, usar chapéu “numa época que ninguém usava”, é enfrentar os ditames da moda e a padronização do consumo. “Naquele momento (quando tinha 20 e poucos anos), comecei a usar chapéu para confrontar todos esses processos de anulação da identidade, de padronização. Caracterizava uma escolha de identidade, de personalidade” (Zeh Gustavo).

Personalidade parece significar, para muitos, uma reafirmação “daquilo que se é”, ressaltando a trajetória pessoal.

Zé Mauro, mineiro criado em fazenda, começou sua vida musical no blues e no rock. Amante do estilo de vida despojado carioca, ele não pretende mais mudar de cidade. Conhecedor experiente do samba e do choro, ele não rejeita sua história pregressa, ao contrário. Zé Mauro nos mostra seus chapéus de feltro, semelhantes àqueles que usava em Minas Gerais, e o chapéu que ganhou da namorada, já no Rio: negro, estampado com risca de giz, numa referência às noites de blues. O chapéu-panamá foi adquirido recentemente. Afirmar sua trajetória nesse contexto carioca significa ter personalidade, pois afirma, orgulhosamente, sua identidade regional e musical. Conseqüentemente, o chapéu transforma Zé Mauro como pessoa, pois dá materialidade e potencialidade à identidade que deseja afirmar.

Com Ivan, apreendemos que o chapéu provoca reações nos usuários. Por meio de uma apreensão sobre como esse artefato circula e é percebido, ele conclui: “usar o chapéu me *exigiu* personalidade” (grifo nosso). “Quando eu uso, acho que sou único”. Ivan indica que a personalidade surge e se amplia quando mesclada com o uso dos objetos.

Alfred Gell (1998) afirma que os objetos de arte são mediadores da ação humana e parte de um poderoso processo de criação em que são produzidos e, também, produtivos, por isso, seus usos permitem realizar novas versões de nós mesmos, numa interação criativa entre coisa e humano. Nessa interação, evidencia-se a agência dos não humanos, alimentando um processo reflexivo no qual aquilo que é simbolizado exerce efeito sobre o que simboliza (RIBEIRO, 2013, p. 364).

Quanto à espiritualidade, Zeh Gustavo identifica o chapéu como algo que age sobre ele:

Chapéu é uma proteção espiritual. Eu me sinto acompanhado. Não sei por que, nem por quem, mas me sinto. É um objeto simbólico, que resguarda. Um fator pelo qual o considero também espiritual é que eu não me recordo quando nem como eu comecei a usar chapéu. (Zeh Gustavo).

O chapéu age sobre a individualidade, ativando e/ou ampliando a personalidade, como sobre o inconsciente, fazendo *apagar-se* da memória o momento de transição do não uso para o uso. Cabe ressaltar que a aquisição do chapéu é feita por Zeh em casas especializadas em artigos de umbanda. Ou seja, a relação com a religião provoca em Zeh Gustavo um tipo de percepção que não aparece entre outros entrevistados. Na umbanda, as pessoas que passam pela experiência da incorporação relatam a sua não consciência durante o transe, que se caracteriza pelo apagamento de memória durante a manifestação das entidades e a incapacidade de controle do corpo (ZANGARI, 2007).

Nos rituais da umbanda, o chapéu-panamá é usado por malandros, entidades espirituais que teriam passado boa parte de suas vidas materiais na boemia e na orgia. Estas teriam vivido num passado recente, imersos na marginalidade dos meios urbanos.

Essa história da malandragem, vívida ainda em terreiros de umbanda e na memória coletiva, é o que permite encontrarmos relacionado o uso do chapéu-panamá com os malandros de outrora, transformados tanto em entidades históricas como espirituais.

Se a criação do malandro enquanto entidade espiritual é recente, não é ignorado que já nos anos 1930 haveria uma aproximação entre a vida do sambista e a do malandro. A reação dos sambistas era de renegar ou adotar para si a imagem de ser também malandro, evidenciada na polêmica entre Noel Rosa e Wilson Baptista². Haveria um núcleo cultural relativamente consistente para pensarmos o uso do chapéu relacionado ao universo do samba e marginal. Contudo, os significados do uso são mais complexos, por vezes contraditórios. O porte do chapéu traz uma ambiguidade ao propor um deslizar entre o marginal e sofisticado. Pois, além de símbolo do submundo, o chapéu é associado à figura dos coronéis e/ou de homens refinados. O chapéu ainda, num passado inscrito na memória urbana carioca, compõe o universo do homem comum: “Antigamente todo mundo usava chapéu. Você pega uma foto do Rio antigo e você verá aquele monte de chapéus pelas ruas” (Pardal).

O chapéu estilo panamá, junto com o terno de linho S-120, ao que tudo indica, podem ter sido escolhidos pelas figuras marginais de outrora, justamente para se promover dentro da sociedade e até mesmo como uma forma de adentrar nos espaços ditos de *alta cultura*, onde só a entrada era condicionada às normas do bem-vestir. Essa qualidade atribuída à figura do malandro é lembrada por Caldeira, que afirma como imprescindível para si o bem-vestir. Ele se identifica com a malandragem por se perceber como alguém que *sabe* circular em diversos ambientes sociais.

As pessoas confundem vagabundagem ou pilantragem com malandragem. Malandro para mim é o cara esperto, esperto no bom sentido, o cara que sabe ter jogo de cintura, que sabe conversar, que sabe cantar, que sabe versar, que sabe entrar num samba e que sabe ir num Copacabana Palace. Esse é o malandro. Sabe andar no Copacabana Palace e sabe subir o morro. Se adapta. Tem um molejo, tem amizade. Esse é o malandro. É o que fiz muito na minha vida (Caldeira).

Para Caldeira, negro, filho de costureira, existe uma relação entre se vestir bem e tentar se blindar contra o racismo. O preconceito fica mais evidente

² Ver Dealtry (2009, p. 14-15).

quando ele não se encontra, digamos, bem-alinhado. “Eu percebo que as mulheres que estão paradas perto de uma vitrine e me veem passar (malvestido) seguram a bolsa achando que eu vou roubar”. Assim, percebemos que Caldeira filtra sua percepção sobre elegância com base nas suas experiências de racismo. Esse enquadramento subjetivo de suas interpretações das situações vividas de discriminação – e a consequente conclusão de que deveria andar bem-vestido – nos permite aproximá-lo do conceito de *frame* de Goffman (1975): as situações sociais são construídas em concordância com princípios de organização que governam os eventos e nosso envolvimento subjetivo neles.

Segundo Goffman (1975), *frame* se compõe das respostas e das adequações da estrutura cognitiva individual, segundo a qual cada um enquadra e lida com a realidade ao seu redor.

Os significados empregados para decifrar e compreender o mundo são construídos a partir daquilo que é considerado real para cada pessoa em situações sociais específicas (HANGAI, 2012). As experiências individuais de Caldeira permitiram-lhe interpretar como mais adequado para si um determinado modo de se vestir, dada uma compreensão de que assim a discriminação racial seria minimizada. O malandro, assim como ele, tentaria driblar a discriminação social e racial com elegância e inteligência.

Mais adiante, quando relacionarmos chapéu e memória, veremos que as lembranças de Caldeira sobre seu avô são também relevantes para seu *frame*. Fundidor de chapas para navios, seu avô, negro e pobre, sabia se vestir e se impor: “Era pobre, mas trabalhava para comprar seus terninhos, usava camisa de gola, de botão. Usava seu chapéu todos os dias” (Caldeira).

ESTILO, FUNÇÕES E OBJETIFICAÇÃO

Assim como *personalidade*, conceitos como *estilo* e *função* apareceram espontaneamente em algumas entrevistas. A ideia de estilo, muito ligada à de personalidade, emerge como a capacidade de se afirmar uma identidade e reforçar uma *distinção* social. O estilo se faz necessariamente mediado pelo

acessório, ou seja, na prática do uso, que se dá quase sempre de forma criativa, buscando alcançar um resultado mais ou menos consciente de apresentação. Em geral, no que diz respeito às funções, temos duas: a prática, que consiste na serventia convencional de um objeto; e a social, que costuma envolver uma demanda coletiva, ligada a uma comunicação social (de forma consciente ou inconsciente) de identidade, de afirmação de si e/ou de pertencimento a um grupo, como a ideia de filiação acionada por Zeh Gustavo.

Dos estudos da arqueologia e da antropologia depreendemos que, historicamente, a análise de objetos era dicotômica, no que diz respeito ao estilo e à função. Essa divisão, porém, encontra-se em franca decadência, desde que afirmada a existência de uma interdependência entre estilo e função (BETTINGER; BOYD; RICHERSON, 1996).

No que se refere à história da antropologia, a clivagem entre função e estilo foi gradualmente sendo percebida como falsa ao se iniciar uma crítica aos macroesquemas de evolução e difusão presentes nas primeiras correntes da disciplina. A crítica elaborada por Franz Boas (1858-1942), em 1896, às teorias evolucionistas e difusionistas vigentes na época, permitiu deslocar “o foco de descrição e análise dos objetos materiais (de suas formas, matéria e técnicas de fabricação) para os seus usos e significados e conseqüentemente para as relações sociais em que estão envolvidos os seus usuários” (GONÇALVES, 2007, p. 18). Ou seja, os objetos materiais deveriam ser considerados em razão de suas funções e significados, nos contextos em que são produzidos e usados. Estes comporiam um sistema de comunicação; seriam meios de demarcação de identidades e posições na vida social (GONÇALVES, 2007, p. 18). Naquele momento específico da disciplina, obliterava-se o estilo e privilegiava-se a função social do objeto; com os estudos da antropologia simbólica e estruturalista, há a tentativa de reaproximar função e estilo, sustentando-se ser relevante considerar o material e a técnica de fabricação, “assim como as modalidades e contextos de uso” (GONÇALVES, 2007, p. 18) dos objetos.

Essas reformulações analíticas permitiram a conclusão contemporânea de que função social e estilo possuem delimitações muito fluidas na vida social e, portanto, suas definições teóricas são necessariamente interdependentes.

Apesar de superada no plano acadêmico, tal clivagem não é descartada no senso comum, principalmente no que diz respeito ao vestuário. Às vezes, para ter estilo, parece ser preciso respeitar a função prática de uma peça, a qual, para um chapéu, seria, primordialmente, proteger do sol. Caldeira afirma que seguir à risca a função do acessório é a maneira mais apropriada de usá-lo: “o chapéu tem uma identidade, tem como usar. O chapéu-panamá é, na verdade, um chapéu pra sol, pra calor. E as pessoas usam em dia de chuva, à noite, o que não é certo” (Caldeira).

Ele distingue que o chapéu-panamá é para o verão, enquanto que o chapéu de feltro seria adequado ao frio, e chega a dizer que, à noite, portar o panamá se iguala a usar óculos escuros. Ter estilo, para ele, é ser elegante, é obedecer à função do chapéu. A maneira de selecionar o objeto segue a lógica da sua serventia convencional. Seu estilo, ou melhor, sua maneira de distinção social é essa. Caldeira foi quem mais demonstrou preocupação com as cores e texturas de tecidos e de materiais e a combinação mais *adequada* segundo o que considera ser a norma da elegância e do vestir-se bem.

Os posicionamentos de Caldeira nos revelam que o estilo pode ter uma dimensão corporificada e presente nas práticas dos indivíduos, depreendidas de convenções sociais dos usos. Essa dimensão corporificada é chamada de dimensão passiva do estilo (CHILTON, 1999; HEGMON, 1998). De forma complementar, existe a dimensão ativa do estilo. Esta, por sua vez, organiza-se pela manipulação ativa da cultura material para comunicar alguma mensagem, por meio de um objeto, sem que signifique que a mensagem estivesse contida inicialmente na fabricação. Esse parece ser o caso de Zeh Gustavo quando busca dar forma a sua *persona*, por intermédio do uso do chapéu, e comunicar o seu engajamento político para com o mundo. Ele repinta o que seria o mundo da marginália, despreza a função convencional e reafirma seu *estilo politizado*. A propósito, em sentido oposto a Caldeira, todos os outros entrevistados usam seus chapéus à noite, de dia, no calor, no frio e até em dias de chuva. Mais que atropelada simplesmente por um estilo, a função pode ter sido simplesmente adaptada aos corpos, por meio de demandas físicas (falta dos cabelos) ou sociais (comunicar uma crítica social).

Cada um dos entrevistados, à sua moda, parece tramar relações das mais diversas entre funções, estilos, personalidades e imaginários históricos e políticos atribuídos ao uso do chapéu no habitat de significados (HANNERZ, 1996), jogando luz sobre a vida social desse acessório e suas diversas circulações nos contextos sociais.

Quando estimulado a pensar sobre as possíveis comunicações atreladas ao uso do chapéu, Zé Mauro conclui: “Tudo que a gente veste é uma mensagem pro mundo [...]. Eu nunca pensei dessa maneira, mas talvez (o que se comunica com o chapéu-panamá) seja um pouco sobre filiação: olha, eu gosto de choro, de samba, eu gosto de tomar cachaça no botequim”. Mauro, listando as pessoas que relaciona ao chapéu, citando principalmente músicos e as velhas guardas das escolas de samba, arremata que: “Quando eu uso o chapéu, é uma maneira de homenagear essas pessoas que se dedicavam à arte, à música”. A questão da memória e da ancestralidade ganha forma por aquilo que Zeh Gustavo e Zé Mauro chamaram de *filiação*. Filiação, nesse caso, parece comunicar um pertencimento, de um compromisso com uma continuidade da arte que apreciam, mas também de um respeito e consideração para com aqueles que ajudaram a sedimentar o caminho que hoje traçam na música.

Pardal identifica em outros usos essa capacidade comunicativa do chapéu: “Tem umas pessoas que eu já vi com o chapéu-panamá, com fita vermelha, com um jeito meio de banda, que lembram muito um Exu, Zé Pelintra... A maneira de você colocar o chapéu traduz um pouco assim com quem você está se identificando”.

Finalmente, vale a pena encerrar a discussão sobre estilo e função borrando ainda mais suas delimitações, mediante uma abordagem do processo do consumo tal como proposta por Daniel Miller (2013). Com isso, pretendemos reforçar nossa ideia de *homem-chapéu* e, para tal, devemos superar pressupostas clivagens analíticas na nossa abordagem, como aquelas entre estilo × função e pessoa × objeto. Miller (2013) sustenta que o processo de consumo envolve um engajamento com o bem consumido, em um processo que ele denomina “objetificação”. Nesse processo, o uso dos objetos torna-se parte do que somos, pois, de maneira retroalimentar, “os objetos nos fazem como parte do processo

pelo qual os fazemos” (MILLER, 2013, p. 92). Apesar de haver uma reconhecida coinfluência entre o ser e o objeto, percebemos que, “uma vez que uma coisa seja externalizada, ela também pode se tornar opressiva”, tendo em vista que é um processo contraditório: “ter mais coisas nos proporciona recursos que aumentam nossa capacidade, experiência e compreensão” (MILLER, 2013, p. 94), mas, caso o processo de alienação se concretize, “podemos perder a consciência de que um dia ela foi criação nossa” (MILLER, 2013, p. 93). O consequente processo de alienação nada mais seria do que uma autoalienação e terminaria reforçando a polaridade já bastante disseminada no senso comum entre o mundo externo e superficial (dos *trecos*, como quer definir Miller sobre tudo referente ao mundo material, ações, filosofias, coisas etc.) e o mundo interno e verdadeiro (do indivíduo). Ainda nas palavras de Miller (2013, p. 97): “Mercadorias não são inerentemente boas ou más, mas você não pode ter benefícios sem envolver o risco de que venham oprimi-lo”. Reconhecer esse processo permite vislumbrar o trajeto do avesso e provocar a desconstrução da dualidade filosófica que insistimos em estabelecer entre os humanos e os não humanos, categorias anunciadas por Bruno Latour (2007).

Segundo Igor Kopytoff (1988), o conceito de mercadoria não deve ser apenas definido pelo seu *status técnico* de mercadoria – num enfoque estritamente econômico – mas imerso em processos culturais e cognitivos. Mercadorias não são inanimadas, fixas ou estáveis, mas estão em movimento permanente entre *ser mercadoria* e *não ser mercadoria*. O entendimento técnico sobre mercadoria contribui para a aparente separação entre pessoas e coisas, em que num extremo encontramos mercadorias inanimadas e, no outro, indivíduos singulares. Ter em perspectiva a existência dessa suposta separação permite entendermos com mais clareza a base sobre a qual se elaboram significados culturais sobre a vestimenta e alguns limites explicativos sobre a interdependência de pessoas e coisas, sobretudo aquelas que se demonstram em toda a sua humildade (MILLER, 2013) e sobre as quais nada de importante teríamos a conjecturar.

Ao considerarmos o processo de objetificação que atua silenciosamente nas nossas interações com as coisas, é possível atribuir um valor significativo a determinadas escolhas de ornamentos – como aquela que se refere ao uso

do chapéu –, como ressaltar os motivos pelos quais nos deparamos com certos distanciamentos perceptivos entre mundo das coisas e mundo das pessoas.

CHAPÉU E MEMÓRIA

O chapéu é um acessório que compõe o vestuário masculino há algumas décadas, como salientamos no começo do texto. Logo, é difícil não pensar que este artigo componha memórias individuais e imaginários coletivos.

Como vimos, nossos entrevistados pertencem a uma faixa etária que varia entre os 30 e os 60 anos, e a maioria admite ter sofrido influências estéticas do cinema internacional, com seus filmes repletos de sedutores personagens que usavam e abusavam de chapéus, cigarros, caras e bocas a fim de agregar mais charme e carisma a suas figuras. O primeiro personagem desta leva, lembrado coletivamente, é Rick Blaine, interpretado por Humphrey Bogart no clássico filme *Casablanca*, de 1942. Humphrey Bogart parece ter se tornado um parâmetro de masculinidade, elegância e sobriedade, influenciando o vestuário e comportamento de homens na cultura ocidental.

O chapéu da época era do tipo Fedora, feito de feltro, com abas ligeiramente dobradas, capazes de sombrear o rosto e atribuir um ar de mistério. O tipo Fedora era usado pelo cantor Frank Sinatra, outra figura do cinema e da música amplamente reconhecida. Na música, a propósito, também se encontram outros personagens importantes na construção desse imaginário: alguns entrevistados admitem ter, na juventude, sido influenciados pelo cantor e músico de jazz Nat King Cole, que lançou moda com seu chapéu risca de giz, nos anos 1950. Particularmente, essa estética reverberou entre os indivíduos da faixa de 50-60 anos, mas também nas escolhas de Zé Mauro, em razão de sua inclinação musical e aproximação com o blues, jazz e rock.

No cenário nacional, figuras como o inventor Santos Dumont, o compositor Tom Jobim e seu inseparável charuto, o ex-ministro da justiça Paulo Brossard, com sua indefectível bengala, inspiram também elegância e sofisticação. Curiosamente, apesar de estarem de uma maneira ou outra ligados à

música e a maioria ao samba, somente Zeh Gustavo e Zé Mauro associaram diretamente o chapéu a um sambista ou ao mundo do samba, tendo mencionado mais precisamente o cantor Moreira da Silva, o compositor Noel Rosa e as velhas guardas das escolas de samba. Contudo, um ponto é consensual: o chapéu carrega consigo referências do passado masculino. O passado, na verdade, é o principal parâmetro para definir elegância, e o chapéu seria o acessório que completaria a arte de se vestir bem. Nas palavras de Caldeira: “Chapéu é uma coisa que, no século passado, todos os brasileiros usavam. [...] Acho que chapéu combina comigo, eu fico bem, lembra meu avô, me lembra coisas antigas. Eu sou um pouco saudosista. Gosto das coisas bonitas, bem-feitas”.

O chapéu permite *conectar-se* com o passado, um suposto tempo das coisas bonitas, bem-feitas; ativa a recordação de homens elegantes, que fizeram história e, também, reaviva a memória afetiva pessoal, religando nossos entrevistados a sua ancestralidade.

Eu uso chapéu porque meu avô, o pai de minha mãe, usava chapéu. Meu avô usava chapéu e ele usava com terno branco o chapéu-panamá. Com o terno escuro ele usava outro chapéu, com uma cor mais creme. Ele andava sempre elegante [...]. Eu achava muito interessante, eu achava bonito, que ele era uma pessoa elegante, que sabia se vestir, se vestia de acordo com as estações, sabia combinar (Caldeira).

Figura 2: Caldeira



Fonte: Mariana Rangel da Costa.

Zé Mauro relata uma memória afetiva do chapéu atrelada ao universo rural. Seu avô materno, que era produtor de gado, usava chapéu de palha e, na sua lembrança a figura do avô se registrou como de um *homem-chapéu*. Quando o visitava na fazenda, Mauro usava também chapéu, próprio para a ocasião, em parceria com o avô. O chapéu estava à sua espera, na fazenda, e era usado exclusivamente naquele contexto. Neste sentido, Zé Mauro acredita que esse uso era algo meramente funcional, atendendo a uma necessidade de proteger do sol, e não havia nenhuma preocupação estética ou *de distinção*. No caso, a função prática é descolada do estilo: usar o chapéu só responderia à serventia do objeto. Por outro lado, o avô levava-o para exposições agropecuárias, sendo influenciado pela moda dos chapéus de feltro estilo cowboy e das grandes fivelas de cinto metalizadas que compunham o visual rural: “os primeiros chapéus que eu comprei eram mais nesse formato, (de) feltro e abas longas” (Zé Mauro). O avô é figura marcante a que o chapéu remete, mas com o tempo foi possível fazer novas associações:

Quando eu fui ficando adolescente, eu fui associando o chapéu a outras coisas, como o cinema, música, sambista, Noel Rosa, mas isso depois. Eu fui guitarrista e tem vários guitarristas de blues que usam o chapéu. O cinema Noir e o cinema americano também foram responsáveis pela difusão do uso do chapéu e seu entendimento de elegância (Zé Mauro).

Pardal teve também no avô fazendeiro, um *homem-chapéu*:

Meu avô usava chapéu-panamá direto. Ele era fazendeiro e usava muitos chapéus bons. Mas ele usava acho que se pra proteger mesmo do sol. Mas vovô não tinha nada de boêmio, não tinha a ver como esse mundo. Ele não faz exatamente o tipo de pessoa que gostaria de imitar, mas ele tinha sua elegância (Pardal).

Interessante perceber o contraste que existe entre o meio rural e o urbano, evidente na interpretação que os entrevistados produzem sobre o uso do chapéu: os avôs fazendeiros de Pardal e Zé Mauro usariam o chapéu estilo panamá somente em razão de sua função prática: proteger do sol. Por outro

lado, o avô de Caldeira, um assalariado do mundo urbano, usava chapéu para se proteger dos reveses sociais, frutos do preconceito. Porém, essa proteção social conferida pela elegância de portar um chapéu sobre a cabeça estaria legitimada na medida em que se respeita a função prática do adereço, como Caldeira tanto enfatizou³.

Nosso interesse em associar memória e chapéu é mostrar justamente como esse acessório remete a diversas construções de imaginários, que podem acessar lembranças familiares e memórias coletivas que remetem genericamente à boemia, bares, rodas de samba, carnaval e malandragem, mas também ao cinema, ao meio rural e a diversos outros hábitos masculinos que se conectam com um passado. O chapéu navega nos mares do passado e dá forma à memória construída no presente.

Como indica Peter Stallybrass, “a roupa é um tipo de memória” (2012, p. 14), pode colocar acento exatamente naquilo que está ausente. Vestir-se em referência ao passado permite inserir ares de dramaticidade ao momento histórico presente e garantir a transmissão, mesmo que não integralmente, do conteúdo ou de formas das relações sociais do passado. Entre alguns exemplos aventados por Stallybrass (2012), a fim de ilustrar essa afirmação, está Fergus O’Connor, líder inglês chartista que, depois de um período preso, encontra-se com os operários em uma fábrica, em meio à insurreição de 1842. O’Connor surge vestido de fustão, tecido simplório utilizado na produção de boa parte das vestimentas dos proletariados, e sua escolha esteve orientada no sentido de convencer os operários, num só olhar, de que ele era a mesma pessoa que havia partido. “O fustão tornou-se assim uma memória material, a corporificação de uma política de classe que antecedia a uma linguagem política de classe” (STALLYBRASS, 2012, p. 61).

Ressaltar o nível afetivo e político de um objeto pode nos ajudar a perceber que sua existência, em muitos níveis, ultrapassa a sua vulgar determinação material, que considera somente seu valor de troca e sua função prática. A

³ Por outro lado, parece-nos falso negar qualquer simbolismo que o chapéu possa exercer no meio rural. A complexificação desse dualismo rural/urbano apresentado nos conduz mais uma vez a borrar limites entre a função prática e o simbólico, considerando os corpos como artefatuais (MIZRAHI, 2014, 2018) produzidos com e pelos usos das coisas, como o chapéu.

análise de Stallybrass (2012) sugere que a memória material antecedeu a linguagem política de classe e, da mesma forma, podemos imaginar que o chapéu é um objeto-depósito de passados que nem sempre podem ser totalmente desvendados pela racionalização do seu uso, mas ter alguns desses elementos revelados, de forma fragmentada, pela organização discursiva dos nossos entrevistados. O chapéu seria o “tempo se materializando” (BENDER, 2002), ou seja, é capaz de acumular e sedimentar significados, principalmente ao falarmos do ponto de vista regional, do ponto de vista da história da cidade do Rio de Janeiro. Ao considerarmos isso, não queremos afirmar, contudo, que seus significados são externos, haja vista que sejam sempre resultantes de processos subjetivos. Em nossa análise, os *frames* (GOFFMAN, 1975) da experiência surgem contextualizados por um habitat de significado (HANNERZ, 1996) ou objeto distribuído (GELL, 1998) perpetuamente (re)construído no social, como, por exemplo, nas redes de sociabilidade das quais nossos entrevistados fazem parte.

SOCIABILIDADE NAS RUAS E BARES DO RIO DE JANEIRO

No Rio de Janeiro, a rua aparece, há muitos séculos, como o seu principal espaço de circulação entre setores diferentes das classes sociais. A rua do Ouvidor, no Centro, por exemplo, adquiriu, a partir dos anos 1920 do século XIX, status e prestígio social que lembravam as movimentações das ruas da moda internacional, tais como de Paris ou Londres (ROCHA, 2005). A rua era, então, a principal passarela da moda, onde as pessoas exibiam, como numa vitrine das nobres lojas cariocas, sua apresentação de si; era também o palco onde transcorriam algumas das interações sociais determinantes no processo de negociação identitária e de representação.

No entanto, a rua é, acima de tudo, um espaço paradoxal: se considerarmos tanto os contextos históricos como também o status e o prestígio de cada rua, elas podem comportar desde a circulação de indivíduos desconectados

entre si, oprimidos pelas leis públicas, onde o anonimato e o olhar *blasé* parecem preponderantes, como um espaço primordial de encontros, palco da apresentação de si, onde há comunicação de valores e gostos pessoais e onde se tecem redes de sociabilidade de curta e longa duração. Apesar dos paradoxos que podem apresentar, focaremos na habilidade que determinadas ruas e certos espaços públicos demonstram possuir de articular uma rede de usos combinados e complexos que manteria a vitalidade urbana.

Para a grande parte de nossos entrevistados, ocupar a rua e espaços públicos é uma atividade presente nos momentos de lazer, seja numa roda de samba que ocorra ao ar livre ou mesmo frequentando um botequim que geralmente dispõe suas cadeiras nas calçadas. A regularidade com que convivem nesses espaços possibilita que aconteçam encontros fortuitos entre conhecidos e desconhecidos e que sejam incrementadas as redes de relações.

É a partir de interações regulares e complexas entre os indivíduos que podemos descortinar não somente os significados do uso do chapéu, porém, mais importante: como esses significados são perpetuamente reconstruídos. Ou seja, é no encontro no espaço público, nas redes de sociabilidade tecidas que se compartilham informações importantes e se elaboram significados sobre o chapéu, seus usos e histórias.

Com isso, queremos sustentar que as sociabilidades desenvolvidas nos bares e espaços frequentados pelos nossos entrevistados são a base que mantém muitos dos significados elaborados sobre o chapéu. E mais: é nesses espaços que o uso do chapéu ganha força e se dissemina, pois, como afirmou Ivan, muitos amigos passaram a usar chapéu após a convivência com ele, nos bares e sambas: “Eu posso ter sido escola pra muita gente”. Também Pardal admite que passou a usar chapéu quando muitos de seus amigos e conhecidos (de bares) já usavam.

Como dissemos, nossos entrevistados formam um grupo específico, pois todos trabalham com música ou convivem em meios musicais – sobretudo no samba –, e usam chapéu para demarcar traços de suas personalidades, estilos e filiações. Nutrem um apreço pelo Rio, pela espontaneidade e pela irreverência da cultura carioca, mesmo que alguns deles nem tenham nascido

na cidade. Além disso, possuem hábitos ligados à boemia e vida noturna. A tendência de reservar para si um roteiro mais ou menos delimitado de atividades culturais e frequentações permite que esses homens desenvolvam uma arte do encontro bem peculiar. “Eu sou um homem de hábitos regulares”, como afirmou Zeh Gustavo.

Pelo olhar de Daniel Soares Lins (2013), o bar é um lugar de encontro e que possibilita compor arranjos muito próximos dos da estrutura familiar, onde nutrimos intimidade compartilhada e é permitido realizar confissões públicas, “chorar mágoas”; mantém uma aura de democracia das paixões e dos sentimentos perdidos.

Muitos dos entrevistados indicam que têm muito prazer em juntar amigos e ficar “de conversa fiada”. Essas conversas – que, na sutileza da expressão popular, os amigos tramam, urdem – não são, portanto, vazias de significado, posto que permitem que haja uma flexibilidade, uma oscilação temática entre conversas sérias, que envolvam política e questões existenciais, e conversas leves e descontraídas.

Esquadrinhar a construção do imaginário sobre bares e botecos é crucial para entendermos como nossos entrevistados convivem naqueles espaços e como o chapéu surge como um elemento a compor um bem apresentar-se. Lugares, como sustenta a análise de Hannerz (1996), são carregados de memórias afetivas, e estas se estendem aos corpos. Em suma, o entendimento sobre a atmosfera dos bares associa-se à construção de entendimentos sobre o chapéu e as formas possíveis de seu uso, além de sinalizar uma forma própria de produção de masculinidade e de boemia. O uso do chapéu permitiria congregar seus usuários, tendo em vista que Ivan, Pardo e Aldo afirmaram experimentar uma simpatia imediata no encontro com homens desconhecidos que usam o acessório:

Tem três caras num bar, dois sem chapéu e um com, naquele esquema de estar em pé no balcão. Acho que eu vou conversar com ele que usa chapéu, não sei por que (Ivan).

Geralmente eu reparo o seguinte: quando eu estou na rua e passo por uma pessoa que está de chapéu igual o meu, por vezes até a gente se cumprimenta. Tem alguma identificação (Pardal).

Eu acho curioso que um cara que usa chapéu, quando cruza com outro que está de chapéu, ele faz questão de cumprimentar. Tem um negócio que eu não entendo. É uma coisa como se fosse um clube. Eu ficava meio sem graça no começo e depois comecei a achar normal. Acho que as pessoas pensam que são parceiras, que jogam no mesmo time, de repente (Aldo).

Figura 3: Ivan e Aldo



Fonte: Mariana Rangel da Costa.

O chapéu, num encontro casual, aproxima seus portadores, que simpatizam uns com os outros. Nesse momento, o chapéu novamente *age* e revela sua força: mesmo que sob sua aba diversos significados se apresentem, o chapéu por si só é capaz de promover identificação. Não é possível, no entanto, dizer antecipadamente quais arranjos simbólicos constituem as identificações produzidas por cada um desses homens, ainda mais considerando os diversos significados que circulam, se conectam e se sobrepõem na produção simbólica dos usos de chapéu. É possível, contudo, vislumbrar contornos dessas formas e algumas das apreensões cognitivas que as pessoas fazem a respeito da circulação e da

distribuição de tal ornamento no âmbito social. Certamente, não seria errado dizer que, apesar de uma simpatia inicial, o desenvolvimento de uma amizade entre dois homens de chapéu se daria muito mais em razão de como esses outros elementos simbólicos e identitários são interpretados.

Contudo, ao tomar a materialidade do chapéu e seu jogo de visualidade relatado pelos entrevistados, pensamos-lo não apenas como composto por diversas relações humanas que podem movimentar diferentes referências afetivas em períodos temporais variados, mas como produtor de relações no presente, ao promover um contato imediato entre seus portadores. Essa predisposição ao outro e a simpatia produzida pelo jogo de visualidade permitem conjecturar, ainda, quantas outras relações sociais podem estar enredadas entre esses homens, seguindo o mesmo princípio de *fazer parte de um clube*, certamente até mesmo entre pessoas que não se compõem pelo uso de chapéus, mas que se sentem imersas nesse habitat de significados no qual o chapéu possui uma posição de destaque.

CONCLUSÃO

Apesar de inicialmente voltada para responder à questão do retorno do chapéu-panamá às ruas cariocas, acompanhar as elaborações sobre o uso de chapéus por aqueles homens que mantêm com o acessório relação duradoura pareceu-nos revelar aspectos intrigantes sobre os diversos significados associados ao acessório.

De maneira em geral, nossos entrevistados creem que o aumento da circulação do chapéu na cidade é *uma coisa passageira*, uma *moda* que tende a passar. Em se confirmando esse cenário, somente aqueles que tiverem criado relação significativa com o objeto e tiverem personalidade o suficiente para fazê-lo, adotarão, assim como eles, o acessório como uma parte de si mesmos, usando-o independentemente de estarem ou não na moda.

O chapéu, nesse sentido, não seria utilizado em razão de ditames da moda, mas assumido como um compromisso com aquilo que alguns prezam

significativamente nas suas apresentações de si, representando para eles adesão estética de longo prazo. Esse corpo que se faz *com* os chapéus nos permite vislumbrar como as subjetividades associam e sobrepõem histórias, significados e afetividades dos mais diversos, chegando a ampliar o escopo com o qual inicialmente partimos para a pesquisa. As entrevistas descortinaram as limitações iniciais sobre o habitat de significado do qual acreditávamos que o chapéu (o panamá, sobretudo) fizesse parte. O cinema, o meio rural e a figura do homem ordinário do século XX vieram a enriquecer o conjunto de elementos com que trabalhávamos até então, em que samba e malandragem ocupavam posições centrais. A abordagem do uso do chapéu-panamá ampliou nosso olhar para o fato de que tal acessório se comunica com mundos significativos de *outros* tipos de chapéus, como aqueles feitos de feltro, ou com o estilo risca de giz. A adoção de chapéus como extensão do corpo pode, em muitos casos, terminar por expandir-se para outros estilos e formas daquele acessório, ampliando ainda mais o escopo de sua plural significação.

Interpretamos que, por ser resultado de um engajamento forte e duradouro do corpo com o artefato, enfatizando a ideia do corpo artefactual (MIZRAHI, 2014, 2018), nossos entrevistados realçaram o fator da personalidade envolvida nessa escolha estética, que parece seguir na contracorrente dos parâmetros da moda. O que esses homens afirmam é que não há nada que lhes aconteça no mundo *externo* – ou seja, nada *fora* deles os teria influenciado a adotar esse acessório. Usar chapéu é principalmente uma opção pessoal, uma forma de se apresentar ao mundo.

Ao passo que o repertório sobre o habitat de significado se abria e se ampliava, outros elementos significativos se mostravam com uma maior fixação: de que o chapéu remete a um passado idílico e diz respeito, nessa leitura sobre o passado, prioritariamente, ao mundo das convivências masculinas.

Como pudemos depreender dos relatos, o uso do chapéu chega a promover identificação espontânea entre seus portadores; mas, como sugerimos, pode servir também como *convite* para se iniciar contatos sociais com as mais diferentes pessoas que se sintam imersas em um mesmo caldo cultural no qual o chapéu possua status relevante. Diferenças de idade, sexo e localidade

podem ser indiferentes nesse processo de simpatia para com aquele que porta o chapéu em espaços sociais.

Nossos entrevistados parecem urdir em meios sociais como o bar uma parte significativa das tramas sociais duradouras em que estão enredados e, nestas, dão seguimento às produções e ao compartilhamento de diversos sentidos sobre o uso de chapéus. Contudo, a maneira pela qual cada indivíduo organiza e compõe sua constelação de significados dependerá primordialmente de suas experiências subjetivas, das relações sociais que firmam, mas também do contexto em que se inserem. Parafraseando o velho ditado, para cada cabeça, um chapéu.

REFERÊNCIAS

1. ASSIS, Machado de. **Volume de contos**. Rio de Janeiro: Garnier, 1884.
2. BENDER, Barbara. Time and landscape. **Current Anthropology**, Chicago, v. 43, n. S4, p. S103-S112, 2002.
3. BETTINGER, Robert L.; BOYD, Robert; RICHERSON, Peter J. Style, function, and cultural evolutionary processes. In: MASCHNER, Herbert D. G. (ed.). **Darwinian archaeologies**. New York: Plenum, 1996. p. 133-164.
4. CASABLANCA. Direção: Michael Curtiz. Produção: Hal B. Wallis. Roteiro: Howard Koch, Julius J. Epstein, Philip G. Epstein. Califórnia: Warner Bros, 1942. 102 min.
5. CHILTON, Elizabeth S. **Material meanings: critical approaches to the interpretation of material culture**. Salt Lake City: University of Utah Press, 1999.
6. DEALTRY, Giovanna. **No fio da navalha: visões da malandragem na literatura e no samba**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2009.
7. GELL, Alfred. **Art and agency: an anthropological theory**. Oxford: Oxford University Press, 1998.
8. GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: na essay on the organization of experience**. Harmondsworth: Penguin, 1975.
9. GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

10. GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Teorias antropológicas e objetos materiais. *In*: GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Rio de Janeiro: Ministério da Cultura; Garamond, 2007. p. 13-42. Disponível em: <http://bit.ly/2ZxyaiP>. Acesso em: 31 jun. 2018.
11. HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.
12. HANGAI, Luis Antonio. A framing analysis de Goffman e sua aplicação nos estudos em comunicação. **Ação Midiática**, Curitiba, v. 2, n. 1, 2012. doi: 10.5380/am.v0i3.28658.
13. HANNERZ, Ulf. The local and the global continuity and change. *In*: HANNERZ, Ulf. **Transnational connections**: culture, people, places. London; New York: Routledge, 1996. p. 17-29.
14. HEGMON, Michelle. Technology, style, and social practices: Archaeological approaches. *In*: STARK, Miriam T. **The archaeology of social boundaries**. Washington, DC: Smithsonian Institution Press, 1998. p. 232-263.
15. KOPYTOFF, Igor. The cultural biography of things: commoditization as process. *In*: APPADURAI, Arjun (org.). **The social life of things**: commodities in cultural perspective. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. p. 64-94.
16. LATOUR, Bruno. **Reassembling the social**: an introduction to act-network-theory. Oxford: Oxford University Press, 2007.
17. LINS, Daniel Soares. **O último copo**: álcool, literatura, filosofia. São Paulo: Civilização Brasileira, 2013.
18. MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
19. MIZRAHI, Mylene. **A estética funk carioca**: criação e conectividade em Mr. Catra. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2014.
20. MIZRAHI, Mylene. “O Rio de Janeiro é uma terra de homens vaidosos”: mulheres, masculinidade e dinheiro junto ao funk carioca. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 52, e185215, 2018. Disponível em: <http://bit.ly/2XJnADF>. Acesso em: 6 set. 2018.
21. RIBEIRO, Magda dos Santos. Por uma biografia das coisas: a vida social da marca Havaianas e a invenção da brasilidade. **Etnográfica**, Lisboa, v. 17, n. 2, p. 341-367, 2013. doi: 10.4000/etnografica.3148.
22. ROCHA, Gilmar. “Eis o malandro na praça outra vez”: a fundação da discursividade malandra no Brasil dos anos 70. **Scripta**, Belo Horizonte, v. 10, n. 19, p. 108-121, 2006. doi: 10.5752/P.2358-3428.

23. ROCHA, Gilmar. “Navalha não corta seda”: estética e performance no vestuário do malandro. **Tempo**, Niterói, v. 10, n. 20, p. 121-142, 2005. doi: 10.1590/S1413-77042006000100007.
24. STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**: roupas, memória, dor. São Paulo: Autêntica, 2012.
25. ZANGARI, Wellington. Experiências anômalas em médiuns de Umbanda: uma avaliação fenomenológica e ontológica. **Boletim: Academia Paulista de Psicologia**, São Paulo, v. 27, n. 2, p. 67-86, 2007. Disponível em: <http://bit.ly/2GDKfLJ>. Acesso em: 9 nov. 2014..