

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA

Isadora Xavier da Silva

O stylist e a construção da imagem da artista: Uma análise das aparências que (re)criaram
Karol Conká após o BBB21

Juiz de Fora
2023

Isadora Xavier da Silva

O stylist e a construção da imagem da artista: Uma análise das aparências que (re)criaram
Karol Conká após o BBB21

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Bacharelado em Moda, do Instituto de
Artes e Design, da Universidade Federal de
Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção
do grau de Bacharel em Moda.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria Claudia Bonadio
Coorientador: Me. Paulo de Oliveira Rodrigues Junior.

Juiz de Fora
2023

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Silva, Isadora Xavier da.

O stylist e a construção da imagem da artista : uma análise das aparências que (re)construíram Karol Conká após o BBB21 / Isadora Xavier da Silva. -- 2023.

80 p. : il.

Orientadora: Maria Claudia Bonadio
Coorientador: Paulo de Oliveira Rodrigues Junior
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2023.

1. Karol Conká. 2. Stylist. 3. Criação de imagem. 4. Moda. 5. Comunicação. I. Bonadio, Maria Claudia, orient. II. Rodrigues Junior, Paulo de Oliveira, coorient. III. Título.

Isadora Xavier da Silva

O stylist e a construção da imagem da artista: Uma análise das aparências que (re)criaram Karol Conká após o BBB21.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria Claudia Bonadio.

Coorientador: Me. Paulo de Oliveira Rodrigues Junior.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Maria Claudia Bonadio – Orientadora
Universidade Federal de Juiz de Fora/ IAD

Me. Paulo de Oliveira Rodrigues Junior - Coorientador
Universidade Federal de Juiz de Fora/PPGACL

Ma. Deyse Pinto de Almeida
Universidade Federal de Juiz de Fora/PPGACL

Ma. Natalia Rosa Epaminondas
Universidade Federal de Juiz de Fora/PPGACL

Dedico este trabalho a meus pais pelo apoio e incentivo incondicionais. Amo vocês. Para sempre.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que estiveram comigo, direta ou indiretamente, nesta exaustiva jornada, a qual carinhosamente apelidei de novela.

A Deus por ser acalanto e amparo e a minha fé por me manter erguida nos momentos de desespero.

Aos meus pais por todo o apoio, incentivo, puxões de orelha, e por me ensinarem o valor do estudo. A minha mãe Sônia, por todo o suporte e colo, nos momentos que mais precisei. Ao meu pai, Marcos (em memória), o maior fã e apoiador que eu poderia ter. Mesmo debilitado não deixou de me incentivar. Obrigada por acreditar em mim mesmo quando eu não fazia isso. Você não me deixou desistir, mesmo quando não estava mais aqui, papai.

Aos amigos que fizeram a minha jornada universitária mais leve e proveitosa. Fofocas e memes foram paz nos momentos de ansiedade. Agradeço a Waleska por sempre me sugerir as melhores ideias e a Carolaine por ouvir meus desabafos.

À psicóloga Barbara, por todo o apoio emocional.

Aos meus orientadores Prof.^a Dr.^a Maria Claudia Bonadio e Me. Paulo de Oliveira Rodrigues Junior, agradeço por toda troca, assistência e inspiração, mas também pela compreensão, paciência e empatia durante meu longo e cansativo processo de escrita.

À Ma. Deyse Pinto de Almeida e a Ma. Natalia Rosa Epaminondas, agradeço por se disponibilizarem a compor a banca examinadora, agregando conhecimento a este trabalho.

À UFJF, ao Instituto de Artes e Design, ao corpo docente da Universidade e aos professores do Bacharelado em Moda, por todos os ensinamentos e aprendizados ao longo desses anos em que a universidade foi meu lar. Sem vocês, minha formação acadêmica não seria a mesma.

Por fim, agradeço a mim mesma por não ter desistido.

“Moda é imagem, constrói imagens, confunde-se com as imagens da mídia, dialoga com as imagens de arte e se mistura com as imagens de marketing” (MESQUITA, 2018, p. 44).

RESUMO

O presente trabalho aborda as relações entre moda, imagem e comunicação tomando como foco a atuação dos criadores de imagem – o *stylist* e o *personal stylist*. O objetivo se concretiza a partir da análise das transformações do vestuário da *rapper* Karol Conká após sua conturbada participação no *reality show Big Brother Brasil 21*, em que suas mudanças visuais e comportamentais foram consequências da rejeição nacional sofrida por ela, após o programa. O documentário “A vida depois do tombo” (Globoplay, 2021) e o videoclipe da música “Dilúvio” (Youtube, 2021), narram o renascimento de uma nova artista, junto a linguagem não verbal das roupas e consolidam a redenção pelos erros do passado, revertendo os rumos do cancelamento e retomando a carreira de Karol Conká com maestria. Comprovando que uma imagem bem planejada e coesa resulta numa boa comunicabilidade.

Palavras-Chave: Moda e comunicação. Criação de imagem. Stylist. Personal Stylist. Karol Conká.

ABSTRACT

The focus of this piece of work is on the interplay between fashion, communication, and image, with particular attention paid to the role of image creators, specifically the personal stylist and stylist. The study of the transformation of rapper Karol Conká's wardrobe after her controversial appearance on the reality show Big Brother Brasil 21 forms the basis of this research. The significant changes in the artist's behavior and appearance following her national rejection after the show are captured in the documentary "A vida depois do tombo" (Globoplay, 2021) and the music video for the song "Dilúvio" (Youtube, 2021). These works illustrate how clothing can convey a non-verbal message of rebirth, redemption, and mastery, allowing an artist to overcome past mistakes and reverse the damaging effects of the "cancellation culture", proving that a cohesive image communicates what it desires through its appearance.

Keywords: Image creation. Fashion and communication. Stylist. Karol Conká.

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Figura 1 – Exemplo de questionário da consultora Paula Martins	23
Figura 2 – Os cinco biótipos	24
Figura 3 – Estilos universais	25
Figura 4 – Cores psicológicas	26
Figura 5 – Color me Beautiful de Carole Jackson	26
Figura 6 – Análise de coloração pessoal	27
Figura 7 – Álbum “Batuk Freak”	29
Figura 8 – Painel de estilo de Karol Conká	30
Figura 9 – Videoclipe da música “Tombei”	32
Figura 10 – Geração Tombamento	32
Figura 11 – Influências do afrofuturismo em trabalhos de Karol Conká	33
Figura 12 – Anúncio de Karol Conká no BBB21	34
Figura 13 – Cenas em que Karol humilha Lucas na cozinha	35
Figura 14 – notícias sobre a perda de seguidores	36
Figura 15 – Cenas do documentário em que explicam que o ódio a artista tomou grandes proporções	36
Figura 16 – Ameaças e xingamentos na internet direcionados a artista	37
Figura 17 – Karol Conká em entrevista ao programa “Mais Você”	38
Figura 18 – Abertura do documentário “A Vida Depois do Tombo”	40
Figura 19 – Trechos em que a artista é convidada a revisitar os seus erros	41
Figura 20 – Cartaz de divulgação do documentário	41
Figura 21 – Karol sai da escuridão e caminha em direção a luz	43
Figura 22 – Disposição panóptica para reforçar as relações de poder	44
Figura 23 – Karol e suas controvérsias	45
Figura 24 – Painel de estilo de Karol Conká no BBB21	46
Figura 25 – Painel de estilo de Karol Conká no documentário	47
Figura 26 – Figurino usado no documentário, nos momentos em que a rapper revisita/revive os erros do BBB21	48
Figura 27 – Frames da entrevista ao Fantástico	49
Figura 28 – Frames da entrevista ao Domingão do Faustão	49
Figura 29 – Memes	50

Figura 30 – As representações de Maria, mãe de Jesus, e de Iemanjá, mãe d’água	52
Figura 31 – Look usado por Karol na final do BBB21 e as semelhanças com o figurino da princesa Jasmine	54
Figura 32 – Visual de Karol em entrevista ao programa “É de casa”	55
Figura 33 – À esquerda Karol Conká em 2021 e à direita a cantora Whitney Houston nos anos 80	56
Figura 34 – A rede social Instagram na estética visual de “Dilúvio”	57
Figura 35 – Comparação entre os clipes de “É o poder” (2015) e “Dilúvio” (2021)	58
Figura 36 – Cenas que demonstram o sofrimento em Dilúvio	59
Figura 37 – Trechos do videoclipe	60
Figura 38 – Preparação para o renascimento da artista	61
Figura 39 – Cabelos alongados são a conexão da cabeça e a terra	61
Figura 40 – Karol de frente a suas múltiplas personalidades	62
Figura 41 – Karol e a inferioridade no olhar	63
Figura 42 – Representações de Oxum	64
Figura 43 – O visual traz referências a orixá Oxum	64
Figura 44 – Reflexão na água	65
Figura 45 – A ressurreição e o renascimento de Karol Conká	65
Figura 46 – Despir-se	66
Figura 47 – O despertar do dilúvio	67
Figura 48 – arrumação da desordem	67
Figura 49 – O recomeço.Fonte: Videoclipe Dilúvio (Youtube, 2021)	67
Figura 50 – Capas dos singlesFonte: G1 (2022)	69
Figura 51 – Urucum	70
Figura 52 – À esquerda o quadro Medusa, do pintor Caravaggio e a direita a estátua de Medusa	71
Figura 53 – Urucum	71
Figura 54 – Figurinos de Karol Conká em 2023	72

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	MODA, IMAGEM E COMUNICAÇÃO: A MODA E SEUS MECANISMOS	16
2.1	A LINGUAGEM DA MODA	17
2.2	MODA É IMAGEM	18
3	STYLIST E PERSONAL STYLIST	20
3.1	DOS PROCESSOS: CONSULTORIA DE IMAGEM PESSOAL	23
4	AFINAL, QUEM É KAROL CONKÁ?	29
5	O BIG BROTHER BRASIL 21 E SUAS REVIRAVOLTAS: UMA ANÁLISE DAS IMAGENS QUE (RE)CRIARAM OUTRA KAROL CONKÁ	34
5.1	DEPOIS DA ELIMINAÇÃO: A ENTREVISTA NO “MAIS VOCÊ” E AS REFLEXÕES ACERCA DA REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA NAS MÍDIAS	37
5.2	O DOCUMENTÁRIO “A VIDA DEPOIS DO TOMBO”: A IMAGEM FRÁGIL E ARREPENDIDA	40
5.3	A REDENÇÃO EM “DILÚVIO”	51
5.3.1	A música e o videoclipe: reflexão, culpa e o renascimento de Karol Conká	57
5.4	E DEPOIS DO DILÚVIO?	68
5.4.1	Urucum para cicatrizar	69
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
	REFERÊNCIAS	74

1 INTRODUÇÃO

A curiosidade e fascínio pelo campo do *styling* iniciaram-se ainda na adolescência, com a admiração das fotografias que via nas revistas. Mas, foi apenas na graduação, com as aulas de “História da Moda” da professora Maria Claudia Bonadio, que tive o primeiro contato com as teorias que correlacionam moda e comunicação. Posteriormente, esse interesse foi intensificado com as disciplinas “Produção de Moda e Figurino” e “Pesquisa de Moda” do professor Luiz Fernando, onde de fato, obtive conhecimentos acerca do mercado das imagens, entendendo que aquelas fotografias das revistas eram os editoriais de moda¹, desenvolvidos pelos *stylists* – profissionais multifuncionais que coordenam a aparência por meio da escolha de roupas e acessórios, tornando-se capazes de desenvolver uma imagem de moda em desfiles, catálogos, editoriais fotográficos ou ainda como *personal stylist* (FRANGE, 2018, p. 23).

Na era das influências digitais, a quantidade excessiva de imagens as quais somos diariamente expostos tem como consequências um consumo e descarte numa velocidade acelerada, assim como a valorização do corpo e da aparência. Nesse cenário, refletir sobre como se é visto resulta na idealização de uma nova forma de comunicar-se, tornando-se uma necessidade, através do vestuário, especialmente para aqueles indivíduos que estão sempre em evidência nas mídias e exercem intenso poder de influência sobre o outro.

Partindo desse pressuposto, tem-se como objetivo da pesquisa teórica uma análise imagética das aparições da cantora e apresentadora curitibana Karol Conká, após sua conturbada participação no *reality show Big Brother Brasil 21*. Dessa forma, todo o discurso e a imagem que consolidaram a identidade da artista, que desde 2013 destaca-se no cenário nacional da música e é símbolo de representatividade para movimentos culturais identitários, como a “Geração Tombamento”, foram estrategicamente modificados, sendo indispensável a criação de uma nova figura – roupas, cores, atitudes, falas e postura – para que o público pudesse dissociá-la daquela imagem vista no confinamento, aceitando-a de um outro viés.

Logo, qual a importância do *stylist* na criação da imagem de um artista? E, qual o impacto na comunicação do sujeito? Como esse profissional age nos momentos de crise da

¹ Os editoriais de moda tem o intuito de despertar o desejo de compra para uma marca ou produto, a partir de linguagens criadas por meio do cenário, dos modelos, das poses, das roupas e das maquiagens, de acordo com um tema. É produzido pelo *stylist* em consonância com outros profissionais (FRANGE, 2018).

imagem? O enfoque na trajetória de Karol Conká como estopim da investigação, é justamente compreender a relevância desse profissional, sobretudo, acerca das transformações que garantiram a artista a retomada da carreira mesmo depois de tantas críticas (daqueles que a conheceram pelo programa); da eliminação histórica com 99,17% dos votos – a maior porcentagem de todos os *Big Brothers* do mundo; dos ataques e estereótipos racistas e de toda a rejeição enfatizada nos programas de televisão e sites de notícias.

Numa breve contextualização histórica, traçaremos os principais parâmetros sobre o início da atividade do *stylist*, apontando brevemente suas origens internacionais, enfatizando sua chegada e reconhecimento no mercado brasileiro, na década de 1990. Além de destacar os atuais rumos da profissão, que mesmo pouco popular fora dos campos artísticos, publicitários e da moda, têm se destacado com as redes sociais.

Partiremos de uma concisa revisão bibliográfica a respeito de conceitos e definições de livros, artigos e dissertações, que englobam o mundo da moda e suas relações com outras áreas. A começar, com o estudo de autores como Façanha e Mesquita em “*Styling e Criação de Imagem de Moda*” (2018), a fim de compreender os aspectos da criação da imagem de moda como agente de transformação social e individual. Embasamo-nos também nas ideias de Gilles Lipovetsky, em sua obra o “*Império do Efêmero*” (2009), cujo autor aponta a efemeridade da moda. Na obra de Titta Aguiar, em “*Personal Stylist: Guia para Consultores de Imagem*” (2009), a autora fundamenta detalhadamente os aspectos essenciais para o profissional que atua como *personal stylist*, aprofundando-se também nos debates sobre imagem e aparência. Já com Diana Crane, em “*A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*” (2006), vimos as relações entre roupa, corpo, imagem, identidade e os aspectos da sociedade. Malcolm Barnard, em “*Moda e Comunicação*” (2003), aponta as interseções entre moda, indumentária e comunicação. Enquanto o historiador francês Michel Pastoureau, em “*Preto: história de uma cor*” (2011), esclarece aspectos históricos, sociais e simbólicos de algumas cores.

Em “*Olhares Negros: Raça e Representação*” (2019) de bell hooks, o recorte de raça e gênero faz-se necessário para o entendimento das questões que fundamentaram a transição estética de Karol Conká e dos caminhos seguidos diante de sua representação midiática, justificados por Cida Bento em “*O Pacto da Branquitude*” (2022) com os debates sobre mídia e racismo. Enquanto a pesquisadora Nilma Gomes, em “*Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra*” (2002), contribui com as associações entre corpo, cabelo e identidade negra.

Com Maria do Carmo Rainho em “A imagem da moda e a moda das imagens” (2008), os estudos sobre a serialização das imagens partem da premissa da utilização iconográfica como fonte principal e/ou complementar de uma pesquisa histórica, não apenas como ilustração do texto, mas sim como um documento adicional, tão importante quanto o escrito, ou ainda mais que ele.

Atreladas as definições apontadas por Rainho, estão os painéis semânticos ou *moodboards* – ferramentas visuais complexas que intencionalmente misturam colagens, desenhos, cores, elementos gráficos e diversos materiais, para facilitar o desenvolvimento de projetos no campo do design e da moda (MCDONAGH E DENTON, 2004; GARDNER E MCDONAGH-PHILIP, 2001 apud FEDERIZZI; HALPERN; MACHADO; GERENDA, 2014, p. 3) – concedendo novos significados às imagens, ao traduzir os conceitos dos textos escritos, que, junto as minhas percepções pessoais, geram uma interpretação singular a essa pesquisa e seus temas.

Usaremos também da perspectiva religiosa do catolicismo cristão e das religiões afro-brasileiras, como intérpretes de significados da figura de redenção de Karol Conká. Autores como Monica Hortegas em “Religiões afrodiáspóricas na América Latina” (2018), sobre a construção das religiões afro-brasileiras no contexto da escravização dos negros e do racismo; Leda Perillo Seixas, em “Maria e Iemanjá: duas faces – um arquétipo” (2018), para nos mostrar a semelhança entre duas poderosas divindades femininas muito distintas – Maria e Iemanjá; Em “Sincretismo religioso afro-brasileiro” (1955), de Waldemar Valente, as definições de sincretismo religioso e os orixás; E “O poder da água. Uma dádiva e um risco” (2016), de Luciano Lourenço e Sofia Bernardino, as simbologias da água na religião.

O presente estudo inicia-se com uma sucinta reflexão acerca da moda e suas conexões com a imagem e a linguagem. Em seguida, serão definidos os principais aspectos que permeiam as profissões do *stylist*, *personal stylist* e os mecanismos de uma consultoria de imagem, para entender as técnicas utilizadas na criação de uma imagem de moda individual.

A pesquisa que se desenvolve leva ao entendimento de que o fazer do profissional *stylist* e *personal stylist* se concretiza pelo processo de produção da imagem, cabendo-lhes planejar, construir e recriar aparências, neste contexto, a apresentação de Karol Conká, personalidade (re)criada, é de singular relevância, e assim segue, desde sua trajetória no BBB21, passando pela análise das imagens de suas aparições após o *reality show*. A começar, a entrevista no programa “Mais Você” (2021), o documentário “A vida depois do tombo” (2021) e por fim, o videoclipe da canção “Dilúvio” (2021), os quais articulam com a narrativa

criada para a imagem da artista e as complexidades do vestuário e da aparência que marcaram de vez sua vida e carreira.

Portanto, a investigação fez-se imprescindível para sanar as indagações iniciais do tema, de forma crítica, conectando criação de imagem e comunicação, direcionando os diálogos do campo da moda para além da trivialidade da roupa, mas também para aspectos socioculturais da vida contemporânea. Tudo isso, a fim de compreender a atuação do *stylist* como influência significativa na criação de uma imagem de moda. E isso se dá, pelas narrativas construídas plasticamente pela artista Karol Conká, que mostra o quão indispensável foi para o seu reposicionamento identitário o ajuste da aparência à sua comunicabilidade.

2 MODA, IMAGEM E COMUNICAÇÃO: A MODA E SEUS MECANISMOS

O termo moda pode ser aplicado em múltiplos contextos da vida, mas é com a roupa que ela se sobressai, dando sentido a discursos históricos e socioeconômicos. Como comunicadora assume um papel de linguagem que concede identidade ao indivíduo (CALANCA, 2008, p.12-16).

Produto de paradoxos, a moda é sinônimo de coletividade, imitação e individualismo. Caracterizada como um instrumento social de temporalidade breve e mudanças constantes, é impulsionada pelo desejo de parecer único e original, deixando de exercer com exclusividade as funções de adorno e enfeite para consolidar as rivalidades entre as classes, reconfigurando a hegemonia das cidades modernas ocidentais através da organização da vida coletiva, isto é, a partir das distinções sociais que fortalecem seu sistema (BARNARD, 2003; CRANE, 2006; LIPOVETSKY, 2009).

O vestuário é o meio de comunicabilidade que gera códigos de uma língua universal responsável por propagar mensagens, delineando o modo como os indivíduos constroem suas identidades nessas estruturas sociais, delimitando os status e os gêneros (CRANE, 2006). Nesse cenário, as associações que correlacionam moda, feminilidade e superficialidade, são usadas para reforçar as dominações de gênero, termo definido por Teresa de Lauretis (1987 apud SOUZA, 2021, p. 22), como um conjunto de mecanismos sociais que reforçam as divisões entre homens e mulheres, denominadas “tecnologias de gênero”, que se estruturam no vestuário, e fazem dele elemento de manutenção dos discursos de poder e hegemonia que permeiam o coletivo.

De fato, é a aparência que traduz o mundo, suas futilidades e efemeridades, enquanto a roupa interfere diretamente nos efeitos da imagem do sujeito, cumpre também o papel de catalisadora de expressões não verbais, possibilitando diferentes interpretações e comunicações, incluindo as mensagens que não serão entendidas por todos (CRANE, 2006; LIPOVETSKY, 2009).

Segundo Barnard (2003), o vestuário [...] permite que o indivíduo desenvolva uma nova personalidade, modificando sua linguagem e conseqüentemente mensagem. Isto posto, infere-se que a moda imprime novos significados, logo, as mudanças no visual da *rapper* Karol Conká, objeto de estudo dessa pesquisa, conferiram-lhe outra personalidade sustentada pelo vestuário, o que lhe garantiu a comunicação almejada.

Sendo assim, a moda como uma das principais difusoras e criadoras de imagens da atualidade, consolida-se como elemento essencial para a comunicação e a produção cultural, (BARNARD, 2003 apud FAÇANHA, 2018, p. 67), uma vez que suas relações com a imagem e a comunicação são usadas na compreensão das interdependências entre os mecanismos que pautam a moda, e definem a aparência a partir dos imaginários que ela mesma cria, fazendo com que o sujeito compreenda sua existência (BERENHOLC, 2018). Para além da frivolidade apontada por Lipovetsky, ou das divisões fomentadas pelas “tecnologias de gênero”, a roupa como linguagem interfere diretamente nos efeitos da imagem do indivíduo.

2.1 A LINGUAGEM DA MODA

A comunicação é o meio no qual um indivíduo diz alguma coisa a alguém e sua eficácia está relacionada a forma que a mensagem é recebida. Sendo a moda um sistema de linguagens e signos que expressa e comunica, sem usar palavras faladas ou escritas, a roupa é o recurso que a consolida como linguagem (BARNARD, 2003; GARDIN, 2008).

Reflexo dos modos sociais e dos grupos, o vestuário gera códigos de uma língua universal e propaga mensagens através das roupas (CRANE, 2006), então, o discurso da moda que se manifesta pela linguagem, isto é, pelas linhas, formas, cores, texturas, decotes, bordados, etc., transmitem informações a depender dos contextos que estão inseridos, sejam eles políticos, sociais ou estéticos (OLIVEIRA, 2007, p.34), configurando-se em signos da comunicação não verbal diretamente ligados a aparência, os quais serão importantes durante a análise dos figurinos da cantora Karol Conká e o significado de suas roupas como propagadores de uma mensagem.

Visto que, o corpo é o principal elemento de expressão, comunicação e percepção do sujeito no mundo, evidenciando os valores que o socializa (OLIVEIRA, 2007), e fazendo com que os lugares em que ele se apresente, junto a roupa, sejam munidos de sentido. Logo, o corpo não é um mero suporte da vestimenta, mas também é um propagador de manifestações culturais que moldam as relações com a moda, garantindo novos símbolos aos corpos vestidos, que apresentam informações sobre si, com ou sem a roupa (BONADIO 2015; CASTILHO, 2009).

De acordo com Ilana Berenholc (2018), é ainda nos primeiros segundos, ao olhar o outro, que já convencemo-nos a saber tudo acerca de sua vida, apenas pelo que foi visto. O corpo, as roupas e a aparência influenciam as percepções, julgamentos e as relações com o

sujeito, justamente pelas interseções que envolvem os signos do vestuário, o imaginário e a realidade.

Dessa forma, é diante do outro que o indivíduo reconstrói o corpo com expressões culturais, desenvolvendo a identidade e o discurso que estabelecem seu lugar no mundo, em que para as pessoas públicas, essa interação se concretiza pelo reconhecimento dessa identidade no coletivo (CASTILHO, 2009; OLIVEIRA, 2007). Então, Karol Conká, objeto de estudo dessa pesquisa, carrega em si, símbolos identitários que a destacam como figurável. O corpo, as vestimentas e seus penteados são elementos de suma relevância para que ela se reconheça e seja reconhecida. No entanto, quando a artista tem a carreira marcada pela reviravolta da rejeição, seu corpo-vestido concede outro sentido àquelas roupas que sempre a caracterizaram, havendo uma necessidade de apropriar-se de elementos que simbolizam a redenção – marcados pelos signos religiosos e cores suaves –, para reestruturar-se com outra linguagem do vestuário distinta daquela inicial, e assim ter como resultado uma nova imagem coesa, comprovando as linguagens da moda.

2.2 MODA É IMAGEM

Em decorrência das transformações do final do século XX, com o fortalecimento das mídias e a democratização das informações, a roupa adquire menor relevância do que as imagens e seus signos, sendo o foco da moda o valor atribuído aos itens do vestuário que se consolidam nas imagens (CRANE, 2006).

Imagem é percepção e imaginação. Ligada a mente e a visão relaciona-se com todos os sentidos, mostrando muito além do que o olho pode enxergar. Dotada de significados que refletem a realidade e o imaginário individual, sua interpretação depende diretamente das emoções e da memória de quem a vê (SANT'ANNA, 2018), revelando contextos sociais, culturais e de gênero de um período. Do mesmo modo, a fotografia estabelece-se como um produto social de comunicação e fonte histórica, apontado como um importante documento de tradução de determinada época, que mostra o mundo a partir de visões contemporâneas de quem as produziu, possibilitando a interpretação de discursos nessas imagens (fotográficas ou não) (MAUAD, 2005; RAINHO, 2008).

Partindo dessa premissa, o estudo das imagens de Karol Conká no pós BBB, demonstram que os mecanismos da aparência se transformam com a imagem. Por meio da análise imagética da *rapper*, nota-se um discurso, no qual há uma mensagem a ser

comunicada, com o vestuário e outros elementos da narrativa, de modo a entender esses signos por trás da nova identidade e aparência da artista, originadas num período difuso de sua carreira.

Sabendo-se que a moda está ligada aos aspectos sociais e comportamentais que envolvem o sujeito contemporâneo, sua identidade e comunicação, é através da imagem que ela se consolida, a fim de disseminar o desejo por itens da moda. Em meio a essas novas necessidades, surgem os profissionais responsáveis por criar e desenvolver as imagens de moda – o *stylist* e *personal stylist*, demonstrando suas interseções com a imagem e a linguagem (AGUIAR, 2009, p. 31; BRACCHI, 2018, p. 177).

3 STYLIST E PERSONAL STYLIST

O *stylist* é o responsável por criar e ordenar as imagens de moda, elaborando narrativas através da organização de roupas e acessórios, sobretudo, com uma temática pré-definida pelo estilista, equipe ou cliente. O termo *styling*, traduzido do inglês como estilo, caracteriza os processos de concepção e produção das imagens, tendo como principal objetivo instigar o consumo e o desejo no público-alvo, estreitando as relações entre consumidor, marca e a realidade, com técnicas de estímulo a compra e a fantasia que afetam diretamente o psicológico das pessoas (FRANGE, 2018, p. 23; MESQUITA, 2018, p. 45).

Segundo Frange, a versatilidade do *stylist* possibilita sua atuação em diversas funções: seja na organização e edição de desfiles, nos publicitários, nos figurinos de filmes ou televisão e ainda como *personal stylist* – quando veste uma pessoa individualmente (2018, p. 23-37). É ele o profissional que apoia e organiza a criação de uma imagem de moda, sendo uma necessidade a troca de informações com modelos, fotógrafos, camareiros, maquiadores, editores, estilistas, jornalistas, lojistas, etc. (FAÇANHA, 2018).

Ao longo da história, costureiros e estilistas já eram os responsáveis por vestir e sugerir combinações de roupas, acessórios e penteados – como é o caso de Rose Bertin, modista da Rainha francesa Maria Antonieta, no século XVIII (AGUIAR, 2009, p.12). No entanto, foi apenas em meados do século XX, que pequenos acontecimentos deram origem ao *stylist* como se conhece hoje, fomentados pelo contexto das transformações sociais e dos novos desejos de consumo de produtos de moda (CROCKER, 2016 apud FURTADO E BASTOS, 2021). Na década de 1960, os próprios editores de moda das revistas já faziam a curadoria das roupas para os editoriais fotográficos, com o objetivo de despertar o consumo através da imagem; e nos anos 80, surgiram os primeiros *stylists* autônomos nas revistas de moda internacionais como as britânicas *The face* e *I-D Magazine* (MCASSEY E BUCKLEY, 2013, p. 10-11).

No Brasil, a profissão foi reconhecida no fim dos anos 90 e início dos 2000, devido às transformações culturais que influenciaram também o mundo da moda. A globalização, a popularização da internet e o descarte veloz das imagens, atrelados à necessidade de criação de um renomado e autêntico mercado de moda brasileira, deram origem às principais semanas de moda do país: o Morumbi Fashion Week (posteriormente São Paulo Fashion Week), o Phytoervas Fashion, a Casa de Criadores e o Fashion Rio, fazendo com que todos os eventos e

revistas de circulação nacionais passassem a ter a assinatura de um *stylist* nas concepções das imagens (MESQUITA, 2018).

Simultaneamente, acontecia a ascensão da TV brasileira, aumentando as preocupações com o vestuário dos famosos que apareciam nas telas, nas revistas e nos videoclipes, em especial dos apresentadores da emissora *MTV*, que consolidaram tendências e criaram identidades entre os mais jovens (FAÇANHA, 2018, p.66). De fato, os anseios e inquietações análogos à imagem e a estética dos indivíduos em exposição nas mídias, mesmo após décadas, continuam pautas relevantes, só que agora, assim como os famosos que apareciam na televisão, os jovens influenciadores digitais são os responsáveis por difundir tendências, opiniões e identidades, através das redes sociais.

Nesse universo das tecnologias, democratização das mídias e difusão das imagens de moda, o auxílio do *stylist* transforma-se numa necessidade quase imprescindível para as pessoas públicas, em vista que são observadas a todo momento por muita gente. Então, ao coordenar a imagem individual de alguém, esse profissional adquire o título de *personal stylist* ou um consultor de imagem pessoal, deixando de focar nas campanhas publicitárias e atendendo as necessidades e interesses de determinada pessoa, artista ou empresa. Em vista disso, o *personal stylist* é definido pela AICI², como um especialista em aparência, comportamento, comunicação verbal e não verbal, em que as roupas, posturas e expressões do sujeito sustentam o planejamento e a intenção da imagem e são o elo coerente do discurso entre o que se pretende comunicar e a representação de si, ao mesmo tempo em que mantém o foco na moda, nas tendências, no estilo pessoal e nas características físicas do indivíduo (BERENHOLC, 2018, p. 151-159).

Segundo Rosane Preciosa (2018, p. 165), esse profissional é um consultor de aparências ou “tradutor dos códigos de moda”, sendo o responsável por delinear os caminhos da moda a serem seguidos pelo outro, cuja maior função é confundir-nos. A autora tece críticas acerca da legitimidade e influência dessa tradução do vestir e da autoridade dada a ele como decodificador da moda, justamente porque suas visões podem interferir nesse processo e nas imagens “únicas e autênticas” criadas por ele. No entanto, partindo do pressuposto que o

² AICI - A Association of Image Consultants International (Associação Internacional de Consultores de Imagem) é a maior associação profissional de consultores de imagem pessoal e corporativa de todo o mundo, reunindo indivíduos e empresas que buscam serviços de consultoria de imagem com especialistas sobre aparência, comportamento, habilidades de comunicação, etiqueta, etc., com o intuito de aumentar o profissionalismo e o reconhecimento dos consultores de imagem. Disponível em: https://www.aici.org/page/about_us. Acesso out. 2022.

trabalho do *personal stylist* é pautado na linha tênue de transformação das relações pessoais e da moda, ao ignorar isso, o profissional está desconsiderando o sujeito e suas vivências para impor o que lhe agrada ou não, e, portanto, não existe uma consultoria de imagem, especialmente porque essa tradução não funciona.

Sabendo-se da importância da aparência e da responsabilidade que é vestir o outro, o *stylist* e estilista Phillip Bloch (1998, p. 8 apud FAÇANHA, 2018, p. 70), afirma que “seu ofício é essencial para a indústria onde apresentar a imagem certa pode aumentar ou diminuir em milhões de dólares o cachê de uma personalidade”. Tal afirmativa fundamenta-se no fato de que uma imagem bem planejada pode impulsionar a carreira de um indivíduo, ao passo que negligenciá-la pode resultar na perda de trabalhos e, conseqüentemente, dinheiro. É o caso da *rapper* Karol Conká, após o BBB21, quando a identidade da artista, que sempre teve uma imagem coerente, foi transformada pelas controvérsias do *reality show*, o que a fez perder trabalhos e o apreço do público, tornando-se necessário o planejamento de uma nova imagem que revertesse essa situação, a qual entenderemos ao longo desse estudo.

Dessa forma, as relações entre o *stylist* e o *personal stylist* consolidam-se a partir da criação das imagens de moda, que dão novos sentidos ao indivíduo por meio da coordenação da aparência, a considerar os diálogos do vestuário, seus signos não verbais e do corpo (FAÇANHA, 2018, p. 67). Então, para desenvolver uma imagem de moda individual, são necessários processos e técnicas que constituem uma consultoria de imagem, cuja função é transformar as relações entre sujeito e moda, enfatizando a funcionalidade das roupas, estimulando a economia de tempo, dinheiro, praticidade, e ressignificando as preocupações com a aparência e o consumo.

E isso se dá por meio de ferramentas como análise de biótipos, definição dos estilos universais, coloração pessoal, limpeza do guarda-roupa, *personal shopper*, etc., que ajudam no entendimento do estilo pessoal do sujeito como extensão do indivíduo, onde a mensagem a ser transmitida reflete nas roupas, nos acessórios, no penteado, na personalidade, e dependem dos comportamentos sociais (FAÇANHA E MESQUITA, 2018; AGUIAR, 2009). Dentre essas, abordaremos algumas para o entendimento de como se constrói uma imagem de moda individual, e do mesmo modo, entenderemos sua relevância para a análise das transformações de Karol Conká.

3.1 DOS PROCESSOS: CONSULTORIA DE IMAGEM PESSOAL

Dá-se início a uma consultoria de imagem com entrevistas e questionários, que contenham perguntas íntimas e pessoais, reunindo o maior número de informações do indivíduo: desde o estilo de vida, gostos, profissão e necessidades até os hábitos de consumo, a fim de que seus desejos sejam traduzidos para as roupas, de forma genuína pelo *personal stylist* (BERENHOLC, 2018, p.152). Na figura abaixo (figura 1), retirada do curso online da consultora de estilo Paula Martins³, há um exemplo de como essas perguntas são simples e concisas, para coletar maiores informações do indivíduo.

Figura 1 – Exemplo de questionário da consultora Paula Martins

O questionário é dividido em cinco seções numeradas, cada uma com perguntas orientadas para coletar informações pessoais e de estilo de vida do cliente.

1

- Faça com que a cliente fale sobre seu dia a dia;
- Saiba sua profissão e sua rotina de trabalho (sai muito do escritório? Trabalho longe de casa? Usa transporte público? Trabalho formal ou informal?)

2

- Sua cliente pratica esportes? Onde?;
- Quais são seus hobbies? O que gosta de fazer aos fins de semana? Possui muito tempo livre?

3

- Costuma viajar? Para onde? Com que frequência?
- Como é a rotina familiar? É casada? Tem filhos? De que idade?
- Costuma sair muito? Prefere programas noturnos ou durante o dia? Com quem costuma sair? Que tipo de lugar frequenta?

4

- Que tipo de música ouve? Quais as bandas ou cantores preferidos?
- Quais as lojas que costuma comprar? E onde jamais consideraria comprar?
- Quem são suas inspirações, não só sobre estilo, mas de qualquer outra área;

5

- Quais são suas áreas de maior interesse?
- Suas qualidades e defeitos? O que as pessoas gostam em você?
- O que costuma chamar sua atenção?

Fonte: Curso online da consultora de imagem e estilo Paula Martins (2018).

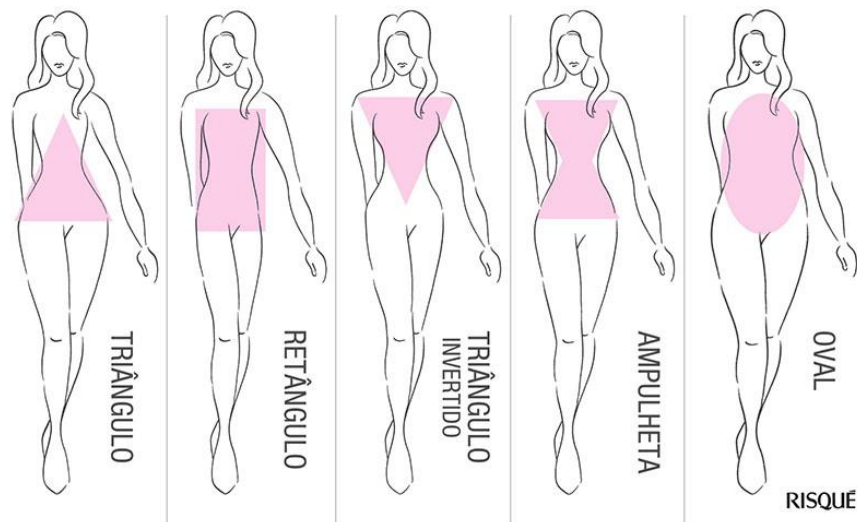
Em seguida, identifica-se entre os biótipos⁴, aquele que destaca ou disfarça determinadas partes do corpo, proporcionando um equilíbrio visual, conforme deseja o

³ Paula Martins é uma jornalista, estilista e criadora de conteúdos de moda, que desde 1996 presta consultoria de estilo para marcas, pessoas, programas de TV, comerciais e promove cursos de desenvolvimento de coleção e *styling*. É colunista de moda na rádio Band News e na Revista Caras. A imagem foi retirada de seu curso online, disponível na plataforma paga Udemy. Disponível em <<https://paulamartinsoficial.com.br/paula-martins>>. Acesso em set. 2021.

⁴ Os biótipos são definidos a partir de um complexo estudo matemático de mensuração das medidas e proporções do corpo humano, ligado a antropometria, ciência que estuda as medidas e volumes do corpo (RANIERI, 2017).

sujeito. Segundo Aguiar (2009), eles podem ser classificados em cinco biótipos, que formam silhuetas pré-definidas a partir das medidas do corpo, sendo elas: ampulheta, triângulo invertido, triângulo, retângulo e oval (figura 2). Autores como Vaz (2011) afirmam que as vantagens de identificar o seu biótipo envolvem autoestima, confiança e o custo-benefício de adquirir certas peças de vestuário. No entanto, essas definições, apesar de terem relevância nas questões ergonômicas de construção da roupa e nos mecanismos de vestibilidade dos produtos de moda, quando aplicadas ao universo das consultorias, se consolidam como dispositivos de exclusão de corpos fora do padrão, reforçando as hegemonias acerca dos ideais femininos.

Figura 2 – Os cinco biótipos



Fonte: Escola de costurar (s.d.).

Durante a década de 1980, Alyce Parsons e Mimi Dorsey, pioneiras na consultoria de imagem nos EUA, desenvolveram uma pesquisa complexa sobre *marketing* e perfis de consumo, a qual resultou na definição dos sete estilos universais, sendo eles: romântico, clássico ou tradicional, criativo, esportivo ou natural, sexy, dramático ou moderno e elegante (ALMEIDA, 2020, p. 47 apud FRANCISCO, 2021, p. 13).

O painel a seguir (figura 3), ressignifica as concepções desses estilos a partir de uma síntese pessoal, sendo através deles que o sujeito se reconhece enquanto reorganiza sua autoimagem. Assim, o estilo esportivo é caracterizado pela informalidade; o elegante pelo refino; o clássico pela seriedade; o sexy pela sensualidade; o romântico pela feminilidade; o criativo pelo colorido e extravagância; e o dramático pelas proporções exageradas (AGUIAR, 2009; VAZ, 2011).

Figura 3 – Estilos universais



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

As cores e seus efeitos são mecanismos de transformação da imagem e da aparência. Componentes de impacto na imagem pessoal, relacionam-se com a linguagem das roupas, afetam a comunicação e a identidade das pessoas, e podem: “representar, distorcer, estimular, tranquilizar, deprimir, atrair, repelir, trazer prazer ou sofisticação”, afetando a comunicação diante de si mesmo e do outro (AGUIAR, 2009, p.102-103).

Em vista disso, as cores configuram-se como um dos elementos que auxiliam na reconstrução da imagem de Karol Conká e explicitam, junto a roupa, suas emoções após o BBB, assumindo grande importância nas transformações da artista. Então, associar as cores aos sentimentos, trata-se de consequências de experiências comuns que estão enraizadas na cultura e variam com o contexto social, a ocasião e relacionam-se com o imaginário coletivo. A partir das combinações psicológicas (figura 4) – aquelas que desconsideram as teorias e definem as cores a partir dos sentimentos e da razão -, na mistura entre duas ou mais cores, uma sempre complementa o sentido oposto da outra, como é o caso do vermelho e do azul que possuem simbologias contraditórias: quente-frio; masculino-feminino (HELLER,2021).

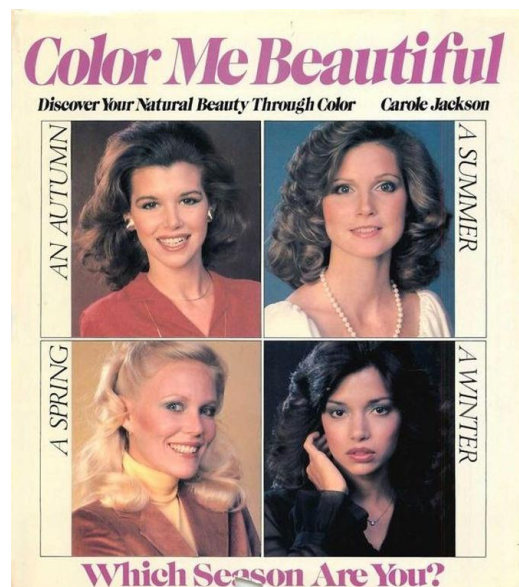
Figura 4 – Cores psicológicas



Fonte: Livro “A psicologia das cores” (HELLER, 2021).

Nesse contexto, é com a análise de coloração pessoal, parte relevante da consultoria de imagem, que as relações do indivíduo com as cores e a moda são ressignificadas. Desenvolvida pela estilista estadunidense Suzanne Caygill, que adaptou as teorias do pintor suíço Johannes Itten para o campo da moda, organizando as diferenças de tons de pele em quatro grupos iguais as estações do ano, para incentivar o uso das cores no vestuário. Porém, o método tornou-se popular com a escritora estadunidense Carole Jackson, em seu livro “*Color me Beautiful*” (1973) (figura 5), que aprimorou os termos sobre coloração pessoal e a teoria de Caygill, fazendo do tom de pele elemento fundamental para encontrar as cores que harmonizam cada pessoa individualmente (HELLER, 2021, p. 223; ULRICH, 2021, p. 59-60).

Figura 5 – Color me Beautiful de Carole Jackson



Fonte: Blog Moda para mim (2020).

Em resumo, na análise de coloração pessoal o profissional coloca algumas amostras de tecidos de diversos tons e intensidades próximo ao rosto da pessoa, testando cada um deles diretamente na pele, entendendo como as cores se comportam com os cabelos e olhos, até de fato, achar o melhor conjunto. “As cores selecionadas são aquelas que harmonizam com a coloração pessoal, iluminam, rejuvenescem e suavizam a textura da pele, deixam o rosto corado, definem o contorno facial, valorizam os traços e equilibram as formas” (AGUIAR, 2009, p. 97). Por fim, é disponibilizado uma tabela-dossiê com a cartela de cores encontrada e as referências de como utilizá-las no vestuário. O exemplo das fotos (figura 6) ilustram o funcionamento dessa análise, método que vem popularizando-se nos últimos tempos com as divulgações nas redes sociais.

Figura 6 – Análise de coloração pessoal



Fonte: Blog “Moda Pé no Chão”, por Ana Soares (2018).

Os parâmetros da colorimetria foram abordados de forma sucinta, apenas para demonstrar a funcionalidade diante das etapas de uma consultoria de imagem. Mesmo assim, é nítido tratar-se de um método excludente, pensado numa visão eurocentrada que inclui apenas mulheres de pele clara. E apesar de sua popularização, ainda é raro encontrar mulheres não brancas realizando o procedimento, reflexos sociais pautados no racismo que também se reproduzem no campo da moda, sendo necessário considerar a existência desse público e deixar esses espaços mais acessíveis.

Na última fase, o planejamento e as combinações entre as peças, se dão a partir da síntese de todas as outras anteriores, de modo que dialoguem com a proposta do novo visual,

unindo as roupas que já existiam no armário com as novas. Diante disso, ter em mãos uma orientação imagética na hora de vestir-se (seja através de planilha, *moodboard* ou portfólio) permite a montagem de *looks* variados sem a necessidade de consumir em excesso (BERENHOLC, 2018, p. 155).

Portanto, os procedimentos que formam a consultoria de imagem detalham a construção de uma comunicação visual bem planejada através da aparência e do uso das cores. É evidente que ao compreendê-los também se conhece a atuação do *stylist* e *personal stylist*, assim como as complexidades do desenvolvimento da criação da imagem de moda, essenciais na narrativa da imagem da *rapper* e artista Karol Conká após a saída do BBB21, tema principal desse estudo.

4 AFINAL, QUEM É KAROL CONKÁ?

Karoline dos Santos de Oliveira, popularmente conhecida como Karol Conká, é uma cantora, compositora e apresentadora curitibana. De origem periférica, seu primeiro contato com o *rap* veio ainda na adolescência, durante as batalhas na escola, e posteriormente, nos grupos de *hip-hop* que integrou em sua cidade. Aos 19 anos, tornou-se mãe e teve de pausar a carreira para o nascimento do filho, retornando, de fato, alguns anos depois com o lançamento do EP “Promo” e o single “Boa Noite” (2011). Porém, é em 2013, com seu primeiro álbum de estúdio, intitulado “Batuk Freak” (figura 7), que seu sucesso é comprovado. Em 2017, deu início a carreira de apresentadora ao comandar o programa “Superbonita”, do canal de assinaturas GNT (AFONSO-ROCHA, MOURA MELO E ROSA DOS SANTOS, 2019).

Figura 7 – Álbum “Batuk Freak”



Fonte: RollingSoul (2013).

O estilo musical diferenciado, com letras que pautam a vida e a liberdade da mulher negra, fizeram de Conká símbolo do empoderamento feminino no cenário do *rap* nacional – um ambiente tomado por estereótipos do universo masculino negro, heterossexual e cisgênero. Nesse contexto, suas roupas e aparência sempre foram questionadas, fazendo com que ela adotasse uma postura de maior destaque. Por ser uma cantora negra, com cabelo crespo, penteados coloridos e roupas chamativas, numa época em que as referências nos meios de comunicação, e principalmente na moda, eram dominados apenas por padrões brancos, certamente, foram características inovadoras para uma artista nacional, fazendo dela um ícone de moda da juventude negra.

Dentre os sete estilos universais existentes (já explicados anteriormente), Karol Conká sempre teve dois muito marcantes: o criativo e o dramático, os quais habitualmente dialogavam com sua personalidade. O primeiro, apropria-se da moda como expressão e arte, e tem características como a criatividade; as combinações de cores contrastantes e mix de estampas, tecidos, estilos e designers; a escolha de peças únicas, extravagantes com maquiagens fortes e penteados diferentes. Enquanto no outro – o dramático, as roupas têm modelagens bem estruturadas, com estampas impactantes; cores neutras ou fortes; combinações inusitadas, acessórios com proporções exageradas e cortes de cabelos modernos (AGUIAR, 2009 p. 75-80; VAZ, 2011, p. 22-41).

No painel abaixo (figura 8), traduz-se por meio das imagens as particularidades visuais que sempre a identificaram. O estilo, as roupas nada óbvias com modelagens incomuns e os cabelos diferentes, versavam com sua imagem empoderada, livre e autêntica. É importante frisar que esses painéis, presentes em diversos momentos desta pesquisa, possibilitam que o leitor acompanhe, através da imagem, minhas perspectivas em relação as transformações da artista.

Figura 8 – Painel de estilo de Karol Conká



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

O visual criativo deu identidade a ela, tornando-se inspiração para grupos de valorização da negritude, como a Geração Tombamento – movimento identitário, estético e político que utiliza a moda para romper estereótipos de raça e gênero, visando a existência/resistência dentro da sociedade racista brasileira (DOS SANTOS E DOS SANTOS, 2018). Segundo Duarte (2017), sua origem está ligada aos jovens na internet, que o difundiram nos centros urbanos, influenciados pelo afrofuturismo⁵ e outras afro-estéticas advindas de países do exterior, como o *Afropunk* dos EUA e Europa, e os *Sapeurs* do Congo.

É através da ressignificação dos termos de beleza negra que se restaura a identidade e negritude desses indivíduos. A aparência e a moda concedem protagonismo a esses jovens, ao mesmo tempo em que apresentam questões complexas sobre política, consciência social e racial, levando os debates para além da superficialidade e futilidade do visual. Como reforça Fleur (2017):

Na estética, lacração total. Cabelos coloridos, roupas chamativas, maquiagem forte e liberdade para usar o que bem entender. No discurso, militância e combate a todo tipo de preconceito. Ocupando espaços e se autoafirmando, a geração tombamento se empodera por meio da moda, da arte e da música. [...] O visual da geração tombamento chama atenção. Sem medo de ousar, eles abusam das cores e do brilho. Os cabelos têm as mais diversas cores e formas: Black Power, tranças enormes, dreads imensos, carecas e o que mais eles tiverem vontade. Nas roupas a regra é a mesma: não ter regras. (FLEUR, 2017).

A Geração Tombamento recebe esse nome por causa da música “Tombei” (2014) (figura 9), de Karol Conká em parceria com o duo brasileiro de música eletrônica *Tropkillaz*. Lançada em 2014, a canção fala do empoderamento feminino de um jeito inovador para a época, e foi a grande responsável por impulsionar a carreira da *rapper* por todo o país, popularizando a gíria “tombamento” – usada no sentido de ter atitude, arrasar, lacrar e divar -,

⁵O afrofuturismo é uma manifestação multicultural e artística que se apresenta na moda, música e arte (QUADRADO E SILVA, 2016), através da perspectiva de um futuro evoluído pelo olhar dos marginalizados. Configura-se como a utopia de um mundo sem racismo, que destaca os negros e sua cultura, junto a elementos históricos, a ciência, o resgate de mitologias africanas e a busca pelo novo. Suas origens datam dos anos 60, a partir de ideias do poeta e filósofo estadunidense Sun Ra, porém é apenas na década de 1990 que é transformado em movimento cultural, com os questionamentos do escritor Mark Dery e suas críticas a ausência de atores negros nas produções Hollywoodianas (BRASIL, 2015).

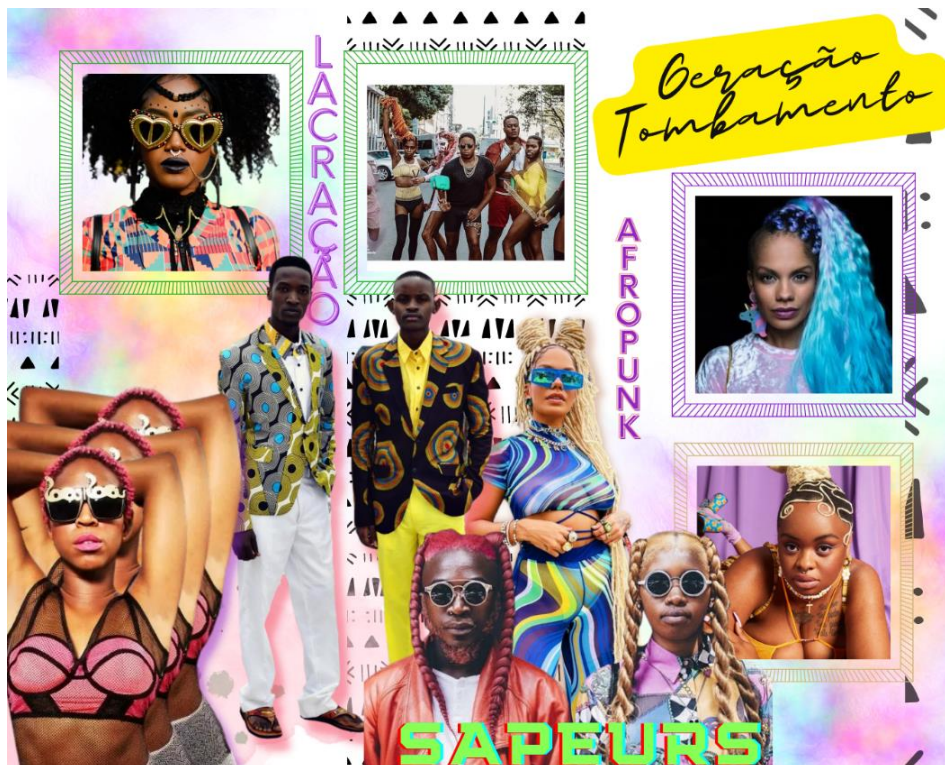
a qual intitulou o movimento e fez da artista figura símbolo de expressão cultural⁶, junto a outros rostos como a *rapper* paulistana Tássia Reis e a digital *influencer* baiana Magá Moura, que tornaram-se as maiores difusoras de propagação dessa estética, e estão exemplificadas no painel (figura 10).

Figura 9 – Videoclipe da música “Tombei”



Fonte: Youtube (2015).

Figura 10 – Geração Tombamento



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

⁶ FLEUR, 2017. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/lacracao-empoderamento-e-luta-conheca-geracao-tombamento/>. Acesso em: out. 2022.

Numa breve análise dos trabalhos de Conká, é nítida as influências desses movimentos culturais em sua imagem, pois a autenticidade visual nunca deixou de ser uma particularidade. Basta observar a figura abaixo (figura 11), para entender a representatividade e a potência do afrofuturismo em algumas de suas obras audiovisuais dos últimos 8 anos – “É o poder” (2015); “Maracutaia” (2016); “Lalá (2017)”, “Kaça” (2018); “Ambulante” (2018) e “Louca e Sagaz” (2021) –, em que a essência de seu estilo visual foi pouco alterado.

Figura 11 – Influências do afrofuturismo em trabalhos de Karol Conká



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

5 O BIG BROTHER BRASIL 21 E SUAS REVIRAVOLTAS: UMA ANÁLISE DAS IMAGENS QUE (RE)CRIARAM OUTRA KAROL CONKÁ

O *Big Brother* é um *reality* de TV Holandês, em que pessoas são confinadas dentro de uma casa vigiada por câmeras 24h por dia. Sem nenhum contato com o mundo externo, os participantes são testados constantemente para obter um prêmio em dinheiro. Desde 2002, a versão brasileira do programa é exibida na Globo, importante emissora do país que o popularizou por mais de 20 anos. E nos últimos tempos, o BBB confinou celebridades (da tv e internet) e anônimos, ressignificando o interesse de participação: não apenas pelo prêmio, mas também pela visibilidade ocasionada por essa exposição, que reconsegrou artistas ao sucesso, como a cantora e atriz Manu Gavassi.

Sendo Karol Conká símbolo de representatividade para o movimento negro, a confirmação de sua participação no BBB21 foi muito positiva para aqueles que já a consideravam inspiração. Antes do programa ela acumulava cerca de 1,5 milhão de seguidores na rede social *Instagram* e após o anúncio de que entraria (figura 12), chegou a ter 1,8 milhão de pessoas a acompanhando durante as primeiras semanas da atração (TORRES, 2021)⁷.

Figura 12 – Anúncio de Karol Conká no BBB21



Fonte: Globo/Gshow (2021).

⁷ Disponível em: <<https://portalpopline.com.br/bbb-21-karol-conka-perde-500-mil-seguidores-bill-ganha-700-mil/>>. Acesso em maio de 2023.

Ao longo dos 30 dias em que esteve na casa, Conká foi uma figura muito importante, delineando os caminhos do jogo e evidenciando discussões raciais necessárias. Entretanto, protagonizou brigas, teve atitudes arrogantes, agressivas e xenofóbicas, fatos que a consagraram como a vilã da edição. Dentre esses episódios, os mais significativos foram aqueles direcionados ao ator Lucas Penteado, um velho conhecido e ex-aliado no jogo, onde a relação entre eles ficou marcada por desentendimentos e xingamentos que partiram de Karol para Lucas, e influenciaram-no a desistir da disputa pelo prêmio de 1,5 milhão de reais. A cena mais marcante é aquela em que Conká sai do quarto e vai até a cozinha apenas para humilhá-lo, ordenando que ele se mantivesse calado para ela comer em paz (figura 13).

Figura 13 – Cenas em que Karol humilha Lucas na cozinha



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

Esses Comportamentos não foram bem-vistos, e tiveram como consequência a eliminação de Karol como a maior da história do BBB, com 99,17% dos votos. Sua saída gerou uma comoção nacional jamais vista antes em um *reality* de televisão, podendo ser comparada a final de um clássico de uma partida de futebol, o que confirmou a insatisfação e retaliação dos espectadores. De acordo com o G1 (2021), a artista foi recordista em perder seguidores durante o programa, e comparando com os números anteriores, Karol saiu com cerca de 1,3 milhão de seguidores, redução que a fez perder trabalhos e dinheiro.

Em um trecho do documentário “A vida depois do Tombo” (Globoplay, 2021) (figura 14), a artista ressalta que foi alvo de notícias falsas sobre o cancelamento de contratos com sua gravadora e com o programa de tv que apresentava no canal GNT, especulações que são resultado das repercussões midiáticas de caráter pejorativo a respeito dela, salientando sua impopularidade em troca de audiência.

Figura 14 – Notícias sobre a perda de seguidores



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

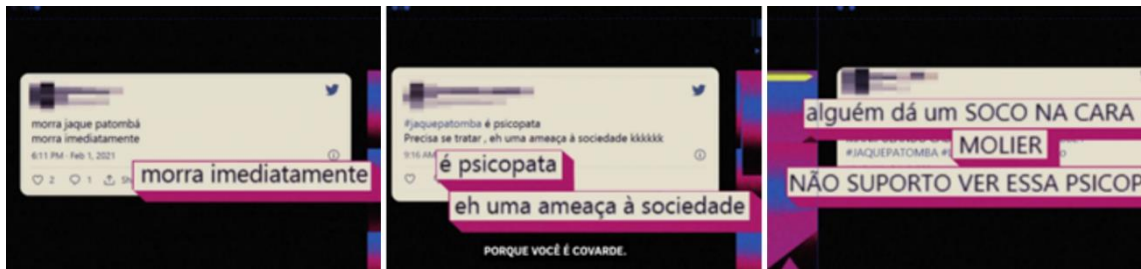
Racismo e misoginia em proporções inimagináveis, junto a ameaças que afetavam a integridade, a carreira e a vida de familiares, ultrapassaram as dimensões da TV e foram para a vida real (figuras 15 e 16), fazendo com que Karol tivesse de comprovar estar arrependida a todo momento e pedir perdão e desculpas. Mesmo assim, nenhuma de suas ações foram legitimamente suficientes para credibilizá-la, e isso se deve a abordagem dos veículos de comunicação, surgindo a necessidade de desenvolver novas estratégias para a sua carreira.

Figura 15 – Cenas do documentário em que explicam que o ódio a artista tomou grandes proporções



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

Figura 16 – Ameaças e xingamentos na internet direcionados a artista



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

Dentro do *reality*, a visão que os outros participantes tinham da artista era distinta daquela vista pelo público, e por essa razão, defronte a falta de reação aos comportamentos dela, os colegas de confinamento foram, por algum tempo, coniventes com a arrogância e prepotência que constrangeram diversas pessoas lá dentro. Conforme essas contradições, expostas durante o *Big Brother* apareciam, surgiam também os relatos de quem já conhecia essa outra personalidade da cantora, surpreendendo a todos que a assistiam pela primeira vez.

Desde então, o discurso coerente da *rapper* construído ao longo dos últimos anos de carreira foi automaticamente dissociado de sua imagem, pois tornou-se inadequado. Ao acompanhar as reaparições midiáticas posteriores a saída do BBB e de toda a reprodução negativa de ódio, racismo e misoginia direcionados a ela, as transformações em seu estilo foram sinalizadas pelas mudanças na aparência, a partir do lançamento do videoclipe da música “Dilúvio”, nesse mesmo ano.

O tom de voz, a postura, os gestos, as roupas, o cabelo e principalmente as cores foram suavizados. Mas por quê? Como essa estratégia ajudou Karol na retomada da carreira? E qual seria o papel do personal stylist em sua nova imagem? Como a mídia auxiliou na construção dessa nova persona? Logo, tornou-se necessário analisar algumas das aparições de Karol Conká nesses meios de comunicação desde sua eliminação do BBB21, uma vez que toda a repercussão do fato e a construção de sua imagem foram muito importantes para o retorno da carreira da artista.

5.1 DEPOIS DA ELIMINAÇÃO: A ENTREVISTA NO “MAIS VOCÊ” E AS REFLEXÕES ACERCA DA REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA NAS MÍDIAS

Após deixar o confinamento, os *brothers e sisters*, como são chamados os participantes do BBB, devem cumprir uma série de compromissos previstos em contrato, e a maioria desses, consistem em aparições durante a programação da própria emissora. O de

maior destaque, é o “Mais Você”, comandado pela apresentadora Ana Maria Braga, é durante o entretenimento matinal que o eliminado da semana relembra toda a trajetória no *reality*, a fim de entender as motivações que o fizeram deixar a casa mais vigiada do Brasil.

Então, no dia 24 de fevereiro de 2021, manhã seguinte a saída do confinamento, Karol Conká foi recebida por Ana Maria (figura 17). Nesse cenário, o foco da análise não foram as roupas, mas sim as perguntas extremamente incisivas e íntimas ao longo do diálogo. “Você se considera uma pessoa insegura?” e “Quais são esses problemas pessoais? Não precisa falar, mas adjective isso”, foram falas que surgiram durante a entrevista, mas que distanciaram-se do assunto *Big Brother* (abordagem observada posteriormente no documentário “A vida depois do tombo”), fazendo da televisão um confessionário. Condutas desse tipo nunca haviam sido relevantes, mesmo nas conversas com outros participantes tão polêmicos quanto a Karol, o que têm relação com a justificativa dos comportamentos da artista, mas também com a boa audiência em torno do assunto, e justificam a abordagem das mídias, em relação a ela.

Figura 17 – Karol Conká em entrevista ao programa “Mais Você”



Fonte: “Mais Você”, Globoplay (2021).

A edição 21 do *Big Brother* Brasil foi histórica por diversos motivos, dentre eles, a diversidade de participantes negros (nove no total)⁸, fato célebre para os realities brasileiros. Entretanto, quando o programa atende as exigências do público e de seus patrocinadores, não

⁸ MELO, G. BBB 21 é o reality show brasileiro com maior número de participantes negros. Correio Braziliense. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2021/01/4902470-bbb-21-e-o-reality-show-brasileiro-com-maior-numero-de-participantes-negros.html>>. Acesso em: nov. 2022.

isenta que essas pessoas fiquem vulneráveis a julgamentos caricatos, racistas e por muitas vezes violentos (dentro ou fora da casa). Em contrapartida, a maior parte dos conflitos enfatizados na 21ª edição, envolveram os participantes negros, fazendo com que as outras narrativas (dos brancos) assumissem papéis coadjuvantes, uma vez que mais reservados eles acabavam evitando erros, críticas, cancelamentos e, conseqüentemente, aumentavam as chances de garantir o prêmio final.

Desse modo, os direcionamentos da entrevista no “Mais Você” junto as questões acerca das representações da mulher negra na mídia, mostram-se fatores importantes para a compreensão das mudanças que ocorreram com a artista após sua eliminação. Karol Conká, uma mulher negra que causou conflitos, abusos psicológicos e teve falas xenofóbicas, dentro de uma atração televisiva de alcance nacional, foi reduzida por diversas vezes a estereótipos violentos. E muitos desses, tem ligação com as repercussões da mídia e do público, que passaram a duvidar da veracidade das ações da *rapper*, de seus inúmeros pedidos de desculpas e demonstrações de arrependimento.

Certamente, a audiência é mais solidária com indivíduos de pele clara – reflexo do imaginário social reforçado pelos meios de comunicação de massa –, basta fazer um breve comparativo. Para se reerguer, Karol Conká teve de reestruturar toda sua carreira de anos, além de mudar o jeito de falar, as roupas e ainda temer por sua vida e de sua família diante das inúmeras ameaças de morte que recebeu, perdendo trabalhos, seguidores, amigos e sendo duramente atacada por toda a imprensa. O mesmo não aconteceu com outros participantes que também saíram do programa com significativa rejeição do público, como a *influencer* Jade Picon do BBB22, que além de não precisar fazer nada de muito significativo para transformar a imagem que as pessoas tinham dela, ainda foi recompensada com um excelente trabalho de atriz no horário nobre da Globo, mesmo não trabalhando no ramo.

Esse fenômeno é explicado por Cida Bento (2022) como o pacto narcísico, uma rede de apoio e acordos silenciosos e não verbalizados, que atendem aos interesses de um único grupo (os brancos), aqueles responsáveis por manter todas as instituições a partir de suas visões, interesses e necessidades. Perceber isso, é essencial para a compreensão de aspectos observados durante esta análise, que refletem no posicionamento parcial desses veículos de comunicação e justificam as estratégias usadas na reestruturação da imagem de Conká.

5.2 O DOCUMENTÁRIO “A VIDA DEPOIS DO TOMBO”: A IMAGEM FRÁGIL E ARREPENDIDA

Devido a audiência gerada com a eliminação da artista, a Globo concedeu espaço para ela relatar a sua versão dos acontecimentos no documentário “A vida depois do Tombo” (figura 18), que estreou na plataforma digital de *streaming* de vídeos e áudios da própria emissora – *Globoplay* – em 29 de abril de 2021, apenas dois meses depois da eliminação do confinamento. O título foi dado em alusão ao trecho, “Já que é pra tombar, tombei”, da canção homônima “Tombei” (2014) da própria Karol Conká, referenciando o momento de decadência artística enfrentado pela cantora.

Figura 18 – Abertura do documentário “A Vida Depois do Tombo”



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

A série documental dividida em quatro episódios, conta a trajetória da *rapper*: desde a infância até o início da vida artística em Curitiba; a experiência de ser mãe jovem; a relação com o pai alcólatra (já falecido); a produção de seu primeiro álbum; as brigas judiciais com os produtores de suas canções mais famosas e outros fatores que podem, de certa forma, ter interferido no comportamento dentro do BBB21. Ela também revisita, em diversos momentos, as situações que motivaram sua eliminação com quase 100% de rejeição do público (figura 19), reconhecendo os próprios erros e tentando diálogo com os envolvidos.

Figura 19 – Trechos em que a artista é convidada a revisitar os seus erros



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

Ao analisar o cartaz de divulgação do documentário (figura 20), duas coisas chamam a atenção: a fisionomia da artista totalmente fragilizada e o apagamento de seu cabelo. As lágrimas nos olhos, o olhar fixo, assustado e oposto a câmera, tornam o conjunto desconfortável. De acordo com hooks, o olhar é um produto das relações de dominação advindas das sociedades escravocratas, e está diretamente ligado as questões de poder, controle, e por consequência, política (2019, p. 211-215). Sabendo-se que as normas sociais determinam que as mulheres sejam ensinadas a desviar o olhar, justamente porque mantê-lo fixo é um sinal de dominação, especialmente se a outra pessoa for um homem (CRANE, 2006), na imagem em questão, esse poder se dá através do olhar frágil e fixo, usados como mecanismos de propaganda para convencer o público a assistir ao filme.

Figura 20 – Cartaz de divulgação do documentário



Fonte: Gshow (2021).

Do mesmo modo, utiliza-se para fins publicitários de divulgação do vídeo a vulnerabilização de Conká através da retirada de sua individualidade com o apagamento (apenas no retrato) de seu cabelo, símbolo importante da identidade e personalidade da artista.

Nilma Gomes (2002) afirma que o cabelo crespo na sociedade brasileira é uma linguagem e carrega significados socioculturais, políticos e ideológicos importantes, que o classificam e o localizam dentro de um grupo étnico. Dessa forma, a maneira que as pessoas negras veem seus próprios cabelos e corpos tem grande influência nas relações sociais, sendo impossível considerar o cabelo parte neutra do corpo porque está incluído na cultura e se faz essencial no complexo processo de formação e expressão da individualidade de jovens negros. Portanto, “pegar no cabelo é tocar no corpo. Cabelo crespo e corpo negro, colocados nessa ordem, são expressões de negritude. Por isso não podem ser pensados separadamente” (GOMES, 2002, p. 9).

Esses fatos põem em reflexão a construção dessa fragilidade e suas reais motivações. Se o ato de chorar é um símbolo de arrependimento e sofrimento, e Conká já aparece na fotografia fazendo isso, então, qual a verdadeira necessidade de ofuscar seu cabelo, deixando-a ainda mais vulnerável? Acredita-se que isso evidencia uma tentativa de desvelar qualquer poder que Karol teria sobre si, suas atitudes e sua própria aparência. Consequências da busca por redenção e perdão – tanto do público quanto de parceiros de trabalho, o apagamento do cabelo nessa fotografia demonstra o intuito de esvaziamento proposital da identidade da artista, não apenas para introduzir a nova estética em “Dilúvio”, mas também fomentar polêmicas que gerassem comentários nas redes sociais, instigando o interesse do espectador no filme.

No entanto, apesar de explicitar o arrependimento da artista numa perspectiva jamais vista, a foto também espetaculariza a dor, inferioriza a imagem de Karol e reforça estereótipos que promovem ideias acerca da submissão da mulher negra, preservando, de certa forma, as estruturas de poder já existentes. Conforme dito por bell hooks, os desejos e fantasias sobre o outro são explorados de modo constante para manter o “status quo”, a partir de pensamentos enraizados pelo patriarcado supremacista branco, que finge estar disposto a mudar a estrutura da sociedade, enquanto na verdade, tem interesse em preservá-la, pois se beneficia dela. Nesse cenário, o outro é visto como primitivo e traduz-se nos corpos de pele escura apenas para a manutenção de poder e privilégio do dominante (2019, p. 64-65).

O que versa diretamente com o cartaz em si e com o conteúdo do próprio documentário. Neles, a artista, de fato, se redime e expõe sua versão da história, porém, ao fazer isso, renuncia aspectos relevantes de sua personalidade, tais como: as roupas, os trejeitos e até mesmo a aceitação da fotografia com o cabelo intencionalmente apagado. Apesar de conceder espaço a Karol, a emissora continua a manter as hegemonias de poder explicadas

anteriormente por hooks, principalmente no que diz respeito ao destaque no sofrimento da mulher negra e de todo o racismo velado na ocasião.

Em contrapartida, é possível perceber que a construção da redenção segue por toda a narrativa: o cenário e a disposição do estúdio, junto as cores e as roupas, consolidam a caminhada de Karol rumo ao perdão e salvação. Na perspectiva religiosa e mitológica, o preto, que tem múltiplos sentidos, é associado ao que é ruim, fazendo da escuridão um local de perigo, punição e penitência, contrário a luz, ao divino e a Deus (PASTOUREAU, 2011, p. 20-58). Desse modo, “A vida depois do tombo” (2021) representa a libertação da artista, onde ela inicia o processo de abandono da própria culpa para entender o que realmente aconteceu durante o BBB21, e isso está simbolizado nas cenas em que ela sai da escuridão e caminha em direção à luz (figura 21).

Figura 21 – Karol sai da escuridão e caminha em direção à luz



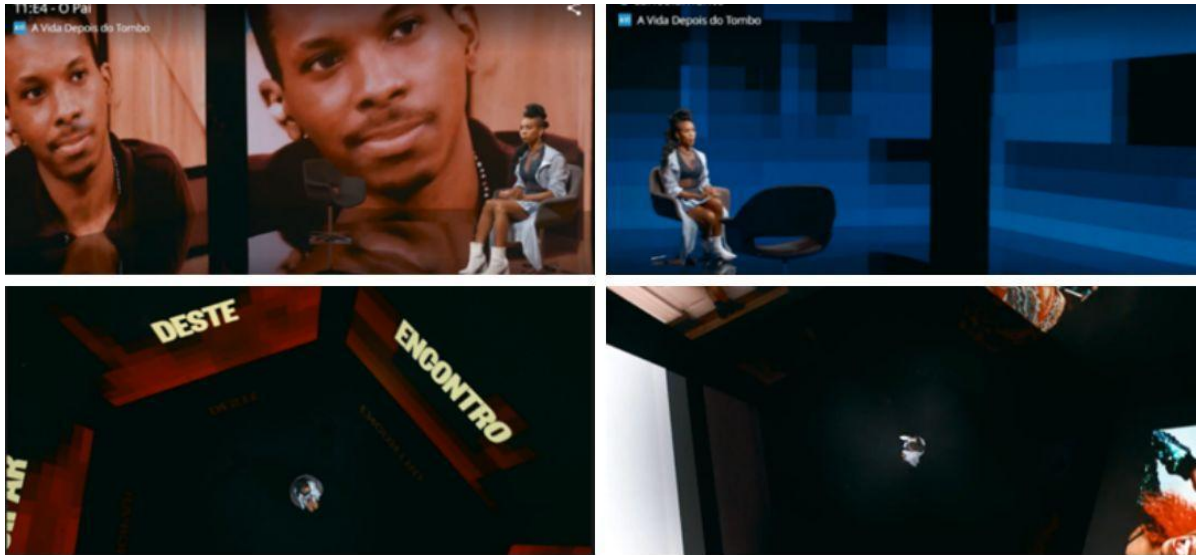
Fonte: “A vida depois do tombo” (Globoplay, 2021).

A todo momento a *rapper* é colocada numa perspectiva de enfrentamento, quer seja das vivências do *Big Brother* ou de caráter pessoal. Ao centro, Karol está rodeada por grandes telas que reproduzem as situações vividas dentro da casa, demonstrando a gravidade de suas ações. Essa abordagem pode ser explicada com os estudos do filósofo francês Michel Foucault sobre “disposição panóptica”⁹(1975), usualmente utilizados em teorias que

⁹Segundo Pablo Tôres (2010, p.9), Michel Foucault desenvolveu o panoptismo em seu livro “Vigiar e punir”, publicado em 1975, a partir dos estudos arquitetônicos do inglês Jeremy Bentham, onde o panóptico consiste numa estrutura física de um prédio circular com uma torre central, de onde se pode observar as celas construídas a sua volta, que Foucault entende (o panoptismo) dentro das problematizações de espaço, oriundos das dificuldades populacionais do século XVIII.

envolvem poder e vigilância (como nas penitenciárias). Quando a artista está ao centro, tem a sensação de sempre ser observada e julgada pelas telas ao seu redor, que demonstram quão pequena ela é diante de todas as dores causadas, mas também, dá a entender que tudo está sendo pessoalmente dito e explicado ao espectador (figura 22).

Figura 22 – Disposição panóptica para reforçar as relações de poder



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

O vestuário é o meio de comunicação responsável por delinear o modo como os indivíduos constroem suas identidades nas estruturas sociais, os status e os gêneros (CRANE, 2006). Partindo desse pressuposto, e atentando-se ao fato de Karol Conká ser uma artista negra no Brasil que convive cotidianamente com o racismo, ela apropria-se desses mecanismos do vestuário para ressaltar sua fragilidade e arrependimento, afastando-se dos julgamentos estereotipados e das críticas negativas, pois apenas desculpar-se não seria o suficiente para que o perdão se concretizasse, optando então, por construir outra *persona*, a partir das roupas.

De acordo com Maria Claudia Bonadio, “o simples ato de trocar de roupa é capaz de transformar radicalmente a identidade de um indivíduo – tanto para o olhar do outro, mas especialmente para si mesmo” (2015, p. 181). A controvérsia se consolida com as próprias falas de Conká no início do documentário (figura 23). Em tom de crítica, ela comenta sobre a necessidade de ter que transformar sua aparência e estilo para que as pessoas acreditassem

nela, porém mais adiante, essa foi a estratégia utilizada por ela para reverter a negatividade de sua imagem.

Figura 23 – Karol e suas controvérsias



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

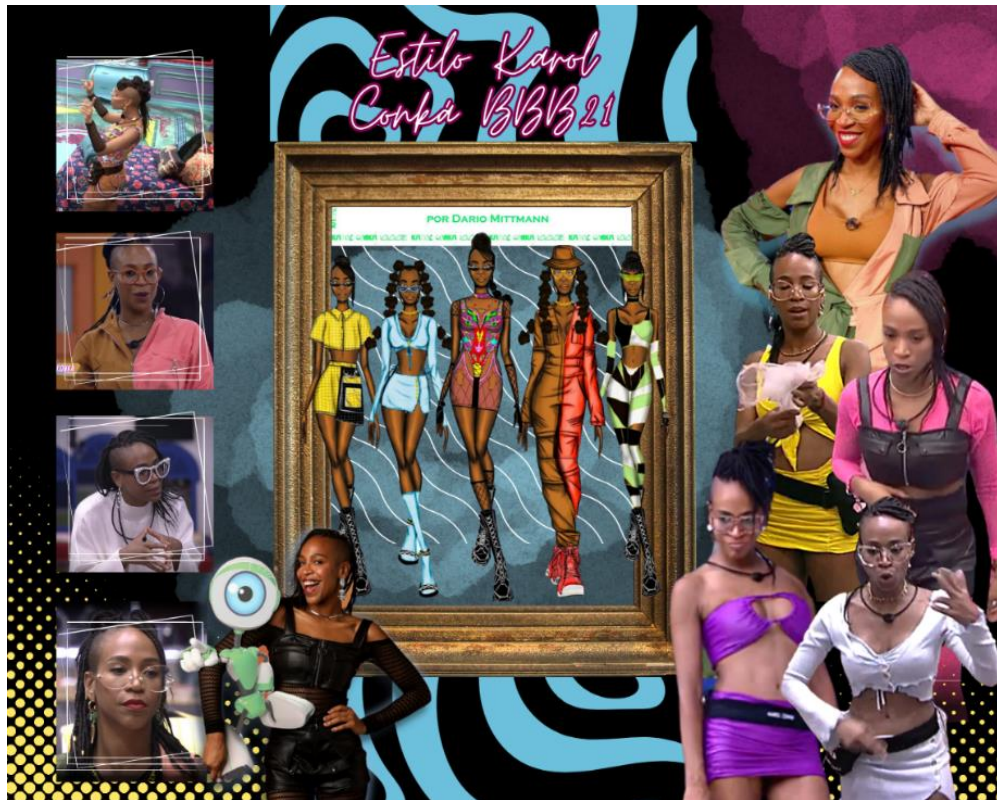
No filme, é fácil perceber as primeiras transformações da aparência e comportamento da artista. Inicialmente as roupas de Conká estão muito semelhantes às usadas dentro do *reality* (figura 24), uma vez que o documentário foi gravado nos dias que sucederam sua eliminação. Mas ao longo da narrativa, enquanto ela revisita seus medos e anseios, tomando consciência de tudo o que fez, há uma transição de cores e estilo das vestimentas, maquiagens, penteados e, até do tom de voz, exemplificados pelos painéis a seguir: ainda no BBB, Karol aparece com o estilo divertido e colorido que sempre a definira (figura 24), enquanto em “A vida depois do tombo” (2021), as roupas estão mais sóbrias, com cores suaves e modelagens mais tradicionais (figura 25), características da estética de seu próximo trabalho.

Ao comparar as linguagens corporais durante o programa e depois, no documentário, as diferenças são notadas com nitidez. Karol Conká deixa para trás as figuras das reativas “Mamacita” e “Jaque Patombá”¹⁰, para expor uma imagem sensível, jamais vista antes. É por

¹⁰ Segundo o G1, são apelidos dados a Karol Conká pelos próprios espectadores da internet, para referir-se a ela sem citar seu nome, quando as atitudes dela não agradavam ao público. Para isso, usaram a música “Tombei” (2014), da própria artista como referência das nomações.

meio desses mecanismos que aos poucos, a artista transforma sua aparência para além da *persona* vista na televisão e julgada pela mídia, suas aparições com roupas simples são propositalmente para aproximar o espectador e legitimar com naturalidade, a veracidade dessas mudanças.

Figura 24 – Painel de estilo de Karol Conká no BBB21



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Figura 25 – Painel de estilo de Karol Conká no documentário



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Logo, ao revisitar os acontecimentos e dores, as roupas acompanham a trama. Conká aparece com um traje muito diferente dos habituais, mas sem perder totalmente a essência de sua personalidade e estilo fashionistas. Vestindo um conjunto composto por *body* preto em detalhes de renda e transparência, casaco azul claro, minissaia com babados no mesmo tom e botas brancas (figura 26), as principais diferenças estão nas cores opacas e pouco intensas, nos caimentos e detalhes das peças (rendas e babados), que juntos, enfatizam a fragilidade da artista.

Figura 26 – Figurino usado no documentário, nos momentos em que a rapper revisita/revive os erros do BBB21



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

Nessa conjuntura, destaco que o uso do tom preto em suas roupas relaciona-se a perda de sua identidade. Desde o período neolítico o preto é a cor da morte. No Egito dos faraós, significava o renascimento do morto e tinha ligação com o Deus Anúbis, enquanto na Bíblia, possui interpretações distintas, incluindo a origem e o fim (PASTOUREAU, 2011, p. 28). Sendo assim, o preto representa o luto pela morte da antiga Karol, reforçado pela ausência do colorido – traço marcante de seu estilo, mas que nessa nova fase deixou de fazer sentido. Enquanto o azul, associado aos signos do divino, do céu e da água, introduzem subjetivamente as características de “Dilúvio”.

Em outras aparições do mesmo período, Karol Conká manteve as cores suaves e discretas, principalmente o azul e o rosa, em tonalidades distintas àquelas que sempre usara nas vestes e penteados. Durante trechos das entrevistas para os programas “Fantástico” (figura 27) e “Domingão do Faustão” (figura 28), ambos exibidos no domingo pela Globo, a *rapper* veste roupas em tons de rosa claro, a fim de reforçar a inocência, sensibilidade e feminilidade – signos da própria cor –, mas também salienta, em rede nacional, o arrependimento pelos erros cometidos. É interessante frisar que as distinções de gênero associadas ao uso do rosa e feminino, assim como do azul e masculino nem sempre foram assim. Até o início do século

XX, o rosa, próximo ao vermelho, cor da guerra e da coragem dos homens, era destinado aos meninos, enquanto o azul, de acordo com a simbologia cristã da Virgem Maria, era das mulheres. Quando as mudanças se concretizam, a partir da década de 1920, o azul passa a ser cor masculina, e por consequência, o rosa adquire conotação feminina e logo é associado à fraqueza e a submissão que determinam os lugares sociais das mulheres (BONADIO, 2015, p. 180; HELLER, 2021, p. 215).

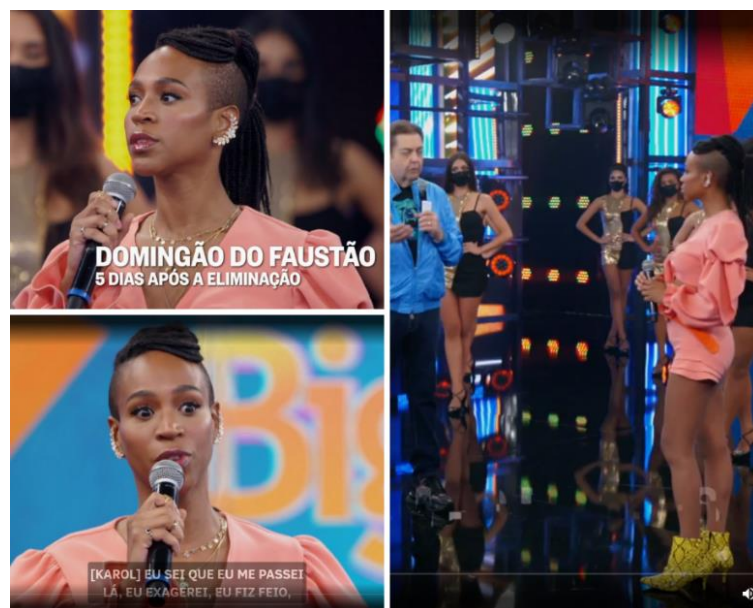
Desse modo, a escolha da cor nas vestimentas usadas nesses programas de grande audiência, assistido por milhares de lares em todo o território nacional, traduzem a intencionalidade de convencer aos espectadores acerca de seus sentimentos de culpa e arrependimento, aproximando a fragilidade e delicadeza do feminino com as cores do vestuário, as quais demonstram, mais uma vez, a relevância da imagem e da aparência para uma comunicação coesa.

Figura 27 – Frames da entrevista ao Fantástico



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021)

Figura 28 – Frames da entrevista ao Domingão do Faustão



Fonte: “A vida depois do tombo”, Globoplay (2021).

“A vida depois do tombo” (2021) encerra o ciclo do BBB21 e introduz “Dilúvio” (2021), seu primeiro trabalho após todos esses acontecimentos. Na tentativa de superar as associações negativas ligadas a Karol, sua equipe apropriou-se das cenas, falas, expressões e apelidos do programa, transformando-os em memes¹¹ (figura 29). Ao dar um tom jocoso a essas situações, o público voltou a se familiarizar com ela, facilitando a retomada de sua vida artística. Portanto, é incontestável que Conká é uma personagem ilustre dos realities brasileiros e todos os anos é lembrada por sua participação no *Big Brother*, seja por motivos positivos ou não.

Figura 29 – Memes



Fonte: Pinterest (2021).

¹¹ Na internet, os memes são conteúdos de humor e comportamento ligados a imitação, que com um discurso próprio e único, mobilizam grandes grupos nas redes, disseminando informações e influenciando atitudes desses indivíduos. É através dos inúmeros compartilhamentos que os memes se popularizam no mundo virtual e de certa forma, chegam ao mundo externo (FONTANELLA, 2007, p.5 apud SILVA p.4).

5.3 A REDENÇÃO EM “DILÚVIO”

Na concepção cristã, o dilúvio foi uma grande inundação descrita em Gênesis, o primeiro livro da Bíblia que narra a origem do mundo. Nele, Deus também explica as motivações que o fizeram enviar a Terra chuvas torrenciais que duraram quarenta dias e quarenta noites, dando fim a tudo que havia sido criado, pois estava insatisfeito com a maldade dos seres humanos. Nessa perspectiva, todos os pecados seriam extintos com a água e o mundo renasceria livre, sendo Noé, por agir bem, o único poupado e aconselhado por Deus a construir uma arca de madeira para salvar sua família e um casal de cada espécie de animal existente, para o repovoamento depois do dilúvio (LOURENÇO E BERNARDINO, 2016).

Partindo dessa premissa, a água é símbolo de punição, mas também de salvação. Então, seguindo essa analogia, é que se consolida a redenção de Karol Conká com o videoclipe da música “Dilúvio” (2021), marcando uma nova era de sua vida artística. Divulgada no último dia do BBB21, a música foi produzida por Léo Justi¹², e teve a letra adaptada após as polêmicas envolvendo seu nome durante o programa. O vídeo estreou na plataforma *Youtube* em 05 de maio de 2021, com uma estética que revela as transformações pessoais, artísticas e visuais da *rapper*. O *single* é considerado pela crítica, um dos trabalhos mais significativos de sua carreira e destoa de todos os anteriores. E, segundo a própria Karol e o diretor Bruno Trindade (*Youtube*, 2021), o intuito da obra intimista e naturalista é transmitir a ideia de “reconexão consigo mesma”.

A reestruturação do estilo e as transformações da imagem são o pontapé inicial do dilúvio de Karol Conká. Nas roupas, a cor azul junto aos movimentos e transparências dos tecidos fluidos, tem ligação com o dilúvio bíblico e as simbologias da água. Contudo, a cor também é coincidente as vestes da Virgem Maria – mãe de Jesus, e da orixá Iemanjá¹³ – rainha das águas nas religiões afro-brasileiras¹⁴ (figura 30), duas representações do mesmo

¹² Léo Justi é um produtor musical carioca que mistura o funk com outros gêneros, como o eletrônico, sendo o precursor desse movimento no país. Tem parcerias com diversos artistas e integra o grupo musical *Heavy Baile*. Disponível em: <<https://revistahibrida.com.br/musica/berro-entrevista-leo-justi-heavy-baile/>>. Acesso em jun. 2023.

¹³ Iemanjá é considerada a mãe de todos os orixás, e junto a Oxalá (Deus), deu origem ao homem. Reconhecida por todo o território nacional, mesmo entre aqueles que não seguem a religião, é a rainha das águas dos mares e oceanos, e sua imagem emana o poder feminino e a figura maternal. Guardiã da sanidade mental e da inteligência, guia e protege as cabeças (GOUVÊA, 2008, p.72-73).

¹⁴ De acordo com Hortegas, as religiões afro diaspóricas chegaram a América Latina no período colonial escravocrata, junto com os povos negros: escravizados, explorados, tratados como propriedade, sem

arquétipo feminino e materno, configuradas no imaginário coletivo. Com dualidades, Maria é uma realidade histórica pautada pela moralidade cristã enquanto Iemanjá é uma criatura mítica com personalidade boa e má (IWASHITA, 1991 apud SEIXAS, 2018, p.123).

Esse tipo de associação entre divindades tão diferentes só é possível por causa do sincretismo religioso – processo que mistura elementos de uma cultura sobre o contato com outra, a fim de resolver um conflito cultural (VALENTE, 1955, p. 41-42), onde aspectos do catolicismo foram incorporados nos cultos das religiões afro-brasileiras como resistência e sobrevivência. Logo, as representações dessas duas mulheres tão distintas que se transformam em um único arquétipo, podem ser entendidas como a dualidade moral que permeia Karol Conká: ora luz como Maria e ora sombra como Iemanjá (marcados pelo conflito entre a personalidade dela conhecida pelo público e aquela vista no programa de televisão). É importante salientar que em diversos momentos desta análise os vínculos religiosos serão úteis para a compreensão do momento vivido pela artista, e apesar de não ter oficialmente encontrado indícios que comprovem o seu posicionamento religioso, o tema se faz presente tanto em “Dilúvio” quanto em outros trabalhos da artista.

Figura 30 – As representações de Maria, mãe de Jesus, e de Iemanjá, mãe d’água



Fonte: Canção Nova (s.d); Wictionary (s.d.); G1 (2023).

direito a manifestar suas identidades, culturas e religiões durante séculos, o que permeou significativos reflexos nessas sociedades. Nesse contexto, os cultos religiosos resistiram com o sincretismo religioso, isto é, quando ocorre a transposição de crenças do colonizador e de tradições religiosas vindas do continente africano, a fim de manter vivo, esses cultos. No Brasil, as religiões que ganharam destaque foram o Candomblé – que segue assiduamente os costumes religiosos vindos com os povos africanos e a Umbanda – religião genuinamente brasileira que mistura o catolicismo, as tradições indígenas, o candomblé e o espiritismo (2020, p.139-143).

As vestimentas usadas pela artista na final do *reality show* (figura 31) fizeram-na parecer uma princesa, dessas de conto de fadas, tipo a Cinderela¹⁵, por causa da modelagem esvoaçante das peças e da sensação angelical de fragilidade e delicadeza traduzidas na roupa, elementos muito diferentes da imagem imponente que Karol sempre vestiu.

Entretanto, o modelo usado nessa mesma ocasião, também tem referências de Jasmine (figura 31), a única princesa dos contos infantis da Disney que não é protagonista de seu próprio filme – e isso já ressalta que ela não é uma figura muito clássica desse universo. A personagem aparece na história de “Aladdin”¹⁶ como a filha do sultão que se recusa a ter um casamento arranjado pelo pai e foge do palácio, conhecendo acidentalmente o protagonista da narrativa Aladdin. O desenrolar do conto é longo e cheio de nuances, mas não serão foco nesta análise, sendo o mais importante a compreensão acerca dos aspectos que caracterizam a princesa Jasmine como uma mulher livre e combativa com os homens a sua volta (ANDRADE; PEIXOTO E DANTAS, 2022), e seus trajés, que parecem ter sido inspiração para a roupa de Karol, não apenas pelo tom de azul ou pelo modelo de calça-capasaia, muito semelhantes, mas também pela personalidade da personagem que versa com aspectos da Karol.

¹⁵ Conto infantil muito popular sobre uma menina órfã, que é explorada e excluída pela madrasta e suas meias-irmãs, e tem a vida transformada quando conhece o príncipe no baile, com a ajuda de uma fada madrinha. Ao voltar para casa, Cinderela perde seu sapatinho de cristal, e na tentativa de encontrá-la por todo o reino, o homem sai experimentando o sapato em diversas moças até achá-la, e mesmo com a tentativa falha de sua madrasta em atrapalhar esse reencontro, Cinderela casa-se com o príncipe e eles vivem felizes para sempre (MARCELLO, C. s/n). Disponível em: <<https://www.culturagenial.com/cinderela/>>. Acesso em jun.2023.

¹⁶ Baseado no conto árabe milenar “Aladim e a lâmpada Maravilhosa”, adaptado para o cinema, em animação (1992) e live-action (2019) pela Disney, a história fala sobre Aladdin, um jovem ladrão do fictício reino de Agrabah, no Oriente Médio, que se apaixona pela filha do sultão, Jasmine enquanto a moça estava disfarçada de plebeia. Quando Aladdin encontra uma lâmpada mágica, com um gênio que lhe agracia com três desejos, o jovem fica rico para impressionar a princesa Jasmine (ANDRADE; PEIXOTO E DANTAS, 2022).

Figura 31 – Look usado por Karol na final do BBB21 e as semelhanças com o figurino da princesa Jasmine



Fonte: Instagram (2021) e Pinterest (2021).

De acordo com Bonadio em “O corpo vestido” (2015, p.181), as roupas podem ser entendidas como máscaras que encobrem personalidades e revelam outras. Em razão disso, quando Karol Conká transforma seu estilo a partir do vestuário, de forma repentina, faz parecer que essas novas peças servem apenas para encobrir a versão da artista exibida no *reality*. A mensagem de arrependimento, enfatizada por ela, com as alterações da linguagem das roupas e de seus comportamentos, dão a entender que essas mudanças são superficiais e, portanto, pouco convincentes ao público. Dessa forma, durante entrevista ao programa matinal da Tv Globo, “É de casa” (Gshow, 2021), Conká é mais uma vez indagada a respeito da veracidade de suas transformações visuais, e como resposta, questiona o que deve fazer para ser aceita, uma vez que já se redimiou por cometer erros, e tem a intenção de ser um indivíduo melhor, ressaltando que o uso da roupa diferenciada, em azul, é uma tentativa de “reconexão consigo mesma” (figura 32), reconhecendo que este fato não anula a genuinidade de seus erros e arrependimentos.

Figura 32 – Visual de Karol em entrevista ao programa “É de casa”



Fonte: Gshow (2021).

Em inúmeros momentos Conká repete a frase, “reconexão comigo mesma”, dando a entender se tratar de um discurso pronto, quase automático. O termo tem a ver com o desejo de se encontrar novamente diante da crise de identidade vivida por ela, mas representa também a busca por referências – tanto na aparência física quanto na artística, através do resgate de divas pop do passado, com as quais se identifica e admira. Na foto abaixo (figura 33), percebe-se o quão semelhante está a aparência da *rapper* com a inconfundível cantora estadunidense Whitney Houston – grande sucesso dos anos 80, até sua morte, em 2012. Com milhões de discos vendidos, inúmeros prêmios musicais e diversos *singles* conhecidos até hoje – como “*I Wanna Dance with Somebody (Who Loves Me)*” (1987), enfrentou no início dos anos 2000 uma conturbada crise de imagem diante de polêmicas com o então marido, o cantor Bobby Brown e rumores sobre o vício em drogas, sendo muito atacada e descredibilizada pela imprensa¹⁷. Logo, a semelhança física de Conká com Whitney, para além de ser uma mera coincidência, talvez venha do contexto de se reconhecer em outra artista negra que passou pelos mesmos conflitos identitários e de perseguição das mídias.

¹⁷ Portal da Rádio Antena1 (s/n). Disponível em: <<https://www.antena1.com.br/artistas/whitney-houston>>. Acesso em maio de 2023.

Figura 33 – À esquerda Karol Conká em 2021 e à direita a cantora Whitney Houston nos anos 80



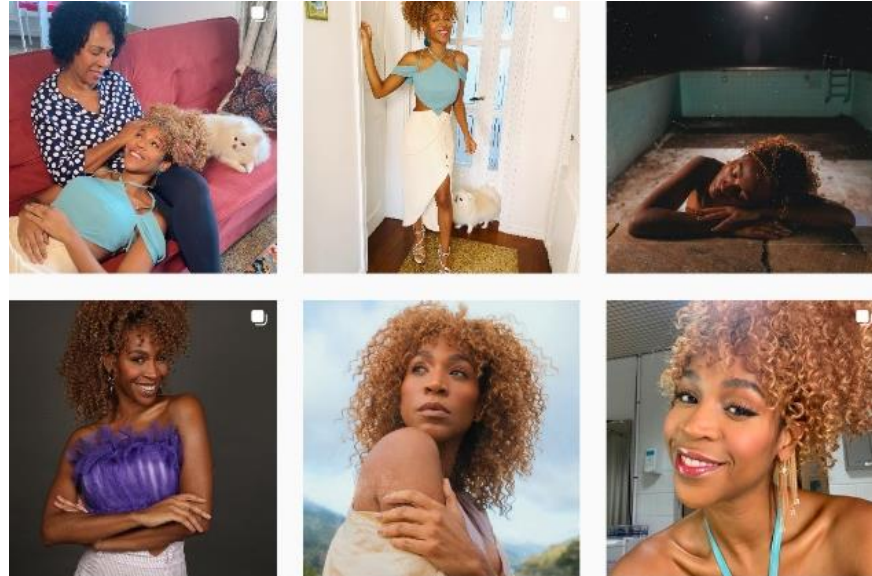
Fonte: Portal Pepper (2021).

Em entrevista ao portal “Steal the Look”, o *stylist* Dario Mittmann¹⁸, responsável pelos figurinos de Conká, explica: “quando um artista lança um novo projeto musical, junto a ele também vem um conceito visual, e isso também é trabalhado nos looks do artista”, o que fez da nova estética constante por toda a divulgação do *single* “Dilúvio”, incluindo as redes sociais (figura 34).

¹⁸ Dario Mittmann é um jovem *stylist* e estilista paranaense, reconhecido por vestir algumas celebridades do mundo pop brasileiro, incluindo Karol Conká, com quem trabalha há cerca de 5 anos. Com uma identidade visual muito particular, ele ressignifica a moda com criatividade, transgressão e experimentação.

Disponível em: <<https://www.dariomitt.com/sobre>>. Acesso fev. 2023.

Figura 34 – A rede social Instagram na estética visual de “Dilúvio”



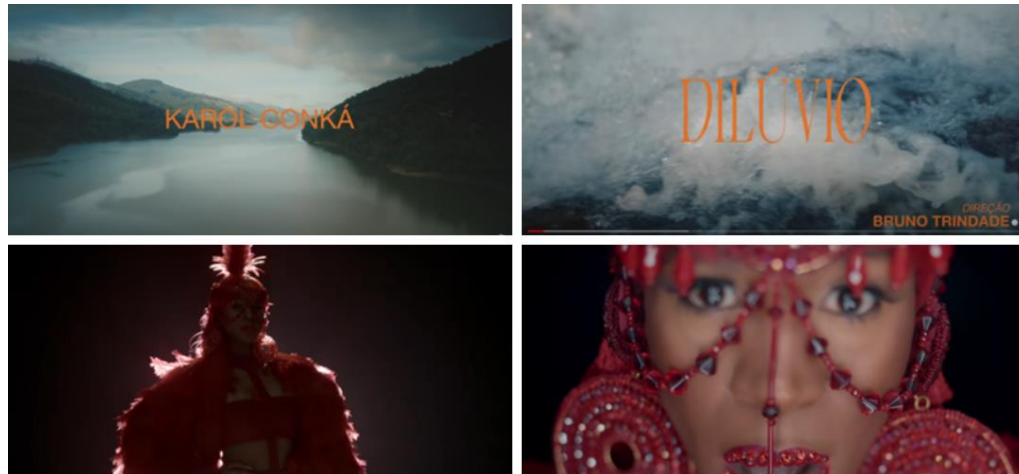
Fonte: Instagram @karolconka (2021).

Em suma, compreender a narrativa do dilúvio de Karol Conká a partir da perspectiva de Bonadio (2015, p.181), onde “o corpo que veste a roupa e o espaço no qual ela é utilizada impõem novos significados as peças”, é perceber a complexidade da música e do vídeo, construídos sutilmente por elementos que interligam a imagem, a linguagem e o corpo, ao mesmo tempo em que demonstram os processos artísticos e pessoais vivenciados pela *rapper* e as funções do *stylist*, idealizador dessas mudanças.

5.3.1 O videoclipe: reflexão, culpa e renascimento de Karol Conká

Ainda nos primeiros minutos do clipe já são nítidas as transmutações. O fundo verde da natureza e a fluidez da água introduzem a proximidade com o natural, assim como os tons opacos, pastéis e terrosos, deixando nítidas as diferenças entre esse e outros trabalhos da cantora. Ao comparar “Dilúvio” (2021) com o vídeo de “É o poder” (2015), seria possível tratar-se de artistas distintos (figura 35).

Figura 35- Comparação entre os clipes de “É o poder” (2015) e “Dilúvio” (2021)



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021) e “É o poder” (Youtube, 2015).

Em um desorganizado quarto branco, com roupas espalhadas pelo chão, está Karol Conká. Ao seu redor encontram-se as mesmas vestimentas usadas durante o BBB (figura 36), as quais simbolizam sua identidade e personalidade – tanto aquelas expostas no confinamento quanto as que sempre a caracterizaram. Deitada na cama, como se estivesse em um sonho (figura 36), a *rapper* convida o espectador a entender junto com ela todos os seus questionamentos e dúvidas do momento, traduzidos no caráter dramático da narrativa, assim como em suas expressões de sofrimento, isolamento e reflexão. Isso se dá, a partir do contraste com as peças coloridas jogadas pelo quarto, mas também com as nuances das outras cores do ambiente: o verde e o marrom - cores da terra, e o azul e o branco - cores do céu, evidenciam o aspecto simples e natural da estética do videoclipe e a veracidade de seus sentimentos. Apesar de parecer uma discussão superficial, o estudo demonstra a complexidade do tema.

Figura 36-Cenas que demonstram o sofrimento em Dilúvio



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

Certamente, o penteado e os cabelos mais claros que se iluminam quando refletidos ao sol; a maquiagem simples com a pele dourada; as roupas leves, sóbrias e claras; e quase nenhum acessório, são vestimentas inimagináveis para Karol Conká, e retratam o visual do videoclipe. No *Making of* dos bastidores (Youtube, 2021), o diretor Bruno Trindade, confirmou que o desafio desse trabalho era mostrar a artista numa nova etapa, depois de tudo o que ela passou, aprendeu e se mostrou disposta a melhorar, “trocando de casca como se troca de roupa”. A partir da fala de Bruno, é possível entendermos as diferenças estéticas na aparência da artista, consolidadas com o videoclipe.

Ao fundo, o verde compõe o cenário com a floresta, e o azul faz alusão ao céu e ao divino. Sinônimo de conectividade e retorno a natureza, essas cores transmitem calma e serenidade, abdicando a confusão da cidade e legitimando as transformações da *rapper*, sendo as escolhidas para vesti-la (figura 37). O momento que antecede o dilúvio é marcado pelas imagens acinzentadas e nubladas, contrapondo-se as outras cores, tem o intuito de avisar a chegada da tempestade, símbolo da mudança. Apesar de o cinza ter conotação negativa, nem sempre foi assim, e de acordo com Michel Pastoureau (2011, p. 107-108), durante a Idade Média a cor adquiriu signos positivos e popularizou-se como oposta ao preto, isto é, como cor da esperança, que, nesse contexto pode apresentar o mesmo sentido.

Figura 37 – Trechos do videoclipe



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

Depois do dilúvio vem o sol, que no videoclipe representa o renascimento de uma nova Karol Conká, marcado pelo conceito solar muito explorado do dourado. Nesse cenário, é com a beleza de uma poderosa divindade, numa cachoeira de águas turvas e vestindo uma roupa branca, que a vemos (figura 38). A água, de acordo com o dilúvio bíblico, representa poder, vida, renovação, cura, pureza, salvação e limpeza espiritual, e prepara a artista para a sua ressurreição, com o batismo - rito de iniciação cristã de regeneração do espírito e purificação dos pecados (LOURENÇO E BERNARDINO, 2016, p. 411-413).

Partindo desse pressuposto, ao considerar as simbologias pluviais e as concepções religiosas, a imagem de deusa divina de Karol e seu conjunto visual, aludem às orixás das águas, duas poderosas representações femininas, belas e maternais, das religiões afro-brasileiras, Oxum – rainha das águas doce e Iemanjá – rainha soberana dos mares (ver nota 13) (GOUVÊA, 2008, p. 72-73).

Sendo assim, entende-se que os efeitos causados pelas cores dependem principalmente dos contextos sociais e do conhecimento que se tem sobre elas, o branco, segundo Eva Heller (2021), pode representar o início e a luz; a ressurreição e a remissão dos pecados; é associado aos deuses e ao divino; a limpeza e a higiene; é a cor da inocência, do vazio e da leveza e pode estar ligado ao luto da reencarnação. Logo, elementos como o branco da roupa e a água, resgatam a imagem de inocência e revogação dos seus piores pecados, isto é, de tudo ligado ao BBB.

Figura 38 - Preparação para o renascimento da artista



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

Como já vimos, é indiscutível a magnitude e valor do cabelo como elemento identitário de Conká, e diante desse fato, não se pode negar sua relevância na narrativa. Durante os bastidores da gravação (Youtube, 2021), Moisés Costa, responsável pela beleza do vídeo, explica que a mudança capilar, com uma nova cor, equivale à expansão da consciência de uma Karol simplista e com menos brilho (figura 39), sendo as madeixas alongadas a simbologia da conexão entre a cabeça e a terra, isto é, à volta para o ambiente, para dentro e raízes: para o encontro do “eu”.

Figura 39 – Cabelos alongados são a conexão da cabeça e a terra.



Fonte: Instagram @karolconka (2021).

Na penteadeira, Conká encara suas múltiplas personalidades. O psicanalista francês Jacques Lacan, em seus estudos sobre “O estágio do espelho como formador da função do eu:

tal como nos é revelada na experiência psicanalítica” (1949), definiu com metáforas aspectos importantes sobre o entendimento do “eu” na psicanálise, a partir da observação de bebês, que ao se olharem no espelho conseguem identificar que a imagem refletida trata-se dele mesmo. No caso de Conká, olhar seu próprio reflexo traduz-se na consciência de como se é visto por si e pelo outro, isto é, refere-se às conexões entre o “eu” externo (que está vendo) e interno do indivíduo (refletido), assim como definiu Lacan.

Durante a formação desse “eu”, entende-se na mesma analogia do bebê, que a imagem como elo mediador dessa ação projeta seu reflexo, mas não constitui o sujeito (IMANISHI, 2008, p. 140-141). É como se essas figuras espelhadas, na verdade, fossem elementos do “outro” (cultura, pessoas, costumes, etc.) que moldam o “eu” interior de cada um. Logo, na cena descrita (figura 40), a projeção no espelho refere-se ao “eu” interno da *rapper* e suas múltiplas personalidades – intensamente questionadas pelo público, correlacionada a transtornos psiquiátricos e aos comportamentos vistos no *Big Brother*.

Figura 40 – Karol de frente a suas múltiplas personalidades



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

Nas cenas seguintes, dentro de uma enorme piscina vazia, Karol empenha-se a sair dela (figura 41), simbolizando o dia de luta depois do dilúvio, como diz a música. Suas expressões corporais expõem suas vulnerabilidades e demonstram que ela está acuada e cansada. O jeito de olhar direcionado para quem a observa, de baixo para cima, demonstra as relações de poder (já explicadas em outro momento), e resulta numa visão inferiorizada de si mesma, o que reforça sua fragilidade (figura 41).

Figura 41 – Karol e a inferioridade no olhar



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

Vestindo uma túnica amarela, com colar e brincos exuberantes, a artista se apresenta com um ar celestial, simples e deslumbrante. Seu figurino traz referências da figura de Oxum, popular orixá das águas doces – lagos, cachoeiras e rios-, que cuida das emoções e da beleza e é símbolo de uma feminilidade caricata, poderosa e sensual: gosta de enfeites, perfume, ouro, riqueza e brilho, sendo o amarelo e o dourado suas cores, e o leque e o espelho, seus objetos. E tem uma imagem associada a maternidade e a fecundidade (RABELO 2003, p.245; VALENTE, 1955, p. 141-142).

O painel (figura 42) traduz esses elementos. O contraste entre as cores da roupa, o dourado da luz, o azul da piscina e o preto da noite (figura 43), expõem a contradição de sentido com as cenas anteriores. Aqui, a *rapper* aparenta estar mais angustiada, e dessa forma, o preto ao fundo enfatiza o caráter íntimo, solitário e de penitência em que ocorrem essas reflexões, bem distintos daqueles momentos iniciais da narrativa. Logo, a analogia com Oxum, se concretiza através do equilíbrio dessas emoções e dos símbolos que a identificam: a roupa em amarelo, as joias, e a água representada pelo azul da piscina vazia, signos que se alinham a compreensão dos anseios da artista diante de sua crise identitária.

Figura 41 – Representações de Oxum



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Figura 42 – O visual traz referências a orixá Oxum



Fonte: "Dilúvio" (Youtube, 2021).

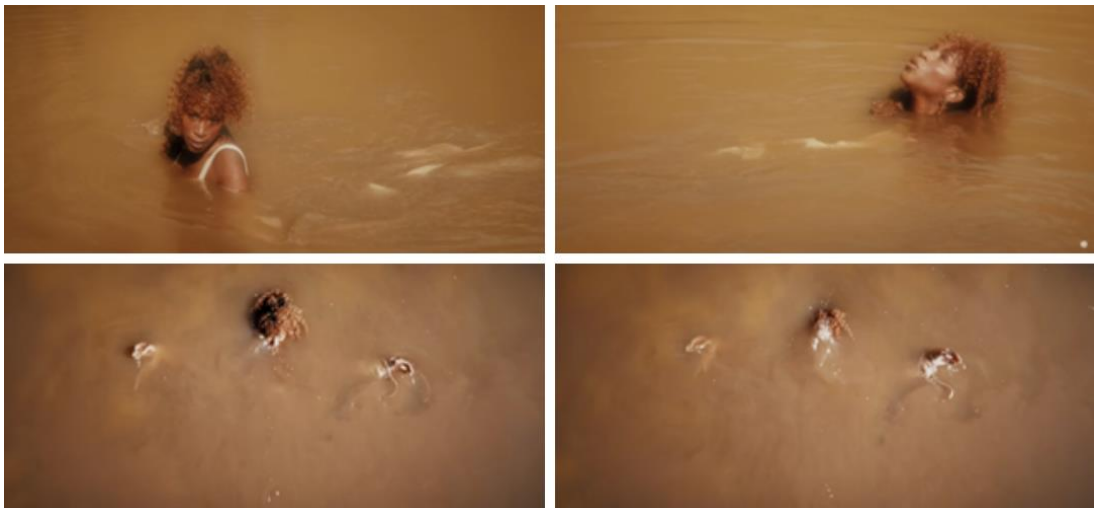
O arrependimento é um sentimento recorrente na tradução das imagens. Através de seu próprio reflexo na água (figura 44), como um espelho, que Karol pondera acerca da decisão das mudanças que envolvem essa nova aparência do renascimento. E, quando compreende as necessidades de sua decisão, ela imerge profundamente na água turva (figura 45), aceitando as simbologias do batismo cristão, a partir da renovação da água.

Figura 43 – Reflexão na água



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

Figura 44 – A ressurreição e o renascimento de Karol Conká



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

Partindo das reflexões de Maria Cláudia Bonadio (2015, p. 181) sobre o vestir-despir, a considerar a relevância das roupas nas sociedades atuais, o simples fato de desvestir-se pode transformar drasticamente a identidade de alguém, diante do outro ou de si mesmo. Então, após o mergulho, Karol Conká rejeita a imagem de inocência e fragilidade desenvolvida após o BBB21, quando tira a roupa branca que está usando (figura 46), mas também renega as expectativas dos outros diante dela e os rótulos recebidos após o *reality*.

Figura 45 – Despir-se



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

O despertar desses pensamentos, com tranquilidade e inteligência, estão representados pela combinação de azul e branco nas roupas (figura 47), e ficam marcados pelo retorno ao quarto. Só que agora, Karol está organizando a desordem, recolhendo o que já não faz mais sentido - caracterizado pelas peças coloridas usadas no BBB (figura 48). Nesse trecho, ela expõe que não se transformou em alguém diferente, mas aprendeu com seus próprios erros, sem necessitar de uma nova personalidade. O caos a ajudou a reconhecer as falhas e a entender quem ela realmente é, não identificando-se com os julgamentos dados pelas pessoas. E, isso foi justificado pela própria Karol Conká (DILÚVIO – *Making of*, 2021),

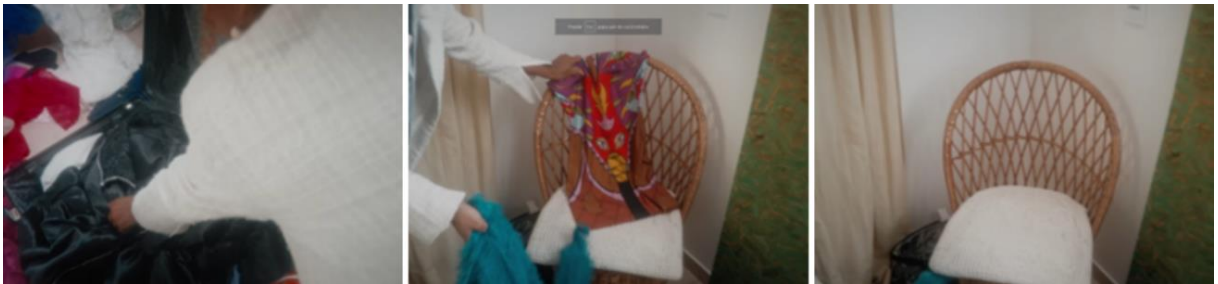
Quando eu estou passando por um momento de metamorfose ou renovação eu costumo sempre mexer no visual, estou sempre em constante movimento de reflexão. E as peças de roupas estão muito ligadas a momentos e emoções e muitas peças aqui eu já não me identifico mais, porque trazem lembranças de camadas que eu já não identifico e não aprovo. Toda coisa que evolui, nada fica igual, então as peças de roupas elas estão aqui para simbolizar isso aqui também. O estilo né? Se aqui dentro tem uma mudança, aqui fora ela acaba aparecendo, e é isso que está acontecendo (DILÚVIO – *Making of*, 2021).

Figura 46 – O despertar do dilúvio



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

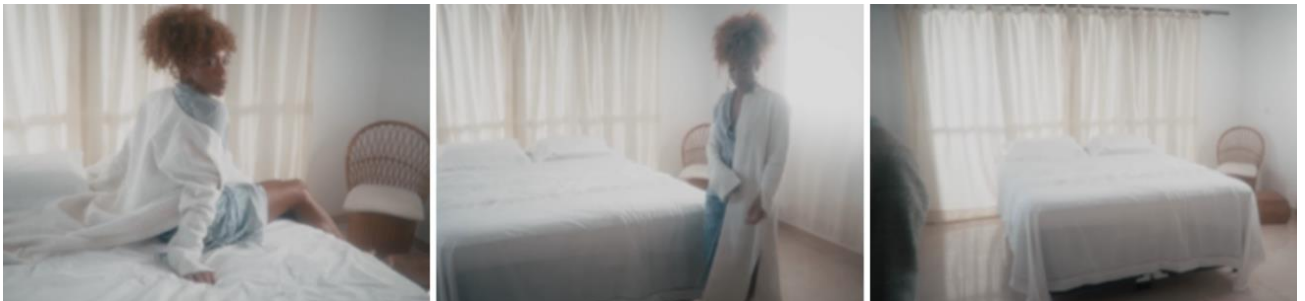
Figura 47 – arrumação da desordem



Fonte: “Dilúvio” (Youtube, 2021).

Nas últimas cenas, o quarto branco está absolutamente vazio (figura 49), o que traduz a oportunidade do novo e do recomeço, depois do entendimento das consequências de suas ações durante a participação no *Big Brother*. A janela fechada, significa que Karol não necessita da natureza para se reconectar consigo mesma, pois já fez isso. É o encerramento das questões que envolvem redenção, BBB e conseqüentemente, o dilúvio.

Figura 48 – O recomeço



Fonte: Videoclipe Dilúvio (Youtube, 2021).

O videoclipe aparentemente tem uma cronologia difusa, porém nos conta nas entrelinhas as motivações e ponderações que a cantora faz, demonstrando a complexidade do trabalho como um todo. Inicialmente, Karol Conká convida o espectador a entender junto com

ela o caos enfrentado, para em seguida, crer que a sua salvação está na água. Mesmo assim, segue cultivando, em penitência, os sentimentos de culpa pelos erros cometidos, enquanto busca entender seus conflitos internos ao se olhar no espelho. De volta à cachoeira, a artista entende que merece seu próprio perdão e aceita o recomeço e a renovação, simbolizados pelo mergulho, porém abdica dessa imagem de pureza e inocência ao tirar a roupa branca. Quando desperta desse frenesi, ela organiza a desordem do quarto, removendo os signos que fazem referência ao *reality* e deixando tudo vazio para o começo de uma nova era.

5.4 E DEPOIS DO DILÚVIO?

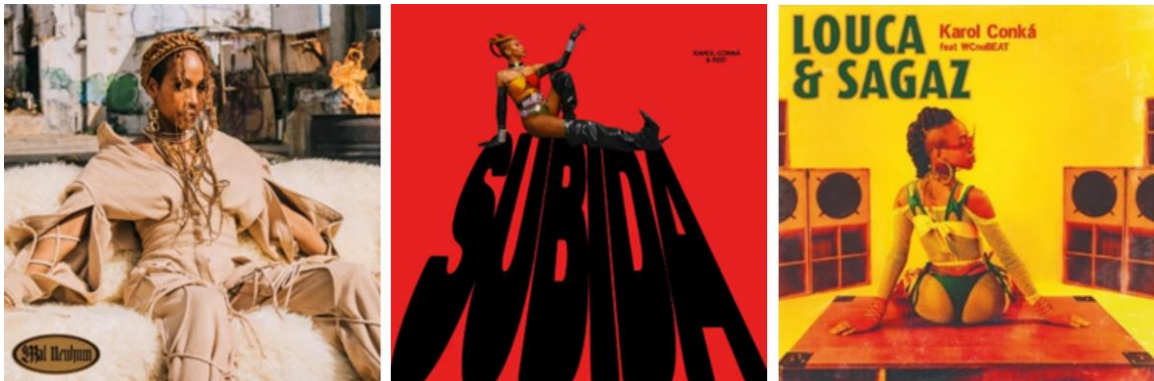
O sucesso da música, os memes e o fato de ter sido um dos nomes mais procurados no Google em 2021¹⁹, confirmam que, toda a narrativa desenvolvida através das roupas pelo *stylist* Dario Mittmann, reconstruíram, com sucesso, a carreira de Karol Conká. O ciclo de redenção iniciado após o BBB e encerrados com a estética desse videoclipe auxiliaram-na a retomar a vida artística, influenciando seus próximos passos, em vista que “Dilúvio” (2021) foi o primeiro trabalho da *rapper* após toda repercussão do *reality*.

Neste mesmo ano, a cantora ainda lançou outros três videoclipes, com estéticas muito distintas do primeiro, validando outras fases de sua carreira. Em junho de 2021, veio o single Mal Nenhum; em outubro do mesmo ano, com estéticas muito parecidas, vieram “Subida” – que criticava os ataques sofridos por ela na internet e “Louca e Sagaz” – parceria com o produtor Wc no Beat²⁰(figura 50), que era para ter sido lançado enquanto Karol ainda estava confinada, mas as polêmicas envolvendo seu nome fizeram com que a gravadora mudasse de ideia. Todos esses *singles* fazem parte de seu álbum mais recente.

¹⁹Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/news/2021/12/08/marilia-mendonca-anitta-e-karol-conka-estao-entre-os-nomes-mais-buscados-no-google-2021.html>>. Acesso dez.2022.

²⁰ WC no Beat é Wesley Costa, um produtor musical capixaba precursor do estilo Trap funk no Brasil, unindo nomes do rap e do funk e garantindo o sucesso. Disponível em: <<https://www.sonymusic.com.br/artistas/wc-no-beat/>>. Acesso abril de 2023.

Figura 49- Capas dos singles



Fonte: G1 (2022).

5.4.1 Urucum para cicatrizar

“Urucum” é o terceiro álbum de Karol Conká, lançado em março de 2022 e produzido em parceria com RDD²¹, do grupo baiano Àttooxxá (ÀTTØØXXÁ). O tema central do disco é o cancelamento sofrido por ela no ano anterior, mas tratado de uma perspectiva distinta daquela vista em “Dilúvio”. Neste trabalho (figura 51), a rapper se apropria do título de vilã (adquirido durante o BBB) e dos signos que remetem a famosos vilões da história, como o Demônio e a Medusa, confirmando, de modo dramático e irônico, que de acordo com as proporções em que foi julgada, ela realmente é uma vilã tão maldosa quanto essas figuras.

²¹ RDD é Rafa Dias, um conhecido produtor musical da Bahia, idealizador do grupo baiano Àttooxxá, que mistura ritmos, como música eletrônica e funk com pagodão baiano. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2022/04/04/karol-conka-vira-o-jogo-muda-o-disco-e-apaga-ma-impressao-do-album-anterior-ambulante.ghtml>>. Acesso maio de 2023.

Figura 50- Urucum



Fonte: G1 (2022).

Na estética, o penteado e o olhar remetem a Medusa, representação feminina monstruosa da mitologia grega identificada pelos cabelos de serpente e reconhecida por petrificar qualquer um que olhasse para ela²² (figura 52).

²² Ver MEDUSA: VIOLÊNCIA, INJUSTIÇA E A CULTURA DO ESTUPRO. In: UFRB-BIBLIOTECA SETORIAL DO CECULT. Disponível em: <<https://www1.ufrb.edu.br/bibliotecacecult/noticias/324-medusa-violencia-injustica-e-a-cultura-do-estupro>>. Acesso jun. 2023.

Figura 51 – À esquerda o quadro Medusa, do pintor Caravaggio e a direita a estátua de Medusa



Fonte: Portal Hypesness (2019).

Na capa do álbum, o vermelho é a cor predominante, e de acordo com a simbologia cristã, pode estar associada ao Diabo – criatura polimorfa demoníaca e maléfica vinda diretamente das trevas do inferno para desafiar Deus, sendo o responsável pelos males do mundo (PASTOUREAU, 2011, p.45-50). É também o tom das sementes do urucum (figura 53) – fruto comum nas Américas e muito utilizado como corante e tintura pelos indígenas, é identificado por suas propriedades cicatrizantes, e por isso, dá nome ao álbum, fazendo dele a materialização do processo de cura, renascimento e florescimento da artista, depois do caos, isto é, simbolizando a superação dela (RIFANE, 2023).

Figura 52 – Urucum



Fonte: Diário do Nordeste (2023).

Atualmente, Karol Conká já voltou a ser atração de festivais, shows e programas de tv, além de usar ativamente as redes sociais, reconquistando o respeito de grande parte do seu público. Coincidentemente, as aparições da cantora já mostram seu estilo habitual, muito semelhante àquele que sempre a caracterizou, como ilustra o painel abaixo (figura 54), onde as fotos de todos os figurinos estão no Instagram da própria artista e datam do ano de 2023.

Reafirmando que os mecanismos utilizados para fomentar as transformações de sua aparência, foram consequências do enfrentamento ao momento vivido após a participação no BBB21.

Figura 53 – Figurinos de Karol Conká em 2023



Fonte: Elaborado pela autora (2023), a partir de imagens do Instagram @karolconka.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos, os vínculos entre moda e imagem dão sentido e estruturam as ciências das comunicações, a partir das linguagens não verbais das roupas, e esclarecem aspectos acerca da criação de imagem de moda, pautadas pelas funções do *stylist* e *personal stylist*, quando reformulam a imagem de um artista em crise identitária.

Comprovados com a análise detalhada da aparência de Karol Conká, que teve o conjunto visual dissociado de sua persona após a rejeição no *Big Brother Brasil 21*. O vestuário junto as cores, o cabelo e a maquiagem, sofreram drásticas mudanças para afastar a mensagem adquirida no *reality*, ao mesmo tempo em que tornou-se ferramenta principal de reconstrução da imagem, apresentando nas entrelinhas das roupas as mensagens acerca do seu arrependimento pelos erros cometidos, e confirmando, as interrelações entre moda, imagem e comunicação.

É no videoclipe de “Dilúvio”, que ela expõe essas linearidades do discurso, confirmando que pode-se comunicar e interpretar o que bem entender a partir de uma imagem bem estruturada – enganar, confundir e criar. Para além das narrativas de redenção e perdão das roupas e estética, esses mecanismos consolidaram-se como estratégias complexas de fuga do racismo e dos estereótipos de representação da mulher negra nos meios culturais. Comprovando que é através da roupa que as imagens são ressignificadas – a partir das interseções entre moda, imagem e comunicação, suas relações com o vestuário, a aparência, as linguagens não-verbais, e o corpo, é que as transformações da artista foram bem-sucedidas e, sobretudo, aceitas pelo público.

REFERÊNCIAS

A VIDA DEPOIS DO TOMBO. Direção: Patrícia Carvalho e Patrícia Cupello. Globoplay, 2021. Globo.com 2000-2022 Globo Comunicação e Participações S.A. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/a-vida-depois-do-tombo/t/XQhhKxgs1y/detalhes/>>. Acesso em: set. 2022.

AFONSO-ROCHA, R.; MOURA MELO, I.; ROSA DOS SANTOS, C. Mamacita fala, vagabundo se senta: Artivismo, construção identitária e resistência em Karol Conka. **Entre Letras**, v. 10, n. 1, p. 352–376, 2019. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/entreletras/article/view/6347>>. Acesso em: dez. 2022.

ANDRADE, A.A.; PEIXOTO J.V.S.; DANTAS, S.G. De Princesa a Sultana: A reapresentação da personagem Jasmine da animação Aladdin (1992) para o *liveaction* (2019) como instrumento de posicionamento de marca Disney. **Iniciacom – Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social**, v. 11 n. 1, p. 1-14, 2022. Disponível em: <<https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/4065>>. Acesso em: jun. 2023.

AGUIAR, T. **Personal Stylist: guia para consultores de imagem**. 5ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

BARNARD, M. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BENTO, C. **O Pacto da Branquitude**. 1ªed. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

BERENHOLC, I. Personal Styling e os serviços de consultoria de imagem. In: FAÇANHA, A.; MESQUITA, C. **Styling e Criação de imagem de moda**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018. p. 148-161.

BONADIO, M.C. O corpo vestido. In: MARQUETTI, F.; FUNARI, P.P. (Org.). **Sobre a pele: imagens e metamorfoses do corpo**. Editora Intermeios, 2015, p. 179-206.

BRACCHI, D. Contribuições da semiótica para fotografia de moda. In: FAÇANHA, A.; MESQUITA, C. **Styling e Criação de imagem de moda**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018. p. 175-187.

BRASIL, L. Dossiê Afrofuturismo: saiba mais sobre o movimento cultural. In: **Portal Geledés**, 2015. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/dossie-afrofuturismo-saiba-mais-sobre-o-movimento-cultural/#ixzz4F6h0H69J>>. Acesso em: out. 2022.

CALANCA, D. **História Social da Moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

CRANE, D. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

CASTILHO, K. **Moda e linguagem**. 2ªed.rev. (reimpr.). São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2009.

DA SILVA, A.V. M.; Memes, educação e cultura de compartilhamento nas redes sociais. **ARTEFACTUM** – Revista de estudos em Linguagens e Tecnologia, v. 17, n. 2, 2018, p. 19. Disponível em: <<http://artefactum.rafrom.com.br/index.php/artefactum/article/view/1671/796>>. Acesso em: fev. 2023.

DILÚVIO (Clipe oficial). Direção: Bruno Trindade Ruiz. Produção Musical: Leo Justi. Produção Executiva: Caio Piovesan. B+CA/Filmes. Publicado pelo canal de Karol Conká no Youtube, 11 mai. 2021. (3min43s) Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AqdUj8-t5Go>>. Acesso em: out. 2022.

DILÚVIO (Making of). Direção: Bruno Trindade Ruiz. Produção Musical: Leo Justi. Produção Executiva: Caio Piovesan. B+CA/filmes. Publicado pelo canal de Karol Conká no Youtube, 12 jun. 2021. (4min15s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CMKcGvcDLkA&t=174s>>. Acesso em: out. 2022.

DOS SANTOS, A. P. M. T.; DOS SANTOS, M. R. Geração Tombamento e Afrofuturismo: a moda como estratégia de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil. **dObra[s]** – **Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 11, n. 23, p. 157–181, 2018. DOI: 10.26563/dobras.v11i23.716. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/716>>. Acesso em: dez. 2022.

DUARTE, L. Geração tombamento: juventude negra e empoderamento estético. In: **EM PAUTA**. Pelotas, 19 fev. 2017. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/empauta/geracao-tombamento-juventude-negra-e-empoderamento-estetico/>>. Acesso out. 2022.

FAÇANHA, A. Projeto laboratorial em criação de imagem. In: FAÇANHA, A.; MESQUITA, C. **Styling e Criação de imagem de moda**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018. p. 64-84.

FAÇANHA, A; MESQUITA, Cristiane (Org). **Styling e Criação de imagem de moda**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018.

FEDERIZZI, C.L.; HALPERN, M.; MACHADO, T.L.; GERENDA, F. O moodboard como ferramenta metaprojetual: um estudo sobre o caso Smart! p. 1101-1112. In: **Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, v. 1, n. 4. São Paulo: Blucher, 2014. Disponível em: <<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/o-moodboard-como-ferramenta-metaprojetual-um-estudo-sobre-o-caso-smart-12721>>. Acesso em maio 2023.

FLEUR. R. Lacração, empoderamento e luta: conheça a geração tombamento. In: **Portal Geledés**, 13 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/lacracao-empoderamento-e-luta-conheca-geracao-tombamento/>>. Acesso em: out. 2022.

FRANCISCO, V.M.; **Análise dos movimentos hippie e punk através dos setes estilos universais**. 2021. Artigo (Técnico em Design de Moda) – Universidade do Sul de Santa Catarina-UNISUL. Tubarão, SC, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/19442>>. Acesso em: jun. 2022.

FRANGE, C. Styling: mapeando o território. In: FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane (Org). **Styling e Criação de imagem de moda**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018, p. 22-38.

FURTADO, B. S.; BASTOS, A. de F. V. Histórias recontadas: análise da imagem de moda com afrodescendentes. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 16, p. 01-23, 2021. DOI: 10.5965/18083129152021e0016. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/18186>. Acesso em: jun. 2023

GARDIN, C. O corpo e mídia: modos e moda. In: CASTILHO, K.; OLIVEIRA, A.C. (Org). **Corpo e moda: por uma compreensão do contemporâneo**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

GOMES. N.L.; **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. Belo Horizonte, MG. 2002, 14p. Disponível em: http://titosena.faed.udesc.br/Arquivos/Artigos_textos_sociologia/Negra.pdf. Acesso em: nov. 2022.

GOUVÊA, M.I.M. **Encantamento**: evocação fotográfica de poéticas submersas nas celebrações do mito de Iemanjá em Salvador e Ilha de Itaparica. 2013. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008. Disponível em: <http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/9862>. Acesso em: dez. 2022.

GSHOW. Karol Conká participa do 'É de Casa' e fala sobre vida após o 'BBB21': 'quando reconheço meu erro, falam que é fingimento'. **É de casa**. Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/e-de-casa/noticia/karol-conka-participa-do-e-de-casa-e-fala-sobre-vida-apos-o-bbb21-quando-reconheco-meu-erro-falam-que-e-fingimento.ghtml>. Acesso em: nov. 2022.

HELLER, E. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1ª. reimpr. São Paulo: Olhares, 2021. 312p.

HOOKS, B. **Olhares Negros: raça e representação**. São Paulo: Elefante, 2019. 352p.

HORTEGAS, M. G. Religiões Afrodiaspóricas na América Latina. **Numen - Revista de estudos e pesquisa da religião**, Juiz de Fora, v.23 n.2, p.1-9, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.34019/2236-6296.2020.v23.30447>. Acesso em: abr. 2023.

IMANISHI, H.A. A metáfora na teoria lacanianiana: o estádio do espelho. **Bol. psicol**, São Paulo, v. 58, n. 129, p. 133-145, dez. 2008. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S000659432008000200002&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: abr. 2023.

KAROL CONKÁ GANHA SEGUIDORES NO INSTAGRAM E RESGATA NÚMERO DE ANTES DE ANÚNCIO COMO PARTICIPANTE DO 'BBB21': Cantora aumentou número na rede social assim que lista de participantes do reality foi divulgada, mas recebeu mais de meio milhão de unfollows ao longo do jogo, quando ganhou fama de vilã. **G1**. 25 fev. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/02/25/karol-conka-ganha-seguidores-no-instagram-e-resgata-numero-de-antes-de-anuncio-como-participante-do-bbb21.ghtml>>. Acesso em: abr. 2023.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das letras, 2009.

LOURENÇO, L.; BERNARDINO, S. **O poder da água: uma dádiva e um risco**. 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/LucianoLourenco/publication/298305366_O_PODER_DA_AGUA_UMA_DADIVA_E_UM_RISCO/links/56e7d43608ae4c354b1d0672/O-PODER-DA-AGUA-UMA-DADIVA-E-UM-RISCO.pdf>. Acesso em: mai.2023.

MAIS VOCÊ. Produção: Globo Comunicação e Participações S.A. 1ª exibição em: 24 fev.2021. (64min). Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9296680/>>. Acesso em: out. 2022.

MAUAD, A. M. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 133-174, 2005. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/5417>>. Acesso em: jun. 2023.

MCASSEY, J.; BUCKLEY, C. **Styling de moda: criação de um estilo, moda ou imagem**. Vol. 8. Porto Alegre: Bookman, 2013. 199p.

MESQUITA, C. Para além do design: styling e criação de imagem de moda. In: FAÇANHA, A.; MESQUITA, C. **Styling e Criação de imagem de moda**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018. p. 39-50.

MITTMANN, D. Desvendando os símbolos por trás do novo clipe da Karol Conká. In: The Look Stealers. **Steal the look**. 22 mai. 2021. Disponível em: <<https://stealthelook.com.br/desvendando-os-simbolos-por-tras-do-novo-clipe-da-karol-conka/>>. Acesso em: out. 2022.

OLIVEIRA, S. R. Moda é linguagem? In: OLIVEIRA, S.R. **Moda também é texto**. São Paulo: Edições Rosari, 2007. p.29-36.

PASTEUREAU, M. **Preto: história de uma cor**. Tradução de Lea P. Zylberlicht. – São Paulo; Editora Senac: Imprensa oficial do estado de São Paulo, 2011.

PRECIOSA, R. Mudar, parecer e seus possíveis desígnios. In: FAÇANHA, A.; MESQUITA, C. **Styling e Criação de imagem de moda**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018. p. 165-171.

QUADRADO, J. C.; SILVA, K. C. V. O afrofuturismo como forma de representação cultural. **2º Encontro Missionário de Estudos Interdisciplinares em Cultura**, v.2, p. 1-11, 2016.

Disponível em: <<https://docplayer.com.br/70095640-O-afrofuturismo-como-forma-de-representacao-cultural-1.html>>. Acesso em: nov.2022.

RABELO, M. C. M. O presente de Oxum e a construção da multiplicidade no candomblé. **Religião & Sociedade**, v. 35, n. 1, p. 237-255, jan. 2015

RAINHO, M.C.T. As imagens da moda e a moda das imagens. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 2, n. 4, p. 76-83, 2008. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/337>>. Acesso em: maio. 2023.

RANIERI, I.B. **As tendências adaptadas as variáveis antropométricas**: produtos de moda auxiliando na satisfação corporal. 2017. 92 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2017.

RIFANE, I. Urucum: veja para que serve e benefícios da planta: com propriedades antioxidantes, planta ajuda a retardar o envelhecimento. **Diário do Nordeste**, 01 jun. 2023. Disponível em: <<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ser-saude/urucum-veja-para-que-serve-e-beneficios-da-planta-1.3374575>>. Acesso em: jun. 2023.

SOUZA, J. S. de. **Tecendo identidades nas fronteiras**: o vestir em narrativas de mulheres bissexuais. 2021. Dissertação (Mestrado em Psicologia: Psicologia Social) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia: Psicologia Social da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2021.

SANT’ANNA, P. O desafio da criação de imagem de moda em um mundo global. In: FAÇANHA, A.; MESQUITA, C. **Styling e Criação de imagem de moda**. 2ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018. p. 125-142.

SEIXAS, L. M. P. Maria e Iemanjá: duas faces – um arquétipo. **Último Andar**, n. 31, p. 112-125, 2018. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/ultimoandar/article/view/37240>>. Acesso em: jun. 2023.

TORRES, L. BBB 21: Karol Conka perde 500 mil seguidores; Bill ganha 700 mil Número de seguidores da rapper vem em queda há vários dias. **Portal PopLine**. 09 fev.2021. Disponível em: <<https://portalpopline.com.br/bbb-21-karol-conka-perde-500-mil-seguidores-bill-ganha-700-mil/>>. Acesso em mar. 2023.

TÔRRES, P. H. S. **A arte e o ofício de historiar**: Foucault e a invenção do panoptismo. 2010. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. doi:10.11606/D.8.2011.tde-03082011-084344. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-03082011-084344/pt-br.php>>. Acesso em: mar. 2023.

ULRICH, L. O impacto das cores na imagem pessoal e profissional. **Cuad. Cent. Estud. Diseñ. Comun., Ensayos**, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, n. 97, p. 55-64, 2021. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielophp?script=sci_arttext&piS185335232021000800055&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: set. 2022.

VALENTE, W. **Sincretismo religioso afro-brasileiro**. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 1955. Disponível em: <<http://bdor.sibi.ufrj.br/handle/doc/53>>. Acesso em: mai. 2023.

VAZ, A. **Pequeno livro de estilo**: guia para toda hora. 7ªed. Campinas, SP: Verus Editora, 2011.