

# A ARTE ENTRE ESTILISTAS E CHEFS: OS REPERTÓRIOS DA ARTE E A DELIMITAÇÃO DAS FRONTEIRAS NA GASTRONOMIA E NA MODA<sup>1</sup>

Bárbara Venturini Ábile<sup>2</sup>

Juliana C. Miraldi<sup>3</sup>

Michel Nicolau Netto<sup>4</sup>

Talitha A. Ferreira<sup>5</sup>

## Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar as fronteiras simbólicas que são produzidas a partir de encontros do campo da arte com os campos da moda e da gastronomia. Elegemos como objetos de análise: no caso da moda, a parceria entre a marca de *fast fashion* Riachuelo e o Museu de Arte de São Paulo em 2017 chamada projeto Moda Masp; no caso da gastronomia, a obra "Restauro" na 32ª Bienal de São Paulo e a exposição "Alimentário" no Museu da Cidade, também em São Paulo. Esses encontros demonstram a articulação nesses campos de um repertório cultural legitimado e valorizado, produzido no campo da arte. É a partir desse repertório, que os agentes do campo da moda e da gastronomia traçam fronteiras simbólicas internas a seus campos, assegurando vantagens em suas disputas. Essas análises nos permitem concluir que: (i) esses encontros não ameaçam a autonomia do campo da arte, uma vez que dependem de seu reforço para que a arte continue sendo fonte de repertório cultural legítimo; (ii) a arte continua sendo importante fonte de capital cultural e distinção, se olharmos como seu repertório é utilizado para produção de fronteiras sociais a partir dos outros campos aqui analisados; (iii) esses encontros não produzem processos de artificialização, na medida em que eles dependem da manutenção das fronteiras entre os campos para que haja eficácia simbólica na transferência da carga positiva atribuída ao 'artista' a estilistas e chefs.

**Palavras-chave:** Arte. Fronteiras. Campo. Moda. Gastronomia.

## Art between stylists and chefs: the repertoires of art and the delimitation of boundaries in gastronomy and fashion

## Abstract

This article aims to analyze the symbolic boundaries that are produced from encounters between the field of art and the fields of fashion and gastronomy. We selected as objects of analysis: (i) in the case of fashion, the partnership between the fast-fashion brand Riachuelo and the Museu de Arte de São Paulo in 2017 called the Moda Masp project; (ii) in the case of gastronomy, the artwork "Restauro" at the 32nd Bienal de São Paulo and the exhibition "Alimentário" at

---

<sup>1</sup> As pesquisas que resultaram neste artigo contaram com os seguintes apoios: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo 2018/20074-2; Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo 2015/11112-0; Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo 2016/16686-7; Coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de nível superior (Capes), processo 88882.329293/2019-01.

<sup>2</sup> Doutoranda em sociologia pela Unicamp. E-mail: bvabile@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutora em sociologia pela Unicamp. E-mail: julianamiraldi@gmail.com.

<sup>4</sup> Professor doutor em sociologia pela Unicamp. E-mail: mnicolau@unicamp.br.

<sup>5</sup> Doutoranda em sociologia pela Unicamp. E-mail: talitha\_ferreira@yahoo.com.

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

the Museu da Cidade, also in São Paulo. These encounters demonstrate the articulation in these fields of a legitimate and valued cultural repertoire produced in the field of art. It is from this repertoire that agents in the field of fashion and gastronomy draw symbolic boundaries within their fields, ensuring advantages in their disputes. These analyzes allow us to conclude that: (i) these meetings do not threaten the autonomy of the field of art, since they depend on its reinforcement so that art remains a source of legitimate cultural repertoire; (ii) art remains an important source of cultural capital and distinction if we look at how its repertoire is used to produce social boundaries in the other fields analyzed here; (iii) these meetings do not produce artification processes, as they depend on maintaining the boundaries between the fields so that there is symbolic effectiveness in transferring the positive charge attributed to the 'artist' to stylists and chefs.

**Keywords:** Art. Boundaries. Field. Fashion. Gastronomy.

### **Arte entre estilistas y cocineros: los repertorios del arte y la delimitación de fronteras en gastronomía y moda**

#### **Resumen**

Este artículo tiene como objetivo analizar las fronteras simbólicas que se producen a partir de los encuentros entre el campo del arte y los campos de la moda y la gastronomía. Elegimos objetos de análisis: (i) en el caso de la moda, la alianza entre la marca de moda rápida Riachuelo y el Museu de Arte de São Paulo en 2017 denominado proyecto Moda Masp; (ii) en el caso de la gastronomía, la obra "Restauró" en la 32 Bienal de São Paulo y la exposición "Alimentário" en el Museu da Cidade, también en São Paulo. Estos encuentros demuestran la articulación en estos campos de un repertorio cultural legítimo y valorado producido en el campo del arte. Es a partir de este repertorio que los agentes del campo de la moda y la gastronomía trazan fronteras simbólicas dentro de sus campos, asegurando ventajas en sus disputas. Estos análisis permiten concluir que: (i) estos encuentros no amenazan la autonomía del campo del arte, ya que dependen de su refuerzo para que el arte siga siendo una fuente de legítimo repertorio cultural; (ii) el arte sigue siendo una fuente importante de capital cultural y distinción si observamos cómo se utiliza su repertorio para producir límites sociales de los otros campos analizados aquí; (iii) estos encuentros no producen procesos de artificación, pues dependen de mantener los límites entre los campos para que exista una efectividad simbólica en la transferencia de la carga positiva atribuida al 'artista' a los estilistas y chefs.

**Palabras-clave:** Arte. Frontera. Campo. Moda. Gastronomía

## Introdução

Este artigo<sup>6</sup> busca contribuir para a compreensão dos processos de constituição e reafirmação de fronteiras simbólicas ao investigar as relações entre os campos da arte (em especial, artes visuais), da moda e da gastronomia na contemporaneidade. Constatamos, primeiramente, que a arte funciona como um repertório simbólico capaz de ser mobilizado por agentes desses outros campos, no sentido de articular disputas e classificações. Para tanto, analisaremos dois recortes que julgamos emblemáticos: (i) a parceria intitulada Moda Masp anunciada em 2017 entre a Riachuelo e o Masp para a criação de uma coleção de roupas e (ii) os casos das exposições “Restauro” e “Alimentário”, que ocorreram entre 2015 e 2016 na 32ª Bienal de São Paulo e no Museu da Cidade, respectivamente.

O primeiro caso retoma a antiga relação entre moda e arte. Contudo, se essa relação costumava envolver os agentes dominantes do campo da moda, como as marcas de luxo, ela agora envolve também seu oposto: uma popular rede *fast fashion*. Já o vínculo entre gastronomia e arte também não é novo, mas há sua expansão, que na contemporaneidade atinge de modo mais demarcado alguns dos seus espaços e agentes. Essa relação entre arte e os campos da moda e da gastronomia produz novos processos de classificação dos elementos pertencentes aos campos, o que não elimina suas especificidades, mas introduz novas formas de distinção entre seus agentes. A partir disso, interessa-nos perceber que se por um lado esses encontros geram intercâmbios pontuais entre determinadas produções culturais – na medida em que há compartilhamento material e simbólico entre os campos envolvidos, ou seja, entre seus produtos, consumidores e produtores –, o processo de produção simbólica só é possível porque as fronteiras entre os campos são reconhecidas na prática. Com isso, as fronteiras da arte são reafirmadas, permitindo que seu campo se estabilize como uma fonte de repertórios culturais valorizados e pretensamente distintivos.

Desdobrando os casos, observamos os movimentos de um *jogo simbólico* singular, que aproxima e distancia a ‘arte’ de outros espaços de produção, como a moda e a gastronomia. Ainda que os eventos que investigamos apresentem diferenças, notamos

---

<sup>6</sup> O autor e as autoras deste artigo fazem parte do Grupo de Estudos em Bourdieu da Unicamp (Gebu). Para referências de pesquisas produzidas no Gebu sobre os campos aqui analisados, ver: Moda: Ábile (2019); Gastronomia: Ferreira (2015; 2018); Campo e Arte: Miraldi (2015; 2020). Aproveitamos o espaço para registrar nossos agradecimentos aos colegas do Gebu, por todas as trocas, diálogos e ideias.

certas regras ou condições que inscrevem suas possibilidades objetivas. Esse jogo entre o que é e o que não é compartilhado, entre diferentes campos e as próprias condições que possibilitam que alguns agentes possam se engajar nesse jogo, são questões que norteiam nossa pesquisa. Veremos que antes de avançarmos na investigação dessas fronteiras, precisamos nos ater ao invariante desses casos: um referente para o qual esses investimentos convergem interesses e valores de diferentes ordens. Se na contemporaneidade a arte organiza e conforma um repertório simbólico especialmente atrativo, iniciamos retomando aquilo que a torna capaz de articular fenômenos aparentemente tão distintos.

### **O campo das artes visuais**

Nos estudos de Pierre Bourdieu a arte se configura como um campo de produção de capital cultural que reflexivamente classifica seus praticantes enquanto é por eles classificado. O autor nota como o conhecimento artístico (ida a museus, reconhecimento de pintores e obras, etc) – resultado de diferentes processos de acúmulo de capital – é ele próprio um capital cultural incorporado (BOURDIEU, 2015), uma vez que o reconhecimento social da legitimidade desse conhecimento faz com que seus detentores adquiram maior status social. Contudo, essa relação entre conhecimento artístico e status social só é eficaz porque os sistemas classificatórios do mundo social apresentam correspondências que possibilitam que um sistema classificatório estabilizado como o da arte seja capaz de distinguir e ordenar a legitimidade de agentes, práticas e instituições não artísticas.

Em *A Distinção* (2007) tal homologia ocorre entre o espaço social e o espaço dos gostos e estilos de vida, de modo que Bourdieu argumenta que as práticas culturais empreendidas por quem possui maior status social tendem a manifestar maior poder distintivo. No entanto, em obras posteriores, voltadas à compreensão do modo específico de produção artístico (BOURDIEU, 1996; 2013), o autor demonstra que o sistema classificatório dos gostos e práticas que geram distinção social é produzido em um espaço simbólico específico, o campo da arte, a partir de disputas e alianças que, com o passar do tempo, definem não só o valor do que é produzido no campo, mas o que pode ser produzido e quem o pode produzir. É justamente porque o campo da arte produz fronteiras simbólicas eficazes, como os limites entre o que é ou não artístico, entre o que é legítimo ou ilegítimo para a arte, que ele é capaz de ser

articulado como uma fonte de produção de outras fronteiras sociais, que extrapolam o seu campo.<sup>7</sup> Deste modo, analisando as noções de campo e distinção em conjunto, percebemos que não há contradição entre o aumento da autonomia do campo e sua capacidade de intervenção em processos heterônomos a ele. Ao contrário, quanto mais autônomo o campo, maior a sua condição de produzir capitais legítimos que possam ser utilizados em lutas classificatórias disputadas por agentes e instituições de outros campos.

Apesar da complexidade e do grau de autonomia que a arte alcançou nos tempos atuais, a gênese deste campo é, segundo Bourdieu, relativamente recente: teria ocorrido na França, na segunda metade do século XIX, com a *revolução simbólica* promovida pelo impressionismo (BOURDIEU, 2013). Este é um marco para a arte ocidental, pois o impressionismo representou não só a reestruturação do fazer artístico em relação ao modo de produção precedente – caracterizado pela pintura acadêmica e pela figura do pintor profissional<sup>8</sup> –, como descentralizou o poder de legitimação da arte que era até então monopolizado pelas academias. Do ponto de vista da autonomia da arte, as academias já representavam uma maior capacidade de refração em relação às influências externas (como a da Igreja), porém o mesmo não valia para o Estado, que monopolizava as instituições de ensino nacionais e, por isso, detinha demasiado poder sobre a forma de organização das academias, afetando diretamente os processos de produção das regras e da legitimação da arte e limitando sua autonomia. Assim, a posição que as academias possuíam não pode ser considerada como efeito da autonomização do campo artístico, tendo em vista justamente a influência que sofria do Estado e os poucos recursos dos agentes e instituições envolvidos com a arte para refratá-la.

Com a revolução impressionista, um conjunto de agentes diretamente envolvidos na produção e no consumo artístico passa a concentrar recursos que os possibilitam disputar o jogo no qual são definidas as regras da arte. A partir de então, os sistemas de valor da arte deixam de ser afetados diretamente pelos interesses

---

<sup>7</sup> Sobre fronteiras simbólicas e sociais, ver: Lamont (1992); Lamont *et al.* (2001) e Lamont & Mólnar (2002).

<sup>8</sup> Nathalie Heinich identifica modelos e momentos distintos de produção e valorização da arte como *regimes de singularidade*, dividindo-os assim: regime artesanal dos artistas medievais; regime profissional do artista acadêmico e regime vocacional, que nasce com o artista romântico (HEINICH, 2012). Observar estes regimes permite perceber as diferenças construídas entre momentos históricos específicos no que tange ao modo de produção artístico e à posição social da arte. Ainda, a disputa entre arte acadêmica e arte moderna não se restringe a uma ruptura com a forma, mas da afirmação de novos valores com a simultânea negação dos antigos.

externos à arte, como os ditames do Estado que encontram cada vez mais resistência por parte de agentes e instituições que passam a dominar as disputas artísticas. Como são os próprios produtores que definem os critérios de validação artísticos, dizemos que o campo da arte surge quando a arte passa a ter a si própria como referência. Segue-se que os valores e a estética definidores da 'boa arte' modificam-se. Deixam de ser dominantes os retratos de personalidades, paisagens ou eventos históricos – enfim, elementos que se baseiam na precisão do artista em retratar o mundo exterior – e ascendem a representação do traço, da cor, da sombra, ou seja, dos elementos estéticos propriamente internos à arte, que dizem respeito às suas especificidades demonstrando a orientação da arte para a reflexividade. É por isso que a capacidade de reprodução de cânones – padrão central de avaliação artística nas Academias – pôde ser substituída pela noção de originalidade, de contínua transformação da arte a partir do próprio campo artístico (COLI, 2005; HEINICH, 1996).

Deste modo, percebemos que ao mesmo tempo em que o campo se autonomiza, ele também passa a ser disputado por mais agentes. A perda da univocidade de poder das Academias também torna a luta por classificação mais incerta e concorrida. Agora não apenas artistas, mas críticos de arte, *marchands*, e curadores disputam as condições de classificação sobre o que é arte e seus graus de legitimidade. Da mesma forma que há uma pluralização dos agentes envolvidos nessa disputa, também ocorre uma expansão de seus espaços em termos geográficos<sup>9</sup>. Em primeiro lugar, os Estados Unidos passam a disputar com a Europa as classificações do campo. Surgem novas correntes e artistas (como o expressionismo abstrato de Jackson Pollock ou a Pop Art de Andy Warhol), instituições artísticas (como o MoMa de Nova Iorque) e críticos (como Clement Greenberg) que emergem no campo da arte, ampliando-o geograficamente. Em segundo lugar, e mais recentemente, com a pluralização de noções de história da arte (entendendo a história feita canônica como a europeia e não universalizante) e com a entrada de artistas não europeus ou estadunidenses nas principais instituições de arte (como a arte concreta, marcadamente latina-americana, tendo a brasileira Lygia Clark como uma de suas praticantes), o campo se amplia ainda mais (Cf: BELTING, 2006; QUEMIN, 2015).

---

<sup>9</sup> Como instâncias de ensino, consagração, exibição e comercialização como universidades, salões, revistas e prêmios especializados, bienais, feiras de arte, galerias e casas de leilões que se multiplicaram e agora incluem no campo agentes e nações que, até o século XIX, não participavam de seus espaços de produção e disputa.

Embora a expansão do campo da arte descentre instituições, histórias e artistas canônicos, tornando suas disputas mais incertas, bem como suas classificações mais questionadas e suas transformações mais rápidas, o campo da arte também amplia seu poder, uma vez que há cada vez mais agentes envolvidos nesse jogo e uma maior abrangência da sua influência em diferentes lugares do mundo. É por isso que o que Bourdieu notou sobre a França – a alta capacidade do campo artístico em gerar capital cultural legítimo e, por consequência, distinção no espaço social – movimentou vários autores para a tentativa de compreender o poder desse campo em outros países e na contemporaneidade. Nesse contexto, o trabalho de Paul Dimaggio sobre os Estados Unidos (2015), conclui que a arte ainda possui eficácia na produção de distinções sociais legítimas entre os estadunidenses. Da mesma forma, Osmar Lizardo (2006) afirma que a alta cultura é mais capaz de gerar laços sociais fortes, que garantem vantagens para seus detentores (tornando-se capital social), quando comparada à cultura popular. Contudo, outros autores passaram a questionar tanto a autonomia do campo artístico, quanto sua capacidade de estabelecer distinções sociais devido, sobretudo, à influência de processos que não são diretamente concernentes às artes como, por exemplo, a indústria cultural, a mídia e a cultura de consumo. É o caso de Néstor Garcia-Canclini, que questiona Bourdieu justamente nesse ponto, afirmando que sua obra “não nos ajuda a entender o que ocorre quando até os signos e os espaços das elites se massificam e se misturam com os populares” (CANCLINI, 2003, p. 37).

De fato, como entender a autonomia atual do campo da arte quando os artistas se consagram não apenas pelo reconhecimento que obtém de agentes do campo da arte, mas por suas capacidades de gerar vendas lucrativas em feiras e leilões de arte? Ou ainda quando as obras canônicas da história da arte passam a ser produtos reproduzíveis fartamente ofertados nas megalojas dos principais museus do mundo? Estaria assim ameaçada a autonomia do campo, uma vez que suas classificações não teriam a mesma eficácia? Assim pensam, por exemplo, Lipovetsky e Serroy que afirmam que “falar de capitalismo transestético implica não reduzir o conceito de arte ao de Grande Arte, mas incluir neste as artes comerciais e industriais, a moda, o *kitsch*, a indústria do *entertainment*” (LIPOVETSKY & SERROY, 2015, p. 74).

Com tantas mudanças, espaços e agentes, há o questionamento se o campo artístico seria ainda capaz de produzir fronteiras

simbólicas que estabeleçam distinções legitimadas, o que têm implicações também na produção de fronteiras sociais. Em outras palavras, as mudanças no campo também poderiam ser percebidas na forma como os indivíduos operam a cultura para a produção de distanciamentos e aproximações sociais? Diversas pesquisas seguiram essa linha e parecem ter chegado à conclusão de que a arte legítima – aquela definida no campo da arte – não mais opera relevantes divisões sociais. A tese do onivorismo é a mais influente nesse debate. Estudando o gosto musical estadunidense na década de 1990, Peterson e seus colaboradores (PETERSON, 2005; PETERSON & KERN, 1996; PETERSON & SIMKUS, 1992) concluem que não é a divisão entre alta e baixa culturas que opera a fronteira social entre os indivíduos com diferentes acúmulos de capital cultural, mas a maior capacidade dos agentes de trafegar por diferentes hierarquias de gostos. Em outras palavras, o gosto onívoro, mais eclético, caracterizaria mais as classes altas do que o gosto pela alta cultura. No outro extremo, o gosto unívoro, pouco eclético, caracterizaria as classes populares. Outros autores também notaram que a separação entre alta e baixa cultura tem pouca influência na produção de fronteiras sociais, mas captam outros fenômenos, como os diferentes níveis de engajamento cultural (BENNETT *et al*, 2009), ou uma maior ou menor propensão para o consumo de obras estrangeiras, denotando um capital cosmopolita (WEENIK, 2008) e a valorização de um cosmopolitismo estético (CICCHELLI *et al*, 2019). Partindo também do diagnóstico da perda da importância da alta cultura, Prieur & Savage (2013) falam da emergência de novos capitais culturais, além daqueles gestados em torno de produções artísticas.

Todo esse debate, por mais diverso que seja, percebe dois fenômenos: a perda da autonomia do campo da arte e a menor condição desse campo em produzir fronteiras sociais. Gostaríamos, contudo, de rever essa compreensão. Entendemos que essa visão só é possível porque o campo da arte é visto a partir de si mesmo, com indicadores tomados como marcadores internos a esse campo. Contudo, se olharmos para a forma como o campo da arte opera em outros campos chegamos aos mesmos resultados? Se observarmos como em outros campos noções sobre a arte são apropriadas, não veríamos como essa é mobilizada para definir, justamente, novas fronteiras simbólicas que, por sua vez, transformam-se em fronteiras sociais? Para propor algumas respostas nos valeremos da noção de *repertório*, de Michèle Lamont (1992; LAMONT & THÈVENOT, 2000). Para a autora, os diferentes agentes mobilizam repertórios disponíveis em seus

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

espaços para produzirem fronteiras simbólicas. Em outras palavras, recorrendo a um repertório cultural disponível para a justificação de suas posições, os agentes produzem fronteiras simbólicas que separam 'o nós' e 'o outro'. Essa mesma noção será usada aqui. Observaremos quais os repertórios mobilizados no campo da moda e da gastronomia que permitem seus agentes produzirem e reforçarem fronteiras simbólicas. Como será demonstrado, é justamente o campo da arte onde se reserva o repertório primordialmente mobilizado no encontro com a moda e a gastronomia.

### **A fast fashion no museu**

O lugar socialmente ocupado pela moda criou condições para que desde o século XIX ocorressem encontros com a arte. Paralelamente, isso também permitiu que o flerte com a arte fosse historicamente evocado e defendido<sup>10</sup> pelos agentes ligados ao campo da moda. Dessa forma os diálogos, movimentos e compartilhamentos entre moda e arte têm ocorrido segundo características que nos permitem pensar como os campos se encontram e se expandem na contemporaneidade, fazendo a manutenção das fronteiras simbólicas que garantem a cada campo sua singularidade.

A moda foi bastante referenciada em diferentes movimentos de vanguarda artística, no início do século XX, que contestavam a arte tradicional acadêmica (PRUDENTE, 2018). Um dos exemplos disso<sup>11</sup> foi a junção entre surrealismo e as criações da costureira italiana Elsa Schiaparelli, que entre 1937–1938 realizou, com a colaboração de artistas, uma série de peças de roupas e acessórios, além de frascos de perfumes e tecidos. Duas das mais conhecidas destas peças resultaram da parceria com o pintor Salvador Dalí: *Tears Dress* e *Skeleton Dress*, parte da coleção Circus, de 1938. Da mesma forma, a mobilização de obras como inspiração na produção de roupas tem no vestido *Mondrian*, de 1965, um de seus emblemas. Já a utilização de dispositivos museográficos para expor determinados objetos da moda também é comum. Maude Bass-Krueger (2018) demonstra que o costume de expor peças de vestuário específicas em museus ocorre ao menos desde a Terceira

---

<sup>10</sup> Regina Guerreiro, jornalista de moda brasileira, por exemplo, afirmava que moda e arte "andam juntas".

<sup>11</sup> Outro caso foi a colaboração da estilista Emilie Flöge e o pintor Gustav Klimt (BRANDSTÄTTER, 2000), que criaram peças que foram posteriormente comercializadas na loja de Flöge e retratadas pelo próprio Klimt em pinturas como *Retrato de Emilie Flöge* (1902) e *O beijo* (1907/8).

República Francesa. Ademais, não raro as criações de um ou mais costureiros são homenageadas dentro de espaços onde a própria definição de arte está enunciada, como as exposições *Christian Dior: Couturier du rêve, Marche et démarche: Une histoire de la chaussure* e *Margiela, les années Hermès*, que ocorreram entre 2016 e 2020, no Musée des Arts Décoratifs de Paris (França)<sup>12</sup>. Na contemporaneidade, porém, esse processo se amplia, mesmo para marcas de moda que não estão nos espaços consagrados desse campo.

Em agosto de 2017 foi anunciado um projeto entre a marca de roupas Riachuelo e o Museu de Arte de São Paulo (Masp), que ganhou o nome de Masp Moda<sup>13</sup>. O projeto visava a confecção de 60 figurinos que foram expostos em 2020 para, posteriormente, fazerem parte do acervo de moda do museu<sup>14</sup>. Para isso, ambas entidades contaram com 30 artistas plásticos e 30 estilistas brasileiros que trabalharam em duplas na criação das peças de roupas<sup>15</sup>. O que mais importa notar nessa parceria não é a relação entre a moda e a arte – pois este vínculo já estava estabelecido –, mas a presença da Riachuelo, uma popular rede de *fast fashion*, neste projeto. Conforme observamos, o Masp Moda se insere num contexto de investimentos simbólicos da Riachuelo em variadas frentes. Isso se nota nas colaborações entre a empresa de *fast fashion* e marcas de luxo/de estilistas<sup>16</sup> nacionais, como Lethicia Bronstein (2015) e internacionais, como Versace (2014) e Karl Lagerfeld (2016), que começaram a ser gestadas em 2009. Ao contrário das marcas de luxo/de estilistas, a Riachuelo, enquanto *fast fashion*, não ocupa uma posição simbolicamente dominante

---

<sup>12</sup> É possível ainda encontrar exposições semelhantes no Victoria & Albert Museum, na Inglaterra, e no Met Museum, em Nova Iorque.

<sup>13</sup> Ver em: <<https://cultura.estadao.com.br/blogs/direto-da-fonte/masp-e-riachuelo-fazem-parceria-para-ampliar-acervo-de-moda-do-museu/>>. Acesso em setembro de 2020.

<sup>14</sup> Essa não é a primeira empreitada do gênero pelo Masp. Sant'Anna (2002; 2010) e Bonadio (2014) descrevem outras facetas destes encontros entre moda e arte no Masp. Em 1960, por exemplo, o museu estabeleceu uma parceria com a empresa química francesa Rhodia para apoiar e desenvolver uma indústria de criação de moda nacional. Para isso, a empresa realizava desfiles que exibiam até 150 peças, duas vezes ao ano. Em 1972, após o fim da parceria, a Rhodia doou ao Masp 79 das peças desfiladas. Assim como na proposta com a Riachuelo, elas foram criadas com artistas relevantes da época, como Willys de Castro (1926–1988) e Manabu Mabe (1924–1997). A coleção foi tema de uma exposição no Masp entre 2015 e 2016 e pode ser consultada em: <<https://artsandculture.google.com/exhibit/arte-na-moda-cole%C3%A7%C3%A3o-masp-rhodia/zAly8-9KE1p4JQ?hl=pt-BR>>. Acesso em setembro de 2020.

<sup>15</sup> Meses depois do anúncio da parceria, alguns artistas e estilistas desistiram do projeto devido ao posicionamento político do presidente da Riachuelo, Flávio Rocha. Ver: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/pedrodiniz/2017/12/1941908-por-posicao-de-patrocinador-artistas-e-estilistas-deixam-projeto-do-masp.shtml>>. Acesso em setembro de 2020.

<sup>16</sup> A ideia de utilizar “marca de luxo” e “marca de estilistas” foi levantada por um dos informantes entrevistados para a pesquisa de Ábile (2019), com o objetivo de distinguir as marcas de estilistas que tinham um alcance restrito ao seu país de origem (como Ronaldo Fraga no Brasil) das marcas de luxo que fazem parte de grandes conglomerados transnacionais (como a LVMH e a Louis Vuitton).

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

no campo da moda. Se as primeiras detêm historicamente o poder de legislar em matéria de vestuário (definindo o que seria uma moda “legítima”), as *fast fashions* não disputam este capital com as marcas mais legitimadas e distintivas, ligadas à ortodoxia do campo da moda (ÁBILE, 2019).

Uma das maneiras de exemplificarmos a diferença entre ambas é observar a forma que cada qual produz e vende roupas. Marcas de estilistas como Reinaldo Lourenço, Ronaldo Fraga e Alexandre Herchcovitch têm na pesquisa e na criação o ponto fundamental de suas produções. Já as marcas *fast fashions* têm como proposta produzir e distribuir artigos de moda pretensamente estetizados de forma rápida<sup>17</sup>. Deste modo, as *fast fashions* dificilmente propõem algo novo em termos de estilismo, mas reproduzirão à exaustão elementos que podem ter sido consagrados pelas marcas mais legitimadas ou por padrões estéticos em voga no campo da moda. Com isso, apesar de não acumularem capital simbólico, as *fast fashions* se tornaram um segmento da moda com alto poder de acúmulo de capital econômico, justamente pela maneira como a peça é concebida: por meio processos de criação simplificados e rápidos, com matérias primas relativamente baratas que possibilitam o preço baixo na venda e a circulação em grande escala. Contudo, ainda que as marcas de estilistas e as marcas *fast fashions* partam de premissas distintas e tenham práticas produtivas diferentes, isso não significa que não ocorram aproximações entre seus distintos espaços e agentes. Por sua vez, para que tais aproximações e interações aconteçam de modo a assegurar ganhos simbólicos e econômicos para ambas as partes, existem regras que condicionam e determinam a posição de cada um dos envolvidos nas parcerias.

A divisão do trabalho que ocorre nas coleções colaborativas nos demonstra isso. Nela, as marcas de luxo/de estilistas fornecem uma espécie de capital simbólico para as *fast fashions*, de tal modo que são os elementos estéticos e simbólicos legitimados pelo campo da moda que, ao serem incorporados por essas últimas, também as legitimam. Isso significa que a Riachuelo investe em uma empreitada de ascensão simbólica, criando diversas estratégias de aproximação com os espaços mais prestigiados do campo da moda que, como vimos, possuem uma história de encontros e construções de referências com o campo da arte. Isso também se

---

<sup>17</sup> O sistema de logística da *fast fashion* permite que em 15 dias uma peça seja desenhada, produzida e entregue na loja, enquanto marcas de luxo/de estilistas lançam, em média, 6 coleções ao ano, com produção e distribuição controladas, seguindo um calendário específico (ÁBILE, *Op. cit.*).

nota pelo fato de que a marca se vinculou ao maior endereço de comércio de luxo de São Paulo, inaugurando uma loja na Rua Oscar Freire em 2013; da mesma forma, ligou-se às famosas revistas de moda, como a Vogue Brasil e ao festival internacional de documentários de moda Feed Dog Brasil<sup>18</sup>, em 2017 e em 2020; novamente, voltou-se à arte, mas desta vez ao teatro, revitalizando e construindo espaços para a prática teatral que agora também levam o seu nome e marca.

Em outro trabalho (ÁBILE, 2019) demonstramos os interesses das diferentes empresas nas coleções colaborativas e, ao mesmo tempo, os esforços empreendidos pelas marcas dos estilistas em manter as fronteiras simbólicas em relação às *fast fashions*. Argumentamos na ocasião que as edições colaborativas não produzem uma mistura entre esses espaços, mantendo as distâncias que os caracterizam. Contudo, é preciso perceber que tal aproximação só é possível porque a Riachuelo faz um trabalho que a destaca e diferencia do conjunto das *fast fashions*, permitindo que a relação com as marcas de estilistas não produza danos simbólicos a essas.

Face ao objeto que investigamos, também percebemos que além das aproximações entre as marcas de moda mais legitimadas, a Riachuelo se inscreve em um movimento de valorização simbólica pela mobilização do repertório do campo da arte na moda. Por exemplo, em 2015 obras de artistas como Frida Kahlo, Keith Haring e Jean-Michel Basquiat figuraram como estampas em camisetas vendidas nas lojas da rede. O caso mais explícito, contudo, é o projeto Masp Moda. Mais uma vez, nesse projeto a Riachuelo não conta com um capital simbólico próprio: ela precisa se valer de capitais já valorizados justamente pelos estilistas e artistas para assegurar a legitimidade do projeto. Assim como ocorreu com seus investimentos nas posições dominantes do campo da moda, são os espaços e os agentes mais reconhecidos – agora tanto da moda, como da arte – que assumem a produção simbólica e estética do projeto. A escolha pelos nomes que representam, segundo o Masp, a moda no Brasil foi de responsabilidade da cocuradora e jornalista da Vogue, Patrícia Carta<sup>19</sup>, e os nomes elencados como representantes das artes visuais do país foram selecionados pelo

---

<sup>18</sup> Festival de documentários de moda que se iniciou na Espanha e teve sua primeira edição no Brasil em 2017. Nesse evento, foram exibidos filmes e documentários da área, além de debates entre profissionais considerados relevantes na moda brasileira. A edição de 2020, por sua vez, será online. Ver <<http://br.feetdog.org/>>. Acesso em dezembro de 2020.

<sup>19</sup> Reinaldo Lourenço, Gilda Midani, Andrea Marques, Lucas Magalhães, Giuliana Romano, Ronaldo Fraga e Alexandre Herchcovitch.

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

atual diretor artístico do Masp, Adriano Pedrosa<sup>20</sup>. Evidentemente, tanto Carta quanto Pedrosa representam parte do aparato de legitimação do campo da moda e da arte respectivamente, de tal modo que as escolhas que fazem – e a própria presença deles no projeto – são imbuídas de legitimidade e de intenção de reproduzir tais campos.

Da mesma forma, vale também considerar a conjuntura atual do Masp (sua crise econômica, destacadamente) como uma das condições que propiciou o projeto Masp Moda. A fim de evitar a falência, o museu passou por reestruturações para transformá-lo numa empresa lucrativa. Dentre as diversas medidas implementadas para tanto, o novo estatuto do museu deslocou o poder de decisão administrativo e artístico para um Conselho Deliberativo, cujos membros deveriam assumir compromissos financeiros, como doações em dinheiro. O conselho foi então composto por 80 potenciais investidores, dentre eles, Flávio Rocha, até então presidente da Riachuelo<sup>21</sup>.

Não há indícios de que a intenção da Riachuelo seja deixar de ser uma marca de *fast fashion* para disputar o espaço de consagração das marcas dos estilistas. Por isso, este tipo de fronteira não se funda na disputa. Tudo indica que o interesse da empresa, ao contrário, é se destacar de outras marcas concorrentes, ou seja, criar fronteiras simbólicas entre sua atuação e a atuação de outras *fast fashions*. Para tanto, como vimos, é justamente o repertório produzido no campo da arte – e no campo da moda consagrada que, por sua vez, também mobiliza o repertório do campo da arte, como mostramos – que a empreitada simbólica da Riachuelo se funda.

### **A gastronomia 'museável'**

A gastronomia não possui uma relação tão explícita com os museus quando comparada ao caso da moda, ainda que parte dos seus agentes também tenha recorrido, ao longo da história, a uma série de referências gestadas no campo artístico para poderem evidenciar características pretensamente distintivas nas produções gastronômicas. Priscilla P. Ferguson (1998) demonstra que o processo de institucionalização do campo da gastronomia francesa – ou seja, da própria gastronomia<sup>22</sup> –, em meados do século XIX,

---

<sup>20</sup> Sandra Cinto, Iran do Espírito Santo, Caetano de Almeida, Ibã Huni Kuin, Beatriz Milhazes, Alexandre da Cunha e Leda Catunda foram os selecionados.

<sup>21</sup> Ver em: <<https://exame.com/revista-exame/um-museu-capitalista/>>. Último acesso em setembro de 2020.

<sup>22</sup> A justificativa para tal consideração foi desenvolvida por Ferreira (2018).

mobilizou produções ligadas às artes literárias e de outros registros escritos que tinham como intuito a formalização, a sistematização e a intelectualização do conhecimento culinário, depois legitimado como gastronômico.

Ferguson (*Ibid.*) observa os movimentos de sedimentação de um corpo de agentes especializados, que materializava nos livros os clamores, as regras e as reflexões sobre um comer norteado pelo prazer e por um ideal de fruição “extraordinária”<sup>23</sup>. A autora analisa o *chef* Marie-Antoine Carême, que teve “imensa influência” (*Ibid.*, p.613) nos movimentos de incipiência do campo da gastronomia<sup>24</sup>. No início do século XIX, Carême – até hoje considerado um dos sistematizadores das bases e técnicas da gastronomia – já era conhecido como ‘o rei dos cozinheiros e o cozinheiro dos reis’ e declarava que as ‘belas artes’ eram cinco: “a pintura, a poesia, a música, a escultura e a arquitetura, cujo ramo principal é a confeitaria” (*apud* DÓRIA, 2006, p.85)<sup>25</sup>. Nota-se que agentes ligados à gastronomia começam a lutar para que suas práticas e seus produtos fossem reconhecidos e discursados como distintos, estabelecendo fronteiras simbólicas entre a gastronomia (na qual estavam inseridos) e a culinária, que remete ao processo ordinário de alimentação.

A diferenciação entre a gastronomia e a culinária foi estabelecida pela mobilização recorrente de elementos vinculados às artes. Para darmos mais um exemplo, Auguste Escoffier, *chef* discípulo de Carême e autor do *Le Guide Culinaire* relacionou seu trabalho com a ‘arte culinária’ inúmeras vezes, comparando-o com a própria produção artística (ESCOFFIER, [1902] 2009; BRIGUGLIO, 2020). Há tempos a gastronomia e seus representantes acessam e articulam, portanto, partes de um repertório gestado e referenciado no campo da arte para poderem demarcar as fronteiras entre o que pertence ou não ao ‘bom gosto’ à mesa, baseando-se em discursos, fazeres e olhares *estetizados* sobre a culinária e a

---

<sup>23</sup> Obras de Alexandre B. L. Grimod de la Reynière, Jean-Anthelme Brillat-Savarin e Honoré de Balzac se referem a este processo. Grimod de la Reynière defendia a criação de cadeiras voltadas à formalização do aprendizado culinário nos liceus franceses; Brillat-Savarin construía uma aura literária às suas narrativas para valorizar os prazeres à mesa, usando anedotas e aforismos; Balzac referenciava o comer e as preferências alimentares como mercados sociais e psicológicos da época (FERGUSON, 1998, p.602-628).

<sup>24</sup> A obra *L'Art de la cuisine française au dix-neuvième siècle: Traité Élémentaire et Pratique suivi de dissertations culinaires et gastronomiques utiles aux progrès de cet art*, de 1833, seria um símbolo disso.

<sup>25</sup> Carême era famoso por construir maquetes, esculturas e enfeites com açúcar e outros preparos da confeitaria francesa, como vemos na obra *Le pâtissier national parisien*, de 1879. A obra pode ser consultada no acervo Gallica, da Bibliothèque Nationale de France. Cf. <<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k9358839/f13.item#>>. Último acesso em setembro de 2020.

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras alimentação.

Se essas antigas investidas da gastronomia no campo da arte foram pontuais, ligadas a um espaço bastante restrito e elitizado da alimentação, nos últimos quinze anos elas se tornaram não apenas mais constantes e explícitas, acompanhando a expansão do campo da gastronomia (FERREIRA, 2018), como passaram a assumir novas formas. É o caso da proliferação de *chefs* de cozinha que, ao acumularem capital simbólico, conseguem circular pelo campo da arte, transformando seus pratos e receitas em obras para serem expostas (seja o prato em si, ou fotografias e protótipos dele). Do mesmo modo, elementos próprios da gastronomia são agora utilizados por artistas para produzir uma obra ou um conceito artístico. Mesmo que estas sejam manifestações distintas da relação arte–gastronomia, elas não apenas nos indicam movimentos entre agentes dos dois campos, mas também explicitam as fronteiras e as relações de colaboração e de poder que condicionaram e conformaram estes mesmos campos.

Um dos casos mais conhecidos da relação entre os campos da arte e da gastronomia ocorreu na 12<sup>o</sup> Documenta<sup>26</sup>, em 2007, quando o restaurante do *chef* catalão Ferran Adrià, El Bulli, foi considerado um pavilhão (seguindo a nomenclatura das feiras de arte), desviando para a Espanha a rota do público da famosa exposição alemã de arte contemporânea. Contudo, antes de se transformar num pavilhão da Documenta – algo inédito tanto para a arte quanto para a gastronomia – o El Bulli era mundialmente famoso e uma das principais referências para a gastronomia, seja para seus produtores, críticos ou consumidores. O restaurante abria somente 6 meses por ano e fechava nos restantes para que o *chef* e a sua equipe trabalhassem na criação de menus sazonais, na concepção de novos pratos e na exploração de técnicas culinárias diversas, até então inovadoras para a gastronomia.

Adrià, considerado à época o *chef* mais premiado do mundo, assim afirmou em uma entrevista ao canal de TV alemão Deutsche Welle: “creio que ter o El Bulli na Documenta é um fato histórico, pois pela primeira vez se descontextualiza um pavilhão, e é revolucionário, porque a cozinha é finalmente aceita como arte”. Na mesma ocasião, o *chef* também afirmou que “a cozinha não é uma disciplina museável” e que a transformação do seu restaurante em um pavilhão de arte era o que possibilitava a entrada e a participação da gastronomia em um evento propriamente

---

<sup>26</sup> A Documenta Kassel é uma das mais importantes exposições de arte contemporânea que ocorre quinquenalmente desde 1955 em Kassel na Alemanha.

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

artístico<sup>27</sup>. Por 100 dias (tempo de duração da Documenta) somente duas pessoas passavam pelo El Bulli, por dia, no intuito de visitá-lo enquanto parte do pavilhão da mostra e de degustar um conjunto de pratos como fruição de uma obra de arte.

O discurso de Adrià faz sentido quando pensamos que da mesma forma que pinturas e esculturas são suportes clássicos do fazer artístico, restaurantes são os espaços icônicos do fazer gastronômico: são próprios a ele. Se a gastronomia, em 2007, era, na visão de Adrià, 'finalmente aceita como arte' pela Documenta, que assim o fosse segundo as regras dos dominantes do campo: dissemos que Adrià ocupava à época a posição mais legítima do campo da gastronomia e não via possibilidade de servir sua produção fora do seu restaurante, longe de sua equipe, equipamentos e ateliê<sup>28</sup>. Contudo, este discurso se modifica quando, em 2013 – dois anos após o fechamento do El Bulli para transformá-lo numa fundação privada de pesquisa sobre alimentação, culinária e gastronomia –, o palácio londrino Somerset House, historicamente voltado para as artes ligadas à alta cultura, apresentou uma exposição-homenagem intitulada "El Bulli: Ferran Adrià and The Art of Food"<sup>29</sup>. Desta vez suas obras não seriam produzidas nas refeições para que fossem fruídas, mas contempladas enquanto fotografias, maquetes e rascunhos dos processos criativos do *chef*. Outra exposição análoga ocorreu entre 2014 e 2015, porém com o patrocínio de empresa de telecomunicações Telefônica, que também financia o atual El Bulli Foundation<sup>30</sup>: "Ferran Adrià: Investigando o processo criativo" foi inaugurada em Madrid e percorreu algumas cidades da América Latina<sup>31</sup>.

Uma segunda forma de relação entre a gastronomia e as artes visuais é criada quando artistas buscam na gastronomia materiais, conceitos e referências para suas obras de arte. Um desses casos ocorreu em 2016, na 32ª Bienal de São Paulo, quando o artista Jorge Menna Barreto apresentou uma "obra-restaurante", intitulada

<sup>27</sup> Conferir: <<https://www.dw.com/pt-br/ferran-adri%C3%A0-a-cozinha-n%C3%A3o-%C3%A9-uma-disciplina-muse%C3%A1vel/a-2636349>>. Reportagem de 27 de junho de 2007. Último acesso em setembro de 2020.

<sup>28</sup> Para mais informações sobre estes equipamentos e técnicas, porém a partir de uma análise da Teoria Ator-Rede, consultar FERREIRA; SOARES, 2017.

<sup>29</sup> Disponível em: <<https://www.somerset-house.org.uk/whats-on/elbulli-ferran-adri%C3%A0-and-art-food>>. Último acesso em setembro de 2020.

<sup>30</sup> Ver documento oficial da fundação em: <[https://elbullifoundation.com/wp-content/themes/elbullifoundation/pdf/sobre\\_elbf.pdf](https://elbullifoundation.com/wp-content/themes/elbullifoundation/pdf/sobre_elbf.pdf)>. Último acesso em junho de 2020.

<sup>31</sup> Como Lima e Buenos Aires, segundo o jornal *El País*: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/21/cultura/1432243799\\_106578.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/21/cultura/1432243799_106578.html)>. Último acesso em junho de 2020.

“Restauro”. Localizada no mezanino do Pavilhão Ciccillo Matarazzo, onde nas edições anteriores havia um restaurante comum, a instalação confundia os visitantes da Bienal ao propor a comercialização de refeições como obras de arte<sup>32</sup>. O artista, junto com Neka Menna Barreto – sua prima e *chef* de cozinha especialista em banquetes<sup>33</sup> –, propunha chamar a atenção para o tema do consumo consciente e sustentável: algo que também norteia atualmente a produção e a legitimação no campo da gastronomia por meio de sua vertente conhecida como ‘cozinha de ingredientes’<sup>34</sup>. Para fruir a obra e as refeições servidas por Jorge Menna Barreto, o público sentava-se em mesas coletivas e, depois de comer, separava o que sobrava para um processo de compostagem, algo que não ocorre em restaurantes premiados ou famosos.

Já Jorge Menna Barreto<sup>35</sup>, como artista, compreende “nosso sistema digestivo como [uma] ferramenta escultórica e os comensais [como] participantes de uma escultura ambiental em curso, na qual o ato de se alimentar regenera e modela a paisagem”<sup>36</sup>. A ideia e o discurso do artista se apoiaram, portanto, em um suporte legítimo do campo da arte, a escultura, mas o atualizaram sob o conceito de *experiência*, que disputa a própria definição de arte na contemporaneidade, ao mesmo tempo que perpassa a noção de fruição gastronômica. Assim, a obra não era o restaurante em si ou as refeições ali servidas, mas a experiência de uma relação pretensamente nova e inovadora, além de estetizada – e por isso positiva e distintiva, como a arte –, com o próprio corpo do comensal e com o ambiente onde ele transitava.

---

<sup>32</sup> Consultar: <<http://www.bienal.org.br/relatorio/2017-2018/gestaoinstitucional/conexoes-institucionais/internacional/restauro-serpentine-galleries>>. Último acesso em setembro de 2020.

<sup>33</sup> Numa matéria de 2002, lemos que ‘Neka Menna Barreto define seus banquetes como experiências gastronômicas. Num jantar para 30 pessoas [...], ela serviu de sobremesa sorvete e creme de pinha e decorou o prato com fios crocantes de açúcar [...]. Na degustação, os convidados silenciaram. Enquanto saboreavam a receita, sentiam os fios pipocarem na boca. ‘Coloquei música no prato’, diverte-se Neka, uma das banqueteiras mais criativas do País (...)’. Disponível em: <[https://www.terra.com.br/istoegente/165/reportagens/banqueteiras\\_neka\\_menna\\_barreto.htm](https://www.terra.com.br/istoegente/165/reportagens/banqueteiras_neka_menna_barreto.htm)>. Último acesso em julho de 2020. Colchetes nossos.

<sup>34</sup> Na ‘cozinha de ingredientes’ os *chefs* trabalham com produtos menos processados industrialmente e valorizam ingredientes provenientes de ‘cadeias curtas’, ou considerados ‘locais’. *Chefs* como Massimo Bottura e René Redzepi, cujos restaurantes têm sido premiados destacada e sucessivamente a partir do final da década de 2000 e do declínio do movimento da ‘cozinha tecnoemocional’ (ou ‘molecular’), fortemente ligado a Ferran Adrià, são emblemas da ‘cozinha de ingredientes’. Em “Restauro” eram servidas refeições orgânicas, com ingredientes que provinham de produtores agroflorestais locais, situados em torno da capital paulistana.

<sup>35</sup> Ver entrevista com o artista em: <<http://cargocollective.com/jorgemennabarreto/Restauro-32-Bienal-SP>>. Último acesso em agosto de 2020.

<sup>36</sup> Em: <<http://www.32bienal.org.br/pt/participants/o/2564>>. Colchetes nossos. Último acesso em setembro de 2020.

Outro exemplo destes encontros entre a arte e a gastronomia no Brasil é a exposição “Alimentário: Arte e construção do Patrimônio Alimentar Brasileiro”, que estreou no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro em junho de 2014 e no primeiro semestre de 2015 foi transferida para o Museu da Cidade em São Paulo, no Parque do Ibirapuera. Sob concepção de Rodrigo Villela e do *chef* Felipe Ribenboim (que havia trabalhado no El Bulli, com Ferran Adrià), e sob curadoria de Jacopo Crivelli Visconti (um dos curadores da 34ª Bienal), a exposição misturou obras de artistas plásticos com trabalhos de *chefs* brasileiros consagrados, afirmando que “em Alimentário, comida é arte”<sup>37</sup>. A intenção da exposição, segundo seus organizadores, era indicar que a culinária e a gastronomia poderiam ser pensadas como índices da formação da sociedade e identidade brasileiras, tanto quanto as obras de arte escolhidas para serem expostas na ocasião. Instalações, obras e fotografias de artistas como Hélio Oiticica (1937–1980) e Victor Brecheret (1894–1955), por exemplo, figuram pela primeira vez ao lado de fotos e vídeos de trabalhos de *chefs* consagrados no campo da gastronomia, nacional e internacionalmente. Imagens de pratos à época servidos por Alex Atala no restaurante D.O.M; por Helena Rizzo no Maní e por Rodrigo Oliveira no Mocotó (todos em São Paulo), foram alguns dos exemplos que compuseram a mostra.

Devemos notar que estes *chefs* que se relacionam com o campo da arte em “Alimentário” são aqueles que também detém alto capital e legitimidade no campo da gastronomia. Em sua primeira edição brasileira, também de 2015, o famoso Guia Michelin reconheceu e premiou tanto Atala quanto Rizzo e Oliveira<sup>38</sup>, do mesmo modo que o fazia desde meados da década de 1990 com o *chef* Ferran Adrià e o restaurante El Bulli. Se escolhermos um destes agentes para seguir as inscrições das condições de avanços ao campo da arte, concretizado em “Alimentário”, veremos que Alex Atala, por exemplo, também realizou curadorias para a Prefeitura Municipal de São Paulo para a realização do evento “*Chefs na Rua*” como programação oficial da “Virada Cultural” e para as ações de revitalização do Mercado Municipal de Pinheiros. Na ocasião de uma entrevista concedida ao jornal Folha de S. Paulo, em novembro de 2013, Ferran Adrià elogiou e reconheceu o trabalho de Alex Atala – à época seu colega de viagens e de

---

<sup>37</sup> Informação retirada do folheto da exposição, visitada na ocasião da construção da pesquisa de Ferreira (2015).

<sup>38</sup> O restaurante D.O.M, de Alex Atala, foi o único de São Paulo a receber duas estrelas nesta edição do Guia Michelin, já o restaurante Maní, de Helena Rizzo, recebeu uma estrela. Rodrigo Oliveira, por sua vez, recebeu o selo Bib Gourmand pelo seu antigo restaurante, o Esquina Mocotó, que fechou em 2019.

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

buscas de ingredientes 'novos' pela Amazônia –, afirmando que “não existiria Alex Atala, dessa forma, se não existisse o [E] Bulli”<sup>39</sup>. Rodrigo Oliveira, por sua vez, inaugurou em 2014 o restaurante Esquina Mocotó, cuja decoração contava com grafites feitos por Speto; em 2017 Oliveira inaugura, no Instituto Moreira Salles, o Balaio, outro restaurante com sua assinatura. Já Helena Rizzo é ‘filha de mãe artista’ e chegou a cursar alguns meses de arquitetura. No *site* oficial de um dos seus restaurantes, o Maní Manioca, lemos que “Helena virou cozinheira quando descobriu que podia colocar no prato seus sonhos, inquietações e força artística”, além de ter trabalhado como garçonne da *chef* Neka Menna Barreto<sup>40</sup>.

Dessa forma, podemos perceber que ao longo de suas trajetórias tais agentes acumularam capital simbólico no campo da gastronomia – e fora dele, como nos casos de Alex Atala e Helena Rizzo –, algo que os possibilitou avançar sobre o campo da arte e serem reconhecidos ao lado de artistas, num espaço legítimo da produção artística. Ao mesmo tempo, os investimentos no campo da arte aumentam seus capitais, ou o poder de seus capitais, no próprio campo da gastronomia: o que se nota pelo fato de que em suas descrições elogiosas, ou na justificativa de seus prestígios nesse campo, são justamente regras e valores típicos do campo da arte que são mobilizados, a exemplo da criatividade e originalidade. É justamente pela articulação desse repertório estabilizado anteriormente pelo campo da arte que esses agentes são capazes de redefinir as fronteiras entre o que fazem (gastronomia; distinto) e o que os outros fazem (culinária; ordinário). Neste encontro, portanto, o campo da arte reforça uma valorização dos capitais obtidos por esses agentes, que será mobilizada como valores e discursos distintivos no interior do campo gastronômico.

### **As fronteiras e o repertório do campo da arte**

Estes casos ligados à moda e à gastronomia nos permitem ver que os agentes desses campos mobilizam repertórios da arte para produzir fronteiras simbólicas internas a seus campos, socialmente lidas como distintivas. No caso do projeto Masp Moda, as diversas estratégias da Riachuelo visando a aproximação com os espaços

---

<sup>39</sup> Ver: <<https://www1.folha.uol.com.br/comida/2013/11/1367285-alex-atala-e-menos-valorizado-no-brasil-do-que-no-exterior-diz-ferran-adria.shtml>>. Último acesso em junho de 2020.

<sup>40</sup> Segundo lemos em: <<https://manimanioca.com.br/chefs/helena-rizzo/>>. Último acesso em outubro de 2020.

legitimados do campo da moda nacional e internacional indicam que foram traçadas condições objetivas para que a *fast fashion* pudesse, mesmo com limites específicos, figurar no Masp. A presença da Riachuelo decorre não apenas do capital econômico que a empresa possui, mas de todo um conjunto de investimentos simbólicos na produção da sua própria condição enquanto investidora. Isto é, as estratégias da Riachuelo foram marcadas pelo estabelecimento de vínculos pontuais com espaços, agentes e empresas legitimados no campo da moda, que lhe conferiram capitais (cultural e social) que puderam ser mobilizados neste caso que analisamos. Possibilitada, por esses capitais a avançar sobre o campo da arte, a Riachuelo passa a mobilizar o repertório desse campo para estabelecer fronteiras simbólicas entre sua marca e as outras marcas da *fast fashion*. Isso significa que ao mobilizar esse repertório, a Riachuelo busca definir um 'eu' e um 'outro', ou seja, uma fronteira nas *fast fashions* que divide um espaço legítimo e distintivo de outro meramente ordinário.

Os encontros entre os campos da gastronomia e da moda com o campo da arte podem transparecer, de início, uma maior porosidade deste último e, dessa forma, a perda de suas condições de produzir classificações e regras próprias. Em outras palavras, esses encontros poderiam indicar uma perda da autonomia do campo da arte, já que coloca em contato "*nomos*" distintos. Contudo, uma análise que perceba as dinâmicas entre os campos nos traz uma conclusão oposta. Para tanto, devemos perceber o que permite que o repertório usado no campo da gastronomia e da moda, mas gestado no campo da arte, seja valorizado o suficiente para que possa valorizar, também, diferentes capitais que não os artísticos. Isso se nota pelo fato de que os agentes do campo gastronômico não disputam os sentidos ou as classificações do campo da arte. Para que a Riachuelo ou um *chef* como os aqui citados possam mobilizar repertórios desse campo no estabelecimento de fronteiras, eles precisam aceitar aquelas classificações e regras prévias, advindas do campo da arte.

É por isso que não vemos a Riachuelo se engajando em qualquer luta simbólica no campo da arte, nem disputando seus sistemas de classificação, mas investindo, inclusive financeiramente, para que esse campo se fortaleça e, dessa forma, produza repertórios socialmente legítimos para que sua empresa redefina as fronteiras que a separa das outras *fast fashion*. O mesmo se aplica aos *chefs*. Em verdade, a grande ameaça ao poder que adquirem os agentes aqui analisados é um distúrbio nas classificações do campo da arte

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

que afete o valor dos repertórios mobilizados, algo que não os beneficiaria com relação aos seus próprios campos. Em outras palavras, para que esses repertórios se transfigurem em poder para o estabelecimento de fronteiras simbólicas nos campos da gastronomia e da moda é necessário que as fronteiras entre o campo da arte e os outros campos sejam reforçadas e fortalecidas.

Isso nos permite repensar termos como 'chef-artista' ou 'estilista-artista'. Na verdade, esses termos funcionam como uma metáfora e como tal escondem uma comparação no sentido de produzir uma maior eficácia simbólica. A metáfora e o comparativo têm as mesmas funções: atribuir relações entre dois elementos. Contudo, a metáfora é mais forte a depender de sua construção: quando dizemos que 'um homem é um leão' produzimos um maior efeito simbólico na enunciação do que se disséssemos que 'um homem é como um leão'. Contudo, tanto em um quanto em outro caso, a intenção discursiva é atribuir ao homem as características do leão, mas não misturar os dois elementos. Afinal, se misturamos toda a carga simbólica que a expressão produz se esgota, pois se o homem se confunde com o leão, não há nada que o leão possa transferir simbolicamente para o homem. O mesmo se dá quando se diz que um *chef* ou um estilista é um artista. O que se faz é mobilizar uma metáfora para transferir a força simbólica do segundo elemento (artista) para o primeiro (*chef*/estilista).

Da mesma maneira da relação entre homem e leão, essa transferência só tem eficácia – ou seja, só produz valorização nos *chefs* e estilistas – se *chefs e estilistas* não se confundirem com *artistas*. Do contrário, 'artista' não será capaz de transferir força simbólica ao *chef*/estilista. Trata-se, portanto, de uma alquimia simbólica, como diriam Bourdieu e Delsaut (2008, p.159), que para ter eficácia necessita que ao mesmo tempo em que haja uma crença na confusão entre os termos (devemos acreditar que artista se confunde com *chef* e estilista), as fronteiras que os separam estejam bem demarcadas. Em outras palavras, só cremos na confusão porque ela não existe. Os campos analisados aqui não se embaralham e nem perdem poder para legislar suas próprias regras: ainda que se expandam e recebam novos agentes, gerando novos encontros e metáforas, isso ocorre de modo controlado, de tal forma que as crenças que os sustentam enquanto distintivos sejam mantidas.

Isso nos permite, então, afirmar que os encontros dos campos da moda e da gastronomia com o campo da arte apenas reforçam as fronteiras do campo da arte e, ainda, dependem desse reforço

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

para terem sentido. Essa noção nos leva a rever parte da bibliografia exposta no começo deste artigo. A não compreensão da relevância do campo da arte em produzir maior status e distinções sociais só se dá porque as pesquisas se reduziram a observar a relação direta entre esse campo e seus próprios agentes e consumidores. O que elas não observaram é que em relação a outros campos os capitais valorizados pelo campo da arte funcionam como poderosos e legítimos repertórios para o estabelecimento de distinções internas aos campos. Isso nos permite também entender como o campo da arte é mobilizado para a produção e manutenção de fronteiras sociais. Novamente, é pelo repertório simbólico definido pelo campo da arte que os campos da gastronomia e da moda agem nesse sentido, produzindo e reforçando fronteiras que também os diferenciam de outros campos, ao passo que diferenciam os estratos e posições que os conformam.

Pensando o caso da gastronomia, Carolina Pulici demonstra como a elite brasileira busca transformar suas práticas alimentares em uma forma de “arte”, contrapondo – e desclassificando – uma forma tida como voraz e vulgar, ligada às classes populares. Glória Kalil, referência da boa etiqueta, já registrou que “controlar os impulsos e apetites é o que distingue seres civilizados de feras selvagens” (*apud* PULICI, 2019, p. 46). O aconselhamento de Ricardo Castilho, diretor da revista “Prazeres da Mesa”, tentando explicar “a desconstrução à la Dalí que Adrià e sua turma fazem”, segue o mesmo argumento, relacionando gastronomia e arte:

Em certa medida, é como se juntassem Picasso, Goya e Miró para pintar cada um o seu quadro. [...] Serão pequenos bocados da vanguarda espanhola bem ali ao alcance dos 80 convidados. E bota pequeno bocado nisso. A cozinha contemporânea não é amiga da gula. (BASTOS, 2011, p. 11, *in* PULICI, 2019, p.47).

Assim também ocorre com a moda. A forma de se vestir é um dos mais significativos traços que separa as classes. Quando olhamos para o universo do luxo, observamos como as marcas de moda que buscam ampliar seu público consumidor ao mesmo tempo estabelecem fronteiras (diferenciando produtos) para que não haja confusão entre as diferentes classes sociais que as consomem. Como afirma Renato Ortiz, se o universo do luxo se expande, ele se divide entre um núcleo apenas acessível aos ricos, e uma periferia na qual as classes médias se esforçam para se inserir. E é justamente no núcleo do luxo em que encontramos as principais referências ao

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

campo da arte (Ortiz, 2019). Mas mesmo entre os estratos médios dos consumidores de moda, como é o caso do público da Riachuelo, a moda estabelece fronteiras sociais. Como demonstra Ábile (2019), as coleções colaborativas com as marcas de luxo, onde os repertórios do campo da arte e da moda são mobilizados, separam os consumidores em frações dentro das classes médias.

Nossa análise também nos permite avançar na noção de artificação. Este artigo se aproxima do argumento apresentado por Shapiro e Heinich (2013). As autoras têm o mérito de observar que a arte é mobilizada para a transformação de objetos de outros campos, desde gastronomia até jogos de videogame. Contudo, o limite desse argumento é entender que isso leva à transmutação, mesmo que incompleta, dessas práticas em arte. Assim, algo que não era arte se *artifica* e, ao fim do processo, se torna arte. É evidente que isso significa uma ampliação do campo da arte que, levada ao extremo, pode mesmo tornar impossível dizer afinal o que é ou não é arte. Ocorre que para que esses elementos possam ser reconhecidos como arte eles precisam, novamente, recorrer a um repertório que só existe e só pode produzir capital se ele for produzido dentro de fronteiras controladas.

O engano das autoras é confundir um fenômeno real – a mobilização de repertórios do campo da arte em outros campos – com o que dizem os próprios praticantes dos campos que mobilizam esses repertórios. Quando esses praticantes (como os *chefs* e os estilistas) afirmam que o que eles fazem é arte, isso não significa que seus objetos adquirem status de legitimidade no campo artístico. Tanto é verdade que não há, em qualquer lista consagrada, em qualquer premiação do campo artístico, a inserção de cozinheiros ou estilistas no meio dos artistas mais reconhecidos pelo campo. A conjunção obra-restaurante “Restauro” reproduz a metáfora arte–chef, o que se comprova pelo fato de que quem assinava a obra era o *artista* Jorge Menna Barreto, e não sua prima *chef*, responsável pelo cardápio.

Por isso, entendemos que a moda e a gastronomia não foram artificadas, mas se tornaram capazes de mobilizar um repertório, produzido no campo socialmente reconhecido como arte, para determinarem distinções frente às ordinariedades de vestir-se e alimentar-se, respectivamente. Só assim a eficácia simbólica da arte pode ser operada em outros campos. Nossa análise nos permite concluir, portanto, que apenas pela autonomia do campo da arte e pela estabilização da arte enquanto um valor pretensamente positivo que os agentes dos outros campos são

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras capazes de mobilizar repertórios valorizados, que lhes permitem estabelecer fronteiras simbólicas internas a seus campos. Os encontros aqui analisados reforçam, ao invés de ameaçar, as fronteiras do campo da arte. É, portanto, pelo repertório que transfere a outros campos que o campo da arte continua a produzir fronteiras sociais, atribuindo formas de distinção entre os sujeitos.

## Bibliografia

ÁBILE, Bárbara Venturini. **Da griffe ao fast fashion**. uma análise das estratégias de produção de coleções colaborativas. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual de Campinas: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2019. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/335422>>. Acesso em: 31 de agosto de 2020

BASS-KRUEGER, Maude. Fashion Collections, Collectors, and Exhibitions in France, 1874–1900: Historical Imagination, the Spectacular Past, and the Practice of Restoration. **Fashion Theory**, Volume 22, Issue 4, pp. 1–29, 2018.

BASTOS, Giuliana. Banquete reúne 17 chefs renomados em SP. Revista Folha, **Folha de S. Paulo**, 19 de outubro de 2008. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1910200836.htm>>. Último acesso em outubro de 2020.

BELTING, Hans. **O fim da História da Arte**: uma revisão dez anos depois. Trad. Rodnei Nascimento. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

BENNETT, Tony; SAVAGE, Mike; SILVA, Elizabeth B.; WARDE, Alan; MODESTO, Gayo-Cal; WRIGHT, David. **Culture, class, distinction**. Londres: Routledge, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Manet: une révolution symbolique**: cours au Collège de France (1998–2000). Edição de Pascale Casanova. Paris: Raisons d’agir/Seuil, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **Escritos de educação**. Organização de Maria Alice Nogueira, Afrânio Mendes Catani. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. Tradução de Maria da Graça Jacintho Setton. In: **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2008. p.114–189.

BONADIO, Maria Claudia. A moda no MASP de Pietro Maria Bardi (1947–1987). **Anais do Museu Paulista**, São Paulo, v. 22, n. 2, 2014, p. 35–70. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-47142014000200003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142014000200003&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em setembro de 2020.

BRANDSTÄTTER, Christian. **Klimt & A Moda**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000

BRIGUGLIO, Bianca. **Cozinha é lugar de mulher?** A divisão sexual do trabalho em cozinhas profissionais. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2020. Disponível em:

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

<<https://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/345669>>. Último acesso em junho de 2020.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

CICHELLI, Vincenzo; OCTOBRE, Sylvie; RIEGEL, Viviane [org]. **Aesthetic cosmopolitanism and global culture**. Leiden: BRILL, 2019. Series: Youth in a Globalizing World, v.9.

COLI, Jorge. **Como estudar a arte brasileira do século XIX?** São Paulo, SP: SENAC, 2005.

DIMAGGIO, Paul. Fronteiras culturais e mudança estrutural. In: **Cultivando diferenças**. São Paulo: Edições SESC, 2015.

DÓRIA, Carlos Alberto. **Estrelas no céu da boca** – escritos sobre culinária e gastronomia. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

ESCOFFIER, Auguste. **Le Guide Culinaire**. Paris: Flammarion, 2009 [1902].

FERGUSON, Pircilla Parkhurst. A cultural field in the making: Gastronomy in 19th-Century

France. **American Journal of Sociology**, The University of Chicago, v.104, n.3, november 1998. p.597-641. Disponível em: <[http://www.columbia.edu/itc/sociology/ferguson/g4122/client\\_edit/ferguson.pdf](http://www.columbia.edu/itc/sociology/ferguson/g4122/client_edit/ferguson.pdf)>. Último acesso em: 01/08/2017.

FERREIRA, Talitha A. **Cozinhando e pensando um Brasil**: reflexões acerca de possíveis e diferentes discursos voltados à construção da identidade gastronômica brasileira. Monografia de bacharelado. Universidade Estadual de Campinas: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2015. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=001094029&opt=1>>. Acesso em: 30/09/2020.

FERREIRA, Talitha A. **O amor pelo gosto**: sobre a gastronomia e os food trucks na cidade de São Paulo. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual de Campinas: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/332431>>. Acesso em: 30/09/2020.

FERREIRA, Talitha A.; SOARES, Evandro Smarieri. Entre a cozinha e o laboratório, controvérsias: reflexões sobre a gastronomia, o cozinhar, os cozinheiros e as agências que os cercam. **Anais da ReACT**, v. 3 n. 3, Trabalhos Completos Apresentados nos Seminários Temáticos da VI Reunião de Antropologia da Ciência e Tecnologia, 2017. Disponível em: <<https://ocs.ige.unicamp.br/ojs/react/article/view/2760>>. Último acesso em setembro de 2020.

HEINICH, Nathalie. **The Glory of Van Gogh**: an anthropology of admiration. Princeton: Princeton University Press, 1996

HEINICH, Nathalie. As reconfigurações do estatuto de artista na época moderna e contemporânea. **Porto Arte: Revista de Artes Visuais**, Porto Alegre, RS, v. 13, n. 22, abr. 2012.

LAMONT, Michèle. **Money, Morals, and Manners**: the culture of the French and American upper-middle class. Chicago and London: The University of Chicago

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

Press, 1992.

LAMONT, Michèle; MOLNÁR, Virág. The Study of Boundaries in the Social Sciences. **Annual Review of Sociology**, Vol. 28, pp. 167–195, 2002.

LAMONT, Michèle & THÉVENOT, Laurent. Introduction: toward a renewed comparative cultural sociology in: **Rethinking comparative cultural sociology: repertoires of evaluation in France and the United States**. Cambridge cultural social studies, 2000.

LAMONT, Michèle; PANDERGRASS, Sabrina; PACHUCKI, Mark. Symbolic Boundaries. **International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences**. Vol. 23, pp. 15341–15347, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIZARDO, Osmar. How cultural tastes shape personal networks. **American Sociological Review**, vol. 71, pp. 778–807, 2006.

MIRALDI, Juliana. **Pierre Bourdieu e a teoria materialista do simbólico**. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual de Campinas: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/279737>>. Acesso em: 30/09/2020.

MIRALDI, Juliana. **A arte disputa a Bienal de São Paulo: as condições de produção do gosto artístico dominante. Tese de doutorado**. Universidade Estadual de Campinas: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2020.

ORTIZ, Renato. **O universo do luxo**. São Paulo: Alameda Editorial, 2019.

PETERSON, Richard A. Problems in comparative research: the example of omnivorousness. **Poetics**, n. 33, pp. 257–282, 2005.

PETERSON, Richard A.; SIMKUS, Albert. How musical tastes mark occupational status groups. In: LAMONT, Michèle; FOURNIER, Marcel (Ed.). **Cultivating differences: Symbolic boundaries and the making of inequality**. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

PETERSON, Richard A.; KERN, Roger M. Changing highbrow taste: From snob to omnivore. **American Sociological Review**, p. 900–907, 1996.

PRIEUR, Annick; SAVAGE, Mike. Emerging forms of cultural capital. **European societies**, Vol. 15, no. 2, 246–267, 2013.

PRUDENTE, Aline Barbosa da Cruz. **O corpo surreal na moda: as criações conjuntas de Elsa Schiaparelli e Salvador Dalí**. 2018. 1 recurso online (102 p.) Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes, Campinas, SP. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/331162>>. Acesso em: 6 Dec. 2020.

PULICI, Carolina. A alimentação solene e parcimoniosa: práticas gastronômicas como fonte de distinção das elites paulistanas. In: PULICI, Carolina; FERNANDES, Dmitri. **As lógicas sociais do gosto**. São Paulo: Editora Unifesp, 2019. p.41–62.

QUEMIN, Alain. “Qui détient le pouvoir en art contemporain ? Fonction dans le monde de l’art, genre et pays des “acteurs de la consécration””. In: **Sociologies et sociétés**, vol. XLVII, nº 2, autonome, 2015.

A arte entre estilistas e chefs: os repertórios da arte e a delimitação das fronteiras

SANT'ANNA, Patrícia. **Moda e Arte no MASP** – Um breve estudo sobre o tema e a formação do acervo de vestuário (1947–1972). São Paulo: monografia de especialização em Museologia. MAE/USP: 2002.

SANT'ANNA, Patrícia. **Coleção Rhodia**: Arte e design de moda nos anos sessenta no Brasil. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas: 2010. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280227>>. Acesso em: setembro de 2020.

SHAPIRO, Roberta & HEINICH, Nathalie. Quando há artificação? **Revista Sociedade e Estado**. Vol. 28, n.1, 2013.

WEENIK, Don. Cosmopolitanism as a form of capital: parents preparing their children for a globalizing world. **Sociology**, Volume 6, 2008.