

The background is a light blue color. It is framed by a decorative border of white lace and clusters of blue forget-me-not flowers with yellow centers and green leaves. The flowers are arranged in the corners and along the edges, with some individual flowers scattered in the open space.

Lily Menezes

# Babado Real

*Um Breve Panorama da Moda Lolita no Brasil*







Lily Menezes



# Babado Real



*Um Breve Panorama da Moda Lolita no Brasil*



Salvador

2021







*Para Aidil Menezes (1932-2020)  
que torceu até o último minuto de sua vida  
para que eu chegasse até aqui.  
Obrigada, vovó.*





# Sumário

<b>Prólogo</b> .....	<b>9</b>
Uma conversa do Babado	
<b>Capítulo 1</b> .....	<b>13</b>
Para entender Moda Lolita	
<b>Capítulo 2</b> .....	<b>39</b>
Lolitas em dados	
<b>Capítulo 3</b> .....	<b>51</b>
Botando Anágua na Rua	
<b>Capítulo 4</b> .....	<b>85</b>
Temos Bloomers	
<b>Capítulo 5</b> .....	<b>109</b>
Tem Pedra no Sapato	
<b>Capítulo 6</b> .....	<b>123</b>
É babado, querida!	
<b>Capítulo 7</b> .....	<b>143</b>
A Moda Lolita mudou minha vida	
<b>Para as Lolitas Brasileiras</b> .....	<b>156</b>







# Uma conversa do babado

*E*u quis muito escrever este livro desde o terceiro semestre da faculdade. Na época, eu tinha feito um videoclipe – na verdade, uma paródia de Bad Reputation, da Joan Jett, satirizando os comentários e pré-conceitos sobre a minha pessoa, apenas por eu usar a Moda Lolita, que é o tema sobre o qual vamos conversar. Entre os comentários, o famoso “Seu estilo chama a atenção, mas nem sempre de forma positiva”. Nunca mais esqueci... (Para quem é fã de signo, eu sou de Touro com ascendente e Lua em Capricórnio. Será que sou rancorosa? Hihi)

De qualquer forma, minha presença no instituto sempre foi norteadada pelo modo Chacrinha de ser: “Eu não vim pra explicar, eu vim pra confundir”. Agora que estou indo embora, há quem diga que eu sou “inesquecível”. Eu sei disso. Então, quis para esse livro um nome curto, fácil de lembrar e pesquisar no Google, e que fizesse sentido para a Moda Lolita, especialmente para a gente do Brasil. Então, eu fui por duas teorias, que se complementam.

Os estilos dentro da Moda Lolita são incontáveis, e as peças que podem formar um visual são diversas, mas os babados são parte fundamental de várias delas. Estão presentes nos acabamentos de saias, blusas e vestidos, enfeitam sapatos e bolsas, compõem acessórios como os headdresses (também referidos como ‘absorventes de cabeça’ por quem vê a faixa levemente arredondada nas extremidades pela primeira vez)... E, quando o visual Lolita finalmente está pronto, a sensação é de ser um membro da realeza. Esta é a primeira teoria.





A segunda vai pelas nossas peculiaridades: assim como a palavra “saudade” só existe no português, temos nossas gírias por aqui. Quando uma Lolita chega num evento de anime ou mesmo num shopping, todo mundo quer saber o que é: então, ‘é babado’. Quando essa mesma Lolita explica que não está indo para uma peça de teatro nem fazendo cosplay, mas usando uma roupa do cotidiano que ela gosta, ela está “mandando a real”. Assim, temos aqui um Babado Real.

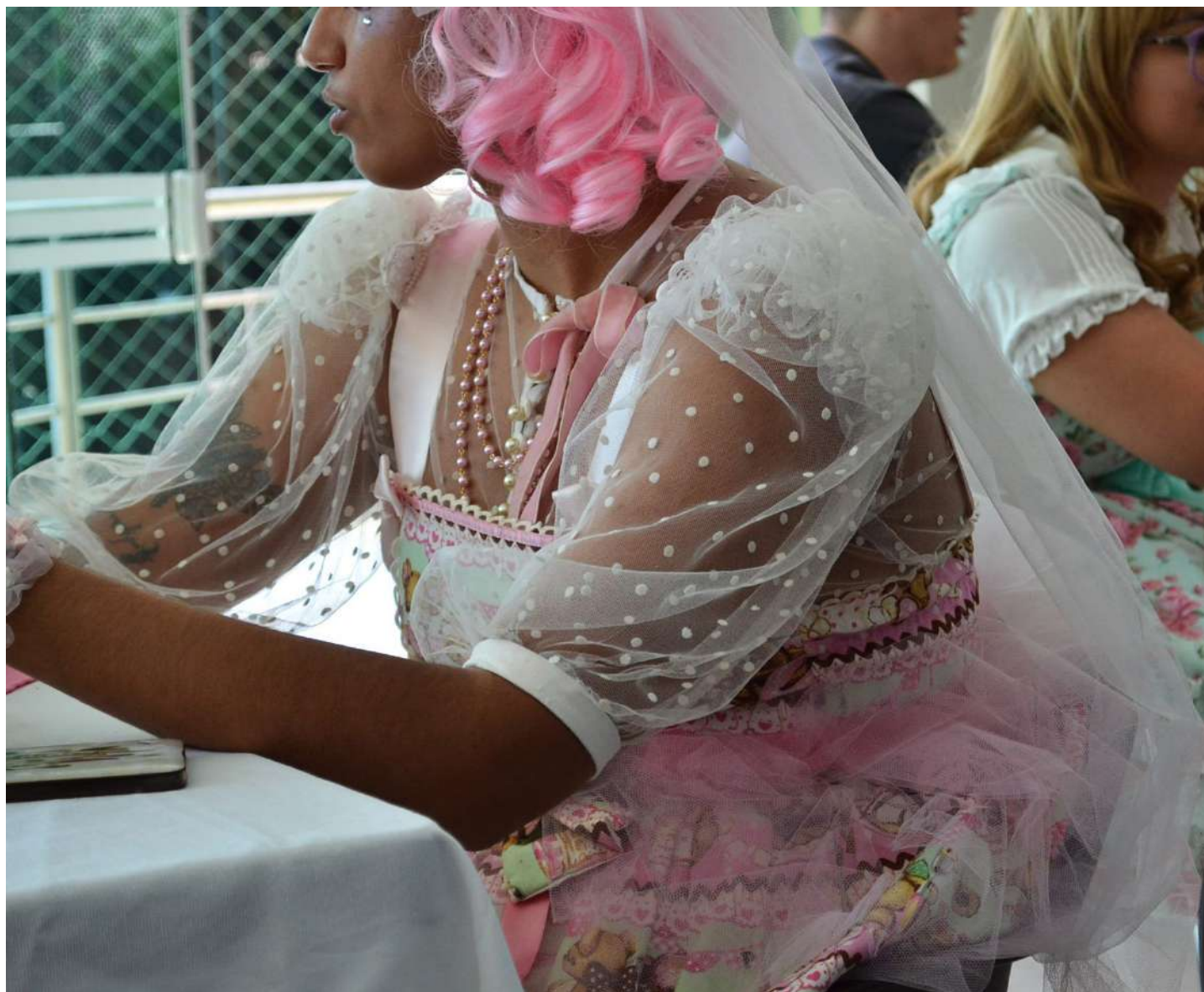
Pegue sua sombrinha, porque aqui está um forno, e venha passear pela história da Moda Lolita com parada final na comunidade brasileira.



**Parasol, sombrinha de tecido  
apreciada por Lolitas.  
(Reprodução/Pixabay)**



Lolita no South Meeting,  
realizado em 2016.  
(Reprodução/Facebook)







Laura Siqueira, dona da Atelier Charmant, usando um visual completamente na cor branca: o Shiro Lolita. (Foto cedida pela fonte)





# Capítulo 1

**Para entender a Moda Lolita**





É

um sábado qualquer na cidade, e as ruas estão abarrotadas de pessoas que saem pelas mais variadas razões. Algumas vão trabalhar ou estudar, outras vão atender a alguma necessidade, e mais tantas simplesmente querem 'ver gente'. No meio da correria, que pode ser vista em qualquer grande metrópole deste país cujas estações principais são calor, mormaço e forno, uma figura se destaca das outras. O que chama logo a atenção de cara é o formato da sua saia, um sino perfeito que parece desafiar a gravidade. Ela aparece toda envolta em bordados, rendas e babados, do chapéu que cobre sua cabeça até as meias que alcançam seus joelhos, e suas mãos enluvadas seguram uma bolsa branca em formato de coração do tipo que não se acha facilmente em qualquer esquina. Ela parece apressada, mas para quando algum transeunte pergunta o que ela veste, se ela está indo ao teatro ou faz parte do elenco de uma peça. Um sorriso gentil se desenha em sua face, ela respira fundo como se fosse iniciar uma prece, e começa...



A Moda Lolita é uma vertente de moda urbana com raízes no Japão, cujos primeiros registros datam da década de 1970. Suas principais influências históricas encontram lugar na vestimenta das crianças da Era Vitoriana, sobretudo com a estética rococó, que tinha saias sustentadas por anáguas, riqueza de detalhes nas roupas e ornamentos, e ausência de detalhes mais ousados como fendas ou decotes na modelagem das peças. Segundo o blog de de Moda Lolita *Cynical Neoprincessism*, a primeira menção do termo Lolita para o estilo teria sido feita em 1987 pela revista *Ryuku Tsushin*. Os primeiros grupos que aderiram ao estilo foram vistos na via de Omotesando, apelidada como *Paraíso dos Pedestres* (*Hokosha Tengoku*, no japonês), localizado no bairro de Shibuya, em Tóquio, que abriga duas das estações ferroviárias mais movimentadas do mundo: a Estação Shibuya e a Estação Shinjuku, no distrito vizinho. Entre os anos de 1977 e 1998, era proibida a circulação de veículos em Omotesando, deixando a avenida livre para que as pessoas pudessem circular à vontade; durante as duas décadas de interdição, foram realizados vários encontros de adolescentes, que se reuniam aos domingos para conversar e dançar. Hoje, o cruzamento próximo à estação Shibuya ainda é referência para quem chega à Tóquio e precisa se encontrar com um amigo da cidade.

Harajuku, como é conhecida a área que ronda a estação de mesmo nome na região de Shibuya, sobrevive até hoje no imaginário popular como uma espécie de celeiro de estilos diferenciados e autorais, utilizados principalmente pelos adolescentes. O subdistrito ficou notabilizado principalmente por abrigar a loja de departamentos *Laforet*, cujas marcas ofertadas têm como público-alvo a juventude. Em Harajuku, costumavam circular muitos artistas de rua, e jovens vestidos com roupas diferenciadas a caminho da Avenida Omotesando para se encontrarem com suas turmas. Mesmo com a volta da circulação de carros no Paraíso dos Pedestres, no fim da década de 1990, Harajuku permanece como uma referência para o mercado de entretenimento, dentre os japoneses ou do outro lado do mundo. A cantora norte-americana Gwen Stefani fez várias referências às “garotas de Harajuku” em suas músicas, chegando a viajar para Tóquio a fim de gravar uma cena de seu videoclipe na estação de trem do bairro. O subdistrito acabou por difundir tendências que marcaram época no Japão, como os uniformes escolares das meninas japonesas, com destaque para os uniformes *seifuku* inspirados nas vestes de marinheiros, o glamour e paixão por grandes grifes das *Gals*, garotas que se vestiam de forma a realçar sua feminilidade e eram viciadas em compras, e o colorido vibrante nos acessórios das *Decoras*, jovens que literalmente se decoravam da cabeça aos pés, usando diversas bijuterias e acessórios de plástico, muitas vezes feitos por conta própria. Estas estéticas continuam a ser usadas, com todas as adaptações que trazem autenticidade à moda alternativa.

A extinção do caráter de *Paraíso dos Pedestres* atribuída à Avenida Omotesando acabou encerrando tempos mais animados. O início dos anos 2000 trouxe consigo poucos dos estilos que passaram pela região. A Moda Lolita, que apareceu pouco antes do começo da priorização dos transeuntes, foi um deles, e não dá sinais de esgotamento. Para Patrick Macias e Izumi Evers, autores do livro *Tokyo Girls (Schoolgirls Japanese Inferno)*, publicado em 2007 no Brasil pela editora JBC, a estética já transcendeu as heranças do Rococó e ganhou vida como um estilo de características e regras próprias, por conta de sua capacidade de reinvenção. Possui um dialeto singular, com expressões que apenas quem tem intimidade com o estilo vai se lembrar de cabeça do significado de cada uma; e um senso de comunidade tão forte que é capaz de criar um microcosmo onde os “normies”, apelido para aqueles que não usam a Moda Lolita e preferem a dupla jeans e camiseta não podem entrar. Em seus quase trinta anos de existência, o estilo conseguiu reunir pessoas com características, biotipos e convicções diferentes em torno de uma paixão comum, colocando as roupas como um “algo a mais”. Entre, pegue uma xícara de chá e ouça a história por trás deste estilo, que provavelmente deixaria Maria Antonieta se perguntando: “Ué, como eu não vi vocês nos arredores do reino?”.



ワンピース：エミリーテンブルキョート  
シャツ：エミリーテンブルキョート  
シューズ：地元  
バック：あこがれのヴィヴィアン  
アクセサリー：ヴィヴィアンとおもちや  
ファッションのポイント：人形めざしてます  
美容室：ツラ  
今ハマっている事：機器  
好きな音楽：クラシック（月光）  
姉（18才）、高校生

Uma Lolita andando  
pelas ruas de Harajuku nos  
anos 1990, fotografada por  
Shoichi Aoki.



## Nome polêmico

Muitos dos estilos vistos em Harajuku ganharam seus respectivos nomes por causa de algum aspecto específico de suas estéticas, tornando-os diferente de qualquer coisa já vista nas ruas. No caso das *Decoras*, por exemplo, elas ganharam essa alcunha por causa de seu excesso de acessórios decorativos nos cabelos e pulsos. À medida que a Moda Lolita foi se tornando mais conhecida no Japão e passou a ser difundida fora da Ásia, através dos produtos voltados para a cultura otaku, como as animações e os quadrinhos, o nome dado ao estilo faz com que muitas adeptas precisem explicar a ausência de associação com o romance de mesmo nome publicado pelo escritor russo Vladimir Nabokov em 1955; a história gira em torno de um senhor de meia-idade que se envolve com uma garota de doze anos de idade.

Por conta disso, alguns adeptos acabaram criando o neologismo '*roriita*', que reproduz como a palavra Lolita é pronunciada no idioma japonês, e outros tentam engendrar movimentos pela mudança do nome da estética, já que não é possível comparar a estética vitoriana onde a subcultura encontrou referência e o estilo escolhido para a Lolita retratada nas adaptações cinematográficas da obra de Nabokov; Dolores Hazel, a protagonista da história, usava roupas mais próximas do que as crianças americanas usavam na década de 1950, como vestidos mais curtos e calças jeans. No Facebook, para evitar denúncias motivadas pela associação com a pedofilia rechaçada pela política de uso da rede social, muitos dos perfis e páginas dedicadas ao estilo japonês precisaram reformular seus títulos. As hashtags que categorizam os conteúdos produzidos também sofreram alterações: mesmo assim, as adeptas continuam a explicar que a Moda Lolita nada tem a ver com o livro.

## Por um mundo *kawaii*

Mas, se esse estilo conseguiu ultrapassar a fronteira do Japão e ter êxito em outros espaços, como na Europa e nas Américas, muito disso se deve à chamada '*cultura kawaii*', cujo conceito se tornou bastante popular também a partir de 1970 no país. Na Moda Lolita, toda a indumentária deve transmitir delicadeza, modéstia e elegância. Para o entendimento destes imperativos, é essencial entender o conceito da cultura *kawaii* enraizada no Japão. O termo pode ser traduzido livremente para o português para "fofinho" e engloba objetos, sujeitos e atitudes esteticamente belos, adoráveis e inocentes. Ao contrário do que se vê hoje nas lojas de departamento, o *kawaii* não era necessariamente representado por tons pastéis, e a palavra já teve uma conotação com fraqueza e fragilidade. A chamada "*revolução kawaii*" teve sua primeira onda em 1982,

com o lançamento da revista *Olive*, dedicada a garotas que se vestiam de forma romântica e delicada. As primeiras fotos de Lolitas começaram a aparecer nesta publicação. No Ocidente, o *kawaii* passou a fazer parte do dicionário dos fãs da cultura pop japonesa, designando qualquer coisa minimamente meiga.

Neste contexto, a cultura *kawaii* surge como oposição à cultura japonesa tradicional e uma resposta à pressão sofrida pelos adolescentes para se tornarem bem-sucedidos ao final dos estudos. Originalmente, o termo *kawaii* era usado para descrever a caligrafia dos ideogramas, feita de forma mais infantil e delicada, com o acréscimo de emoticons no meio ou final de cada frase; ao perceberem que tal tipo de estética era popular entre as adolescentes, as empresas japonesas passaram a incluir em seus produtos características meigas e adoráveis, a fim de aumentarem as vendas, o que se revelou bem-sucedido. Até a Segunda Guerra Mundial, o Japão sempre foi conhecido por sua política de ‘fechamento’ para o exterior, preferindo imergir na própria cultura. Deste modo, os governantes começaram a empreender esforços para tentar mudar esta imagem. O ponto alto para o estouro da cultura popular nipônica foi em 2011, através do movimento *Cool Japan*, inspirado no movimento empreendido pelo primeiro-ministro do Reino Unido Tony Blair em 1997, quando foram pensadas estratégias para vender a imagem do Japão como um país de mente aberta e receptivo para todos os povos. Com isso, empresas e órgãos governamentais passaram a ter versões “*kawaii*” de mascotes e símbolos para se apresentar ao público.

Destas empresas, uma foi especialmente responsável por levar a fofura para fora do Japão: a *Sanrio*, que anteriormente se chamava Yamanashi Silk Center. Em 1974, a organização criou a sua personagem mais lembrada por crianças e adultos do mundo todo, a *Hello Kitty*. A “gatinha humanizada” sem boca está sempre vestida com trajes adoráveis e tem a gentileza como sua marca registrada, em total sintonia com o conceito do *kawaii*. Com a popularidade da personagem, a Sanrio licenciou uma extensa lista de produtos para todas as idades, desde cadernos até um avião pintado com seu rosto, que pertence à companhia aérea tailandesa *Eva Air*. As criações da marca foram um propulsor para uma mudança no comportamento de compra e consumo: se antes as pessoas faziam compras apenas focando na utilidade dos itens, agora uma parcela dos consumidores passou a elencar uma boa estética entre os aspectos mais determinantes na hora de decidir levar esse ou aquele objeto para a sua casa.





TRY IT NOW | HOT NEWS | FLIGHT INFO | **HELLO KITTY EVA AIR** | KITTY SHOP | DOWNLOADS





## Primeiros registros

Se uma Lolita dos dias atuais tivesse o poder de viajar no tempo e parasse no ano de 1985, ela olharia para a adepta daquela época e diria: “Oxe, mas isso aqui não tem nada a ver com Moda Lolita!”. É que as páginas da revista *Olive* mostravam visuais muito mais simplificados do que os vistos na modernidade das redes sociais. Os vestidos ainda não apresentavam as volumosas anáguas, hoje ponto crucial da estética; as saias eram mais próximas do corpo e podiam chegar até os tornozelos, e as golas estilo marinheiro eram muito apreciadas. Na época, a marca mais popular era a *Pink House*, criada em 1973 e ainda em atividade. Deste modo, os outfits da era “pré-Lolita” se aproximavam mais da silhueta vista nos anos 1950 do que da inspiração vitoriana original. Ainda assim, o jeito de vestir das primeiras Lolitas cumpria perfeitamente o objetivo de fugir do padrão do jeans e camiseta, que também se manifestava em outras subculturas como a *Kogal*, com o uso dos uniformes escolares como uma espécie de “certificado de juventude” e a *Yamamba*, cuja obsessão pela dança pop *Para Para* levava os grupos a treinarem por horas em Omotesando a fim de que todos os integrantes sincronizassem seus movimentos à perfeição. Neste contexto, a Moda Lolita começava a afirmar seu caráter de contracultura, proporcionando uma liberdade de expressão mais ampla.

A chegada da manifestação musical *Visual Kei*, ainda em meio à era oitentista, iria mudar para sempre o jeito de vestir da juventude japonesa. O VK tem seu nome justificado nas roupas dos integrantes, bastante elaboradas e com riqueza de detalhes, dando um aspecto de indefinição de gênero. O esmero na estética e a predileção por temáticas gótica e rococó também se estendia aos videoclipes e apresentações, que se tornavam inesquecíveis para o público. Entre as bandas que surgem e se dissolvem todos os anos no Japão, uma se notabilizou: a *Malice Mizer* (1992-2001), liderada pelo guitarrista Manabu Satou, apaixonado pelo vampirismo e pela cultura gótica. Manabu é venerado pelos fãs do *Malice Mizer* e de seu projeto paralelo, a banda *Moi dix Mois*, sendo mais conhecido pelo apelido de *Mana-Sama*, originado de uma brincadeira com a palavra *kamisama* (deus, em japonês). Mana mantém um blog intitulado *Monologue Garden*, onde mostra seus trabalhos e fotos de visuais muito próximos da Moda Lolita, mas ainda mais refinados, com penteados elaborados que davam o tom à estética *Visual Kei* e materiais como veludos e brocados. Ele criou uma expressão própria para definir seu estilo: “*Vampire Aristocratic Elegant Romance*”. Ele segue como uma grande referência para a Moda Lolita, por diversos motivos: além da sua banda, ele colaborou para a revista *Gothic & Lolita Bible* (2001-2017), que mostrava tutoriais de maquiagem, entrevistas e fotos de Lolitas nas ruas. Dois anos antes, em 1999, Mana criou a própria grife, a *Moi-Même-Moitié*, que vende itens relacionados à Moda Lolita muito apreciados por fãs da temática gótica. Nas fotos de divulgação, também é ele o modelo.



Primeiras Lolitas nas páginas da  
Revista Olive, na década de 1980

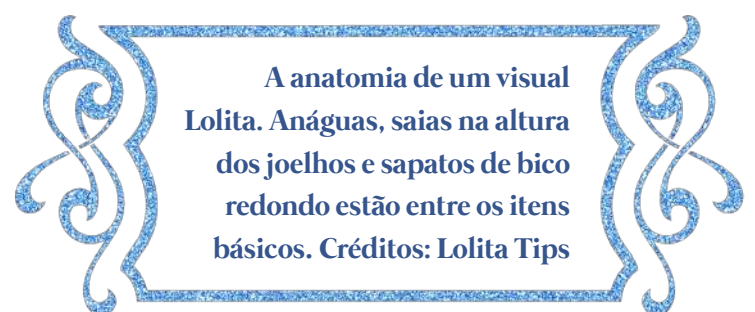




## A anatomia do visual

A marca registrada de um visual de Moda Lolita é a presença da anágua para dar volume à saia: existem dois modelos da peça, e cada um é adequado para acompanhar um tipo de saia. A anágua em formato de A caracteriza-se por concentrar o volume na parte de cima da cintura, sendo o eleito por quem adota a subdivisão *Classical* ou *Gothic*; já o formato cupcake atende bem as outras subdivisões, mais notadamente o *Sweet Lolita*, por ter o volume distribuído por inteiro na saia. Falaremos das subdivisões um pouquinho mais à frente. No princípio, as anáguas eram feitas majoritariamente de filó; porém, o tecido pode causar irritação e coceira se for usado sem um forro, então abriu-se espaço para outros tipos de materiais, como o voal e o chiffon, que são mais leves e ainda assim atendem a necessidade do “*poof*” na saia. O recato característico da Moda Lolita se materializa na ausência de decotes no busto e fendas perto das coxas, e na preferência por meias-calças mais grossas cobrindo as pernas. O comprimento das saias deve ser longo o bastante para não revelar a parte dos quadris, se mantendo um pouco acima dos joelhos.

A atenção aos detalhes é refletida na presença de ao menos um acessório de cabeça, que pode variar de acordo com o tipo que a pessoa adepta preferir: tiaras, laços, chapéus, boinas, dentre outros; a ausência não é algo condenável, mas dá uma sensação de que algo está faltando, para uma parcela da comunidade. Anéis, brincos e colares ajudam a deixar o visual ainda mais requintado. Saltos muito finos não costumam funcionar bem na estética Lolita, uma vez que na moda vitoriana não se vê este tipo de calçado. Ainda assim, alguns modelos de stiletos (sapatos com saltos acima dos 8 cm) podem fazer bonito em subestilos mais dramáticos. A Moda Lolita possui dois calçados muito característicos do estilo: os *Tea Party Shoes* (TPS) quase sem salto, com bico redondo e tiras cruzadas no peito, e os *Rocking Horse Shoes* (RHS), uma criação da estilista Vivienne Westwood em 1985 com saltos plataforma de madeira para deixar as pessoas “nas alturas”. O calçado, também conhecido como *Ballerina* por causa da forma de sapatilha de balé, foi reproduzido nos anos 2000 pela loja de departamentos *Body Line*, que iniciou suas atividades como loja de lingerie e passou por um processo de reposicionamento, passando a vender acessórios, cosplays e itens de Moda Lolita. Até hoje, os RHS continuam populares na comunidade Lolita.





# Anatomy of a Lolita!



**Headdress**

**Puffed Sleeves**

**Skirt**  
Around knee  
Length

**Petticoat**

**Bloomers**  
aka Drawers

**Cute Socks**  
or Matching Tights

**Mary Janes**

**Head to Toe Co-Ordination!**

A mesma democracia para os acessórios de cabeça também é vista com as bolsas, mas de uma forma um pouco mais reduzida. Há dois pontos principais para que uma pessoa adepta da Moda Lolita possa escolher uma bolsa. Primeiro, a cor dela precisa formar um bom par com toda a roupa: uma bolsa verde militar simplesmente não tem como ir bem com um vestido rosa, não orna! O segundo diz respeito ao formato do acessório. No começo da popularidade da Moda Lolita, a marca *Loris* era a queridinha, com seu modelo em formato de coração; hoje, são incontáveis os tipos de bolsas disponíveis no mercado. É de bom tom adequar a bolsa ao tema do visual – então, uma bolsa de coração com um vestido com temática marinha deixaria tudo um pouco menos coeso. Em suma, se valoriza muito a harmonia dos itens que compõem a indumentária; a combinação de cores e padronagens é chamada de *coordinate*. Já um visual completo de Moda Lolita é denominado *outfit*. À primeira vista, observar tanta coisa para se vestir acaba parecendo um trabalho considerável, o que leva algumas pessoas a desistir de começar na Moda Lolita. Uma das principais alegações é o “excesso de regras”.

## “As Regras”

Assim como o homem gótico veste suas roupas pretas e as mulheres adeptas da estética *rockabilly* usam seus vestidos de saias amplas e bem marcados na cintura, a Moda Lolita possui uma série de aspectos básicos que devem ser observados na hora de montar um visual. Esse conjunto é chamado de *guidelines* (linhas-guia), e é considerado uma ‘régua’ para checar a adequação da indumentária ao estilo, ajudando especialmente as pessoas que estão começando a entender os parâmetros mínimos. Além da presença da anágua, o uso de materiais de boa qualidade nas peças, como tricoline e algodão é essencial; uma peça de cetim, para se ter uma idéia, é considerada “barata” e comparada a fantasias vendidas em lojas de produtos eróticos. Nos pés, sapatilhas ou tênis são mal-vistos e devem ser evitados. Todavia, como o próprio nome já dá uma ideia, as linhas-guia hoje são consideradas apenas uma base para entender como montar um visual Lolita, e não decretos restritivos para o uso. No caso específico do Brasil, com um clima predominantemente tropical, alguns modos de consumo da Moda Lolita são quase utópicos, tornando necessária uma flexibilidade nas “Regras”. Os belos casacos de veludo vestidos por Mana-Sama na *Gothic & Lolita Bible* são pouco adquiridos por Lolitas brasileiras; a preferência é pelos boleros e cardigans, que por serem feitos em tecidos mais finos, cumprem a tarefa de cobrir os braços mais confortavelmente. Uma meia-calça muito grossa pode incomodar nos dias mais quentes, sendo substituída por meias soquete ou até o joelho (as chamadas *OTKs* – *Over the Knees*). Blusas de mangas longas são evitadas por quem reside no Nordeste do Brasil, e em alguns casos os vestidos são usados sem blusa por baixo, sobretudo no verão seco característico em partes do país.

Para adeptos mais radicais da Moda Lolita, a comunidade brasileira é “permissiva demais” e algumas das trocas nas linhas-guias são inaceitáveis, como o vestido de alças sem blusa por baixo; o argumento é de que os ombros expostos tiram o recato da estética, bem como o uso de meias que não cubram toda a extensão da perna. As pessoas que usam Lolita de forma “incorreta” são chamadas de *itas*, palavra derivada do japonês *itai* (dor), que em tradução para o universo Lolita é uma coisa dolorosa só de ver. O *ita* é um dos conceitos mais enraizados desde o surgimento da Moda Lolita como subcultura, e é usado de forma ofensiva, independentemente se a pessoa está montando o seu primeiro visual ou se é veterana e escolheu algum item que não caiu bem com a roupa, ou quis fazer algo diferente e não teve êxito. Em suma, alguém que não seguiu “As Regras”. Como não se pode atribuir a uma pessoa específica o começo da Moda Lolita, não há uma convenção fixa do que pode ou não pode: “As Regras” funcionam mais como um parâmetro de bom-senso ao demarcar uma linha entre um visual autêntico de um *cosplay*.

Em algumas ocasiões, a expressão “*ita*” é aplicada de forma gratuita, apenas porque a pessoa que está analisando o *outfit* de uma Lolita não gostou de alguma combinação específica que ela fez. Isso pode gerar atritos dentro de uma mesma comunidade, com conseqüências que na maioria das vezes resultam desastrosas para quem recebe os ataques, mas este é um tema que vamos discutir um pouquinho mais à frente, quando o conselho sobre como melhorar um visual se transforma em um ataque pessoal, ou quando um posicionamento pessoal chega disfarçado de crítica construtiva.

## **As tais subdivisões**

Durante as pesquisas de campo para o livro *Tokyo Girls*, em 2006, Patrick Macias e Izumi Evers observaram que a predominância dos visuais lolita exibidos pelas garotas em Shinjuku, Shibuya e Harajuku se colocava entre dois gêneros básicos: *Goth-Loli*, que tem a cor preta como predominante nas peças, mais próximas da cultura gótica do período vitoriano, e *Ama-Loli*, cuja temática remete a motivos mais delicados e infantis. No entanto, as possibilidades estilísticas da moda vão além desta dualidade entre *Gothic* e *Sweet Lolita*; o *Gothic*, inclusive, não fica só no preto e pode abrigar todo o espectro de cores mais sóbrias, como azul marinho e verde-musgo, enquanto o *Sweet* abraça as nuances suaves de rosa, verde, azul e amarelo. É importante destacar que algumas cores na Moda Lolita possuem nomes específicos: quando uma Lolita disser que comprou um sapato *sax*, ela se refere a um azul leitoso, típico das paredes de quartos de bebê; se alguém procura por acessórios *mint*, essa pessoa não se refere ao verde-menta, mas a um verde claro mais próximo de uma casca de goiaba. Em gráficos compartilhados na rede social *Pinterest*, é possível constatar a existência de pelo menos dez subdivisões oficiais dentro do estilo, que variam de acordo com a





Excesso de informação



Renda de má qualidade

# Coisas para evitar num visual

Créditos: Reprodução/4Chan



Peças sem acabamento



Cores que competem entre si

temática que se deseja transmitir e os elementos utilizados nas vestimentas. Duas subdivisões consistem no uso de indumentárias com uma única cor predominante: são o *Shiro Lolita* e o *Kuro Lolita*, batizados desta forma por usarem respectivamente branco e preto como uma tonalidade exclusiva para todas as peças que compõem os visuais.

Paralelamente, existem as subdivisões temáticas, menos popular entre as adeptas da comunidade: o estilo *Country Lolita* caracteriza-se pelo uso de vestidos e saias com padronagem xadrez, inspiradas nas toalhas de piquenique americanas e estampas que remetam à vida no campo; chapéus de palha que podem ser decorados com flores e frutos são os acessórios favoritos das Lolitas para compor os visuais. Por sua vez, a subdivisão *Punk Lolita* também utiliza o xadrez, com o diferencial da estampa ser mais larga e a preferência pelo uso de tons mais sóbrios de vermelho e roxo, estampas de caveiras e as saias ganham um recorte mais agressivo e desigual; o visual ganha corpo com o acréscimo de correntes e crucifixos. A inspiração sombria também está presente no estilo *Guro Lolita*, uma variação do *Shiro Lolita* que ganha o incremento de gazes, bandagens e aventais sujos de sangue, para dar a impressão de uma boneca quebrada. Esta última é cada vez menos vista em uso, deixando em aberto se pode ser considerada ou não uma subdivisão.

As lolitas que desejam passar uma imagem mais sóbria apostam no *Classical Lolita*, cuja marca registrada é o uso de peças em tons escuros, como o azul marinho, o vinho e o verde musgo. Flores em formato bastante reduzido são o principal padrão das estampas utilizadas pelos ateliês. Ficam de fora as perucas em tons fantasia, e a ornamentação de cabeça é mínima, sendo as tiaras e broches de pérola os mais presentes nos visuais. Outra opção é o *Elegant Gothic Aristocratic (EGA)*, estilo cunhado por Mana-Sama, que se aproxima mais das vestimentas originais da Era Vitoriana, com a presença de saias até os tornozelos e blusas com punhos mais longos. Há ainda as subdivisões mais próximas de roupas tradicionais orientais, como o *Wa Lolita*, que tem como peça principal a *yukata* japonesa redesenhada dentro dos padrões da Moda Lolita, e o *Qi Lolita*, cuja gola dos vestidos fica muito próxima do modelo *cheongsam* visto na indumentária das mulheres chinesas. Estas não são tão vistas em uso comum no Ocidente, sendo mais reservados para eventos e festivais temáticos.

Como é possível constatar em toda a história da moda como um todo, a velocidade de consumo na sociedade japonesa torna possível que estilos diferentes se cruzem e dêem origem a novas tendências. A subdivisão *Hime* mistura a elegância do estilo Lolita com o exagero da tendência *Hime Gyarū*, que consiste em fazer penteados bufantes que podem demandar mais de uma peruca na cabeça, e tiaras e coroas como acessórios indispensáveis, dando a impressão de que as adeptas são verdadeiras princesas de baile; a marca



*Jesus Diamante*, definida como “ultraconservadora”, foi a maior representante deste tipo de estética. Esta estética antecedeu o atual OTT, sigla inglesa para *Over The Top*, que trouxe para o *Sweet Lolita* o exagero no uso de acessórios de cabelo, perucas de tons fantasia como fúcsia e turquesa, e bijuterias vistas no estilo *Decora*, tendência surgida no começo dos anos 1990. Inclusive, *Decora* e *Lolita* se juntaram dando origem ao *Deco-Lolita*, que tem um exagero de acessórios mais suavizado. Há ainda o *Boystyle*, que pode ser considerado como o equivalente masculino da Moda Lolita e qualquer pessoa que goste da temática pode usá-lo tranquilamente. São duas divisões principais: o *Ouji* (“príncipe” em japonês), cuja marca registrada são as bermudas até a altura dos joelhos como as crianças da Era Vitoriana, e o *Dandy*, que faz alusão aos dândis, homens que não necessariamente tinham posses, mas eram detentores de um senso estético invejável, trajando casacas, cartolas e blusas cobertas com babados feitos com os tecidos mais nobres.

## O futuro

Nos últimos dez anos, há uma forte discussão em relação a uma possível “morte” de Harajuku como bairro incubador de tendências de moda, principalmente por causa do processo de gentrificação: diversos ateliês e boutiques independentes foram saindo da área com a ascensão das grandes marcas de fast-fashion, como a *H&M* e *Forever 21*, levando ao questionamento sobre o sumiço dos grupos fashionistas que por lá estavam; marcas como *h.Naoto* e *Milklm*, bastante queridas pelo público alternativo, anunciaram o seu fechamento com a impossibilidade de seguir com lojas físicas e uma alegada “queda de popularidade”. Certa vez, o fotógrafo Shoichi Aoki, editor da célebre revista *Fruits* entre 1997 e 2017, disse que “não se encontra mais jovens estilosos nas ruas”, motivo que o teria levado a encerrar as atividades da publicação, que teve 233 edições e marcou época por revelar novos estilos e mostrar o que as pessoas realmente usavam nas ruas, sem usar modelos profissionais em suas capas.

O questionamento sobre o sumiço dos jovens alternativos também envolve as Lolitas; há quem diga que elas não estão mais caminhando pelas ruas de Tóquio. Entretanto, há dois aspectos a considerar: o primeiro é o incômodo ocasionado por alguns tipos de abordagens feitos a quem está usando o estilo. Para muitas Lolitas, é desagradável ouvir que está indo ao teatro, como ocorreu na citação que abriu esse capítulo; e nem todas desejam posar para as fotos constantemente solicitadas por turistas, migrando para outros pontos da cidade a fim de circular mais tranquilamente. O segundo é imanente para qualquer outro setor comercial: o ritmo constante de mudanças e transformações. Atualmente, a China desponta como



o maior polo de vendas de artigos de Moda Lolita e o e-commerce *Taobao* se destaca ao receber marcas independentes de roupas e sapatos; fora da Ásia, lojas consagradas no ramo como a *Angelic Pretty*, criada em 1979 sob o nome “*Pretty*” e cujos produtos são elevados ao status de objeto de desejo para muitos adeptos da moda, possuem filiais nos Estados Unidos e na Europa.

Um fenômeno curioso aconteceu com a Moda Lolita: o maior espalhamento do estilo fora da Ásia. Algumas das maiores comunidades ativas se encontram justamente em países onde provavelmente as chances de um estilo tão fora do usual no cotidiano seriam bastante baixas. Na América Latina, o estilo ganhou popularidade no Chile, na Argentina e no México, país que tem a sua própria Embaixadora *Kawaii*, a adepta da Moda Lolita *Briz Blossom*. E o Brasil, com seu clima tropical mesmo nos dias de inverno e um poder aquisitivo bem diferente do país onde a Moda Lolita se originou, também acabou fomentando uma comunidade que resiste desde o comecinho dos anos 2000, e que ainda atrai pessoas novas mesmo depois de tanto tempo. Para quem não é iniciado no universo das subculturas, é bastante curioso ver como uma estética que vem de tão longe, com roupas que parecem um absurdo debaixo de um sol de 37º em algumas capitais do Brasil, conseguiu vingar e engajar tanta gente. A difusão da Moda Lolita por aqui funcionou através de um conjunto de fatores, que veremos a seguir.

## Alguns subestilos Lolita



### Gothic Lolita

Foco: peças em preto, azul marinho e bordô



### Sweet Lolita

Foco: estampas mais alegres e tons pastéis



### Classical Lolita

Foco: florais, tons de bege, marrom e vinho



Existem pelo menos dez  
subdivisões na Moda Lolita.  
Estas são as mais populares.  
Créditos: Tumblr /  
tophatcats



### *Punk Lolita*

Foco: xadrez,  
correntes e  
assimetria



### *Country Lolita*

Foco: acessórios  
em palha e  
estampas frutais



### *Wa Lolita*

Foco: yukata  
tradicional com  
silhueta Lolita



# O tempo na Moda Lolita

## 1970



Conceito 'Kawaii' ganha popularidade no Japão

Abril de 1970: lançamento da marca *MILK*

1973: lançamento da marca *PINK HOUSE*

1974: lançamento da marca *Shirley Temple*

1979: *PINK HOUSE* lança loja física. *Pretty* começa como loja multimarcas

## 1980



1982: revista *Olive* começa a ser publicada

1984: abre a loja de segunda mão *Closet Child*

1987: primeira menção do termo Moda Lolita pela revista *Ryuko Tsushin*

1988: criada a *Baby, The Stars Shine Bright* por Akinori Isobe. A loja se chamaria "Spiritualité, Shine Heart"

## 1990



1992: nasce a banda de VK *Malice Mizer*

1997: publicação da revista *Fruits* e consolidação da *Metamorphose Temps de Fille*

1998: publicação da revista *Kerouac*, com Misako Aoki como modelo

1999: surgimento das marcas *Moi-Même-Moitié*, *Victorian Maiden*, *Innocent World* e *Atelier Pierrot*

# 2000



2001: Grupo EGL é criado no Livejournal

2001: criação da Gothic & Lolita Bible. Pretty se torna Angelic Pretty e a designer Asuka passa a integrar o time da loja

2002: Kamikaze Girls é publicado. Em 2004, é adaptado para filme

2004: Shoichi Aoki lança livro Fresh Fruits, com fotos selecionadas de jovens

2005: É instituído o Dia Internacional da Moda Lolita, nos primeiros sábados de junho e dezembro

# 2010



2010: plataformas de acervo Hello Lace e Lolibrary são criadas

2012: Lovely Lor estreia no YouTube com "Shits Lolitas Say"

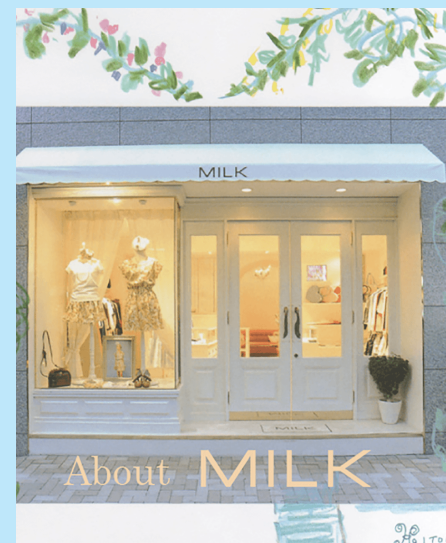
2012: página de segredos Lolita Behind the Bows é lançada no Livejournal

2013: Meltia, grupo musical Lolita, surgiu. Se dissolveu em 2016

2014: plataforma de vendas Lacemarket é inaugurada

2018: financiamento coletivo salva Victorian Maiden do fechamento

# 2020



2020: MILK completa 50 anos de funcionamento

2020: após dois anos de hiato, a loja de acessórios Swimmer é adquirida por uma rede de variedades japonesa

2020: Com a pandemia, começam a surgir os encontros virtuais

2021: Meeting Nacional Lolita do Brasil é adiado pela segunda vez com a continuidade da pandemia



# Personagens relevantes



**Briz Blossom, Embaixadora Kawaii do México**



**Manabu "Mana" Sato, modelo, guitarrista e designer da Moi Mème Moitié**



**Shoichi Aoki, fotógrafo e editor da revista Fruits**



**Misako Aoki, enfermeira, modelo e Embaixadora Kawaii do Japão**



# na Cena Lolita



**Novala Takemoto, ensaísta e autor do livro Shimotsuma Monogatari (Kamikaze Girls)**



**Kanon Wakeshima, cantora e musicista**



**Kaya, cantor e modelo**



**Asuka, designer da Angelic Pretty**



**A-Line:** formato de anágua que distribui o volume em saias e vestidos a partir da cintura.

**AaTP:** *Alice and The Pirates*, subdivisão Punk da Baby, the Stars Shine Bright

**AP:** *Angelic Pretty*, marca de alta-costura de Moda Lolita criada em 1979

**Baby/BTSSB/BSSB:** *Baby, the Stars Shine Bright*, marca de alta-costura Lolita

**BL:** *Body Line*, marca lançada em 2013. Muito apreciada por ter preços acessíveis.

**Bloomer:** short bufante usado por baixo da anágua para que a calcinha não apareça.

**Bonnet:** chapéu curvo com decoração em renda, amarrado no pescoço

**Burando:** pronúncia japonesa da palavra brand. Refere-se a qualquer marca de alta-costura Lolita.

**BTB:** *Behind the Bows*, famoso site de segredos de Lolitas hospedado no LiveJournal

**Brolita:** homem que se veste com as roupas da Moda Lolita

**CC:** abreviatura de *Closet Child*, famosa loja de roupas de segunda mão de Tóquio

**COF:** *Closet of Frills*, grupo de divulgação de visuais americano

**Concrit:** crítica construtiva

**Corset lacing:** tiras amarradas nas costas normalmente usadas para ajustar peças

**Cutsew:** camiseta de algodão ou malha adequada para um visual Lolita mais casual

**Daily:** *Daily Lolita/EGL*, grupo brasileiro para compartilhamento de visuais no Facebook

**EGL:** *Elegant Gothic Lolita*, termo colocado por Manabu Sato para definir as roupas que veste. Adotado por muitas Lolitas para falar do próprio estilo.

**EGA:** *Elegant Gothic Aristocrat*, outro termo criado por Mana para seus trajes

**G&LB:** *Gothic & Lolita Bible*, revista de Moda Lolita que circulou entre 2001 e 2017

**IW:** *Innocent World*, marca de Moda Lolita em atividade desde 1999

**JSK:** Jumperskirt, vestido com alças no lugar de mangas

**LJ:** *LiveJournal*, rede social criada em 2010 e popular entre as Lolitas da comunidade internacional.

**LM:** *Lace Market*, site específico para leilões de itens Lolita

**LP:** *Lucky Pack*. Pacote de compras onde o cliente precisa contar com a sorte na hora de abrir a caixa. Como é surpresa o que vem nela, pode ser boa e péssima.

**MmM:** *Moi-Même-Moitié*, marca Lolita fundada por Mana em 1999

**OP:** Onepiece, vestido com mangas curtas ou compridas

**OOTD:** *Outfit of the Day*, visual do dia

**SC:** *Sugary Carnival*, uma das estampas mais icônicas da Angelic Pretty

**Shirring:** elástico nas costas que ajuda no ajuste ao corpo

**Sissy:** homem com fetiche em aspectos da feminilidade. Visto com maus olhos pela maioria das comunidades Lolita.

**Twins:** duas pessoas usando uma mesma peça ou estampa em Lolita

**Valentine:** recado afetuoso deixado para outra Lolita, normalmente de forma anônima

**VM:** *Victorian Maiden*, uma marca Lolita lançada em 1999





As maiores comunidades Lolita  
no Brasil estão em São Paulo  
e Belo Horizonte. (Créditos:  
Renato Uchôa e Vitória Barros)







# Capítulo 2

## Lolitas em números



**D**e repente ela anda mais um pouco, o passo atrasado para o encontro com as amigas. Ela não tem carro, o Uber custa quase o preço da fatia de bolo com refrigerante que ela vai comer naquela doçaria aonde ela quase nunca vai. O grupo discutiu durante mais de meia hora tentando decidir o lugar do encontro, e a maioria escolheu justamente aquele lugar onde uma garrafa de água sem gás custa seis reais. Ela se deixou convencer pelo argumento de que o clima fica mais elegante pra usar Lolita. Provavelmente ela preferiria ir comer naquele lugar onde tem uma coroa de papelão de brinde, pra entupir a cara de refrigerante. Contudo, os encontros da comunidade Lolita eram ocasiões especiais. Então, ela desce a ladeira, o sapato apertando com a corrida e a anágua balançando com a força do vento. Naqueles instantes, o shopping parecia situado no fim do mundo, e não a quinhentos metros dali. Um gracejo vindo do estacionamento interrompe seus cálculos mentais sobre quanto poderia gastar naquela tarde sem dever ao banco digital roxo. 'Você é a única pessoa que eu conheço que se veste desse jeito aí', a pessoa aleatória grita. Ela, a Lolita, apenas sorri. Com a certeza de que ela não é a única”



## Contando a Vida Lolita

Uma das ferramentas mais utilizadas para tentar compreender o fenômeno da Moda Lolita no Brasil e o desenho das comunidades pelos estados foi a distribuição de questionários individuais, mais conhecidos como Censos. Embora tenham recebido nomes diferentes através dos anos, todos levavam ao mesmo fim: coletar informações sobre cada adepto do estilo, em caráter demográfico, como moradia, idade, orientação sexual e renda; ou questões mais pessoais, a exemplo de tempo e frequência de uso do estilo Lolita. Até hoje, três adeptas da Moda Lolita e uma antropóloga se lançaram na aventura de descobrir quem eram e o que pensavam os adeptos da estética: em 2011, a cientista da computação Carolina Helena Ambrosio Dias, a *Chadias*, fez o primeiro Censo Lolita em seu blog pessoal, o *Dias de Chá*; três anos depois, em 2014, a designer Tamires Torquato fez um mapa da moda no país para um trabalho da Universidade Federal do Crato; em 2017, a jornalista Amanda Dias fez a terceira edição do Censo Lolita no extinto blog *Killer Queen*. Em escala regional, a antropóloga Aline Rochedo fez uma pesquisa no Rio Grande do Sul para seu então trabalho de conclusão “*Eu me Sinto no Topo do Mundo Usando Moda Lolita*”.



É claro que precisamos reconhecer as escalas de uma comunidade de nicho, e não se deve assumir que os resultados obtidos nos Censos refletem de forma absoluta o retrato de uma comunidade local ou mesmo regional, uma vez que há Lolitas que não são participativas nas redes sociais e não respondem a formulários como os elaborados no *Google Docs*. Nos Censos realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o recenseador vai até cada casa e consegue ter um número exato de pessoas existentes em determinada região; seria ótimo poder ir até a casa de cada pessoa que usa Lolita, mas fazer tele-transporte ainda não é uma opção. As pesquisas anteriores foram realizadas num período em que as autoras também eram adeptas da Moda e usavam ativamente o estilo. Deste modo, a distribuição dos questionários era mais facilitada, por conta da oportunidade de fazer perguntas presencialmente aos próprios pares da cidade ou estado, através dos Meetings organizados periodicamente. Outra possibilidade era a proximidade das relações, ocasionada pela troca de endereços nas redes sociais durante os encontros. Ainda assim, as tentativas de “contar a vida Lolita” foram extremamente relevantes para mostrar a amplitude do fenômeno cultural e estético no Brasil desde os primeiros anos, bem como seus desdobramentos através do tempo.

## O Censo Número Um

*Chadias*, a Primeira dos Censos, foi a única a não relacionar sua pesquisa a um produto de Trabalho de Conclusão de Curso. Ela afirmou que o intuito do levantamento era “fazer com que a comunidade Lolita do Brasil se compreendesse melhor”. O Censo de *Chadias* teve três semanas de duração, entre 07 e 21 de julho de 2011, e foi hospedado no servidor *Polldaddy* (hoje *Survey.Fm*). A autora conseguiu um total de 125 respostas, e divulgou os resultados em dois locais: em seu blog “*Dias de Chá*” na plataforma *Blogger*, onde escrevia sobre seu dia-a-dia como Lolita em Maringá (PR), elaborava crônicas e dissertava sobre beleza, música, filmes, livros, e no canal do Forumeiros Moda Lolita Brasil, plataforma na qual a comunidade brasileira era mais ativa antes do advento do Facebook como rede social agregadora. Ainda sobre o meio virtual, *Chadias* pretendia ir além dos dados quantitativos e demográficos fazendo uma série de levantamentos mais específicos, como “*Comunidade Lolita Brasileira e Internet*”, para entender os hábitos das Lolitas na Web, mas o projeto não saiu do papel.

Em 2011, ficou conhecido um termo que hoje é tratado com desdém por uma parcela da comunidade: o “*Lolita at Heart*”, ou “*Lolita de Coração*”. Essa expressão era utilizada por quem se considerava uma Lolita simplesmente por amar o estilo, mesmo que não possuísse nem mesmo um laço de cabeça; acontecia principalmente quando a pessoa não tinha condições financeiras suficientes para manter minimamente

um guarda-roupa, ou era jovem demais para que os pais consentissem na escolha de um estilo diferente. Para *Chadias*, esse conceito foi um ponto problemático ao apurar os dados do Censo, uma vez que para ser uma Lolita de fato, é preciso usar as roupas, ainda que não no modo *Lifestyle*, impensável para uma parcela considerável da comunidade até então. Seis pessoas que responderam ao formulário nunca tinham usado um visual Lolita, e ela precisou eliminar este tipo de perfil no momento de refinamento dos resultados. Vinte e uma respostas ficaram incompletas e foram igualmente descartadas.

## O Censo Perdido

Há um padrão bastante curioso entre os Censos Lolita: as quatro edições de abrangência nacional têm entre si um intervalo de três anos (2011, 2014, 2017 e o nosso, de 2020). Depois da iniciativa de *Chadias*, tentou-se um segundo estudo em junho de 2014: a pesquisa “*Moda Lolita e Sociedade*” foi capitaneada por Tamires Torquato, à época estudante de Design de Produto pela Universidade Federal do Crato e ainda ativa na cena Lolita do Ceará. Ela usou o estilo por aproximadamente cinco anos, e mantinha o já extinto blog *Entre Rendas e Unicórnios*, com o mesmo intuito de narrar a vida em Lolita que *Chadias* teve. Tamires divulgou o formulário exclusivamente no grupo do Facebook Moda Lolita Brasil, com a queda do uso da plataforma *Forumeiros*. Como o público Lolita ainda estava se adaptando à rede social, o formulário angariou apenas cinquenta respostas individuais. Tal como visto no Censo de *Chadias*, o foco deste levantamento foi para as questões demográficas (especificamente idade, residência, sexo, orientação sexual e renda), frequência de uso e subestilo favorito.

Todavia, não é mais possível ter acesso aos resultados desta pesquisa, por conta da extinção do blog de Tamires. Tentamos acessá-lo pela réplica recebida via e-mail após a apuração da resposta e aviso de divulgação, sem sucesso. O que foi uma pena, visto que o Nordeste sempre teve comunidades bastante expressivas da Moda Lolita, a exemplo do Ceará, Pernambuco e Bahia.

## O Censo Made in São Paulo

Já em 2017, a agora jornalista Amanda Alves também se lançou a fazer um Censo Lolita. Ela continua ativa na comunidade de São Paulo e trabalha junto com a amiga Annah Hel no ateliê que leva o nome dela, produzindo anáguas e vestuário autoral Lolita. Alves usou o questionário elaborado por *Chadias* como uma referência para o dela, e também usou o mesmo método de comentar as respostas na postagem de

divulgação, não se furtando a fazer uma análise mais detalhada. Deste modo, o Censo Lolita 2017 teve nove perguntas, quase todas de resposta única; apenas a questão sobre subestilos favoritos permitiu múltipla escolha. Houve um grande salto em relação ao número de participantes: se em 2011 o censo de *Chadias* recebeu 125 respostas, Alves recebeu 274 em seu levantamento, excetuando erros e respostas incompletas encontradas durante a apuração. Contudo, é preciso demarcar uma característica importante que difere os dois Censos.

*Chadias* residia numa cidade do interior do Paraná, onde não havia muitos encontros de Lolitas; era preciso viajar para outras cidades se o desejo fosse de conhecer outros adeptos da moda, então a Internet era o meio principal para se conseguir respostas. Amanda mora na capital paulista, onde *Meetings* são realizados ao menos uma vez por semana, tornando mais fácil pedir para que as pessoas contribuíssem com esta edição do Censo. Os resultados vieram ao conhecimento do público no dia 28 de janeiro de 2017. Amy trouxe um diferencial em seu levantamento: a participação em *meetings*. O questionamento é pertinente porque um dos aspectos mais cruciais da experiência Lolita é justamente a possibilidade de partilha de histórias, dúvidas, sentimentos e vivências com pessoas integrantes da cena; dificilmente se poderia conversar sobre anáguas com alguém de fora do estilo com o mesmo entusiasmo.

## **O Censo do Século 21**

Depois de aproximadamente duas décadas desde as primeiras manifestações da Moda Lolita no Brasil, também quisemos mergulhar neste universo para compreender quem são e onde estão as pessoas que usam o estilo. Os questionamentos vieram com ainda mais força quando vimos diversas postagens de “*leaving Lolita*” nos grupos de vendas do Facebook: pessoas vendendo seus acervos da moda, em alguns casos por preços simbólicos, pelas mais diversas razões. Será que houve uma mudança significativa no número de entusiastas da Moda Lolita? Assim, aproveitamos o ano de 2020 para distribuir a quarta edição do Censo, levando cerca de seis meses – de janeiro até meados de julho - para tentar receber o maior número de respostas possível. A repercussão e os resultados nos surpreenderam: recebemos um total de 302 retornos, o maior índice entre todos os levantamentos já feitos sobre o tema. O contingente se faz ainda mais expressivo por conta do número de perguntas, que tornaram esta edição mais extensa do que quaisquer um dos outros Censos. Agora, vamos conversar sobre os pontos de maior interesse que observamos na temporada 2020.



## Amor que permanece

Toda pessoa que gosta muito da Moda Lolita e quer se arriscar a usar ouve uma série de argumentos em contrário, especialmente por parte dos pais. Um deles é de que o estilo emularia a chamada *Síndrome de Peter Pan*, ou seja, o indivíduo se recusa a crescer. Ou, que já se passou da idade para usar vestidos de mangas bufantes ou saias com crinolina por baixo, acompanhadas de sapatos de lacinhos. Entretanto, este foi um dos dados que mais nos surpreenderam no Censo Lolita 2020: nada menos do que 34,8% do público declarou ter entre 25 e 29 anos; a segunda faixa de idade com maior presença na moda é de 20 a 24 anos, com 28,8%. Para efeitos de comparação, o primeiro Censo feito por *Chadias* apontou que 50% dos participantes estavam na faixa etária dos 16 aos 19 anos. Na edição atual, apenas 1,3% tem 14 anos ou menos.

Isso refuta o argumento que os adeptos da Moda Lolita consideram mais inconvenientes de se ouvir: que o hobby é voltado para crianças, por conta da aparência das indumentárias. A grande questão é que para ter acesso ao estilo é preciso ter ao menos uma forma de ganhar o próprio dinheiro, mesmo que de forma informal. Quando os pais escolhem as roupas e pagam por elas, dificilmente vão optar por itens difíceis de lavar que podem pagar por dois botijões de gás, por exemplo, ainda que isso seja a felicidade e escolha da cria. Por outro lado, há uma tendência significativa de Lolitas com 35 anos ou mais (6,3%), que descobrem o estilo através das filhas. O que nos leva para duas linhas de pensamento: a comunidade “envelheceu” ou a estreia na vida Lolita tem começado um pouco mais tarde? Acreditamos que sejam as duas coisas. A Moda Lolita exige um tanto de pesquisa e dedicação; ambas as coisas levam tempo.

## Paulistada em peso

Sozinho, o Sudeste consegue concentrar mais de 60% dos adeptos da Moda Lolita. É um aspecto que continua igual em todas as edições de Censo, com São Paulo reunindo 40,4% da comunidade brasileira, seguido por Minas Gerais (11,6%) e pelo Rio de Janeiro (10,6%). O resultado pode ser explicado por um conjunto de variáveis. A presença do bairro da Liberdade em São Paulo, grande polo da cultura japonesa no país, faz com que a comunidade local tenha mais contato com as manifestações e eventos; os ateliês nacionais de maior destaque também são do estado paulista, eventualmente organizando salas temáticas de Moda Lolita ou *Kawaii* em festivais de cultura pop e *nerd*. Com o maior poder aquisitivo de uma parcela do público paulistano, os eventos costumam acontecer em maior diversidade e reunindo mais público do que em outras grandes capitais, como Fortaleza e Belém, que possuem festivais de anime de peso como o *SANA*

e o *Animazon*. São Paulo é o único estado do Brasil a possuir mais de um grupo no *Facebook* para reunir fãs da Moda Lolita; e as comunidades costumam organizar *Meetings* com mais frequência do que qualquer outra. Enquanto uma cidade do Nordeste costuma fazer as reuniões de adeptos da Moda Lolita de dois em dois meses, as paulistas conseguem se encontrar mensalmente na maioria dos casos.

## Começando entre “iguais”

Embora a comunidade Lolita brasileira seja bastante diversa e uma parcela dos adeptos tenha outros gostos que passem bem longe de elementos mais hegemônicos da cultura popular japonesa, como animes e mangás, os eventos do gênero foram decisivos para estabelecer um primeiro contato com a Moda Lolita. Metade dos participantes do Censo disse ter conhecido o estilo através da participação nos festivais, que reúnem diversos tipos de participantes: fotógrafos e amantes da arte do *cosplay*, adolescentes fãs de *animes*, e até mesmo pessoas que não necessariamente gostam das atrações exibidas, mas apreciam a culinária japonesa e aproveitam a oportunidade para experimentar coisas novas. Com a inserção das salas temáticas sobre Moda Lolita e eventuais palestras comandadas por adeptas a convite da organização, os eventos de anime se tornam uma excelente oportunidade para a difusão da estética entre quem nunca nem ouviu falar a respeito.

E também se convertem no ambiente ideal para quem quer começar, mas ainda não ganhou a confiança necessária para sair sozinha pelas ruas usando o estilo. Preferir se vestir pela primeira vez como Lolita nesta ocasião é perfeitamente natural e legítimo, porque espaços do gênero reúnem pessoas que partilham de uma paixão comum. Em sua maioria, os participantes presentes nas convenções de fãs, festivais de cultura pop e eventos de anime se dividem em duas categorias: os *cosplayers*, que se vestem como o personagem que gostam; e os *otakus*, que acompanham fielmente os produtos da cultura popular japonesa, sobretudo as animações e histórias em quadrinhos (*animes* e *mangás*, respectivamente). Por conta da singularidade de seus gostos, tanto compreendem o que é ter um hobby diferente e se dedicam a ele da mesma forma que as Lolitas, enfrentando as mesmas objeções e preconceitos por parte do “mundo de fora”. Assim, nestes ambientes, a experiência Lolita inicial se torna mais confortável para a novata; há quem prefira usar a subcultura apenas nos eventos de anime, pelas mais variadas razões. Este tipo de comportamento encontra resistência por parte do público mais estrito, que vê a “Lolita de evento” como alguém que não foi corajoso o bastante para assumir o estilo em outros lugares que não um festival temático.

## Quanto dá, e quando pode

Algumas das maiores preocupações de quem conhece a Moda Lolita e se apaixona por sua estética são a impossibilidade de fazer investimentos constantes em roupas e acessórios, ou de usar os visuais com mais frequência. Para quem ainda está com essas indagações na cabeça, há uma boa notícia: não é preciso despender uma quantia muito alta no *hobby*... Porque esta não é a realidade para muitas das pessoas que responderam ao Censo Lolita 2020. Quase 60% dos entrevistados disseram investir até R\$ 100 mensais na moda, contra apenas 6% que gastam acima dos R\$ 500 religiosamente todos os meses. Sabemos que um visual completo de Moda Lolita pode ultrapassar facilmente a casa dos R\$ 1000, especialmente se a pessoa for muito fã das *burandos*, então podemos tirar duas conclusões sobre o jeito brasileiro de se investir no estilo: ou a verba para o *hobby* é destinada a itens de baixo valor, mas com compras constantes, ou se faz uma transação envolvendo peças mais caras a prazo, para serem usadas em ocasiões especiais.

E já que estamos falando de ocasiões, trazemos outra boa nova. Muito provavelmente a grande maioria das Lolitas pelo Brasil sonhou com a vida perfeita no estilo, mesmo que apenas por uma vez: um quarto em tons suaves, com um armário cheio de vestidos e itens maravilhosos, usando as peças pelo máximo de tempo possível; novatas costumam perguntar se há alguma forma de usar a Moda Lolita no ambiente de trabalho, ou de fazer qualquer coisa para deixar o dia-a-dia com um pouco mais de rendas e babados. Porém, essa imagem está muito mais para uma galeria salvável no *Pinterest* como uma referência do que para o “mundo real”. Este cenário, denominado como *Lolita Lifestyle*, e visto como um “sonho” por uma parcela da comunidade, ainda não é uma realidade no Brasil: menos de 1% relatou usar a moda durante todos os dias da semana. Podemos inferir que a maioria do público vê a Moda Lolita exatamente pelo que é. Um *hobby* que traz mais encantamento para a vida, ainda que isso aconteça mensalmente ou por algumas vezes no ano, frequência de uso declarada por 55,3% dos participantes.



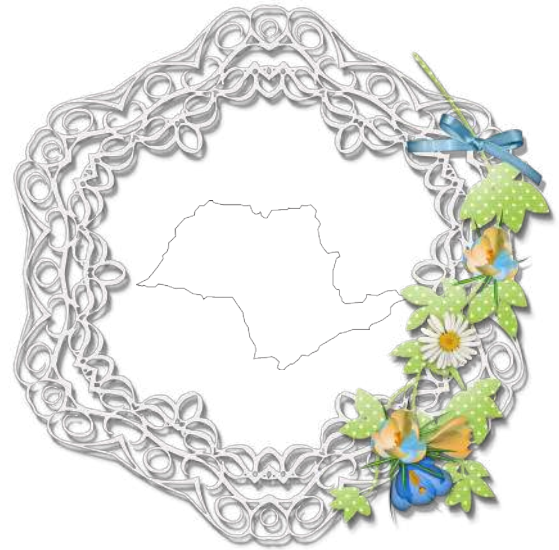


# Destques do Censo Lolita 2020

302 respostas | Janeiro a julho de 2020



**Maior faixa etária é de 25 a 29 anos (35%)**



**De cada dez adeptos, quatro são de São Paulo (40%)**



**Renda média é entre dois a cinco salários (44%)**



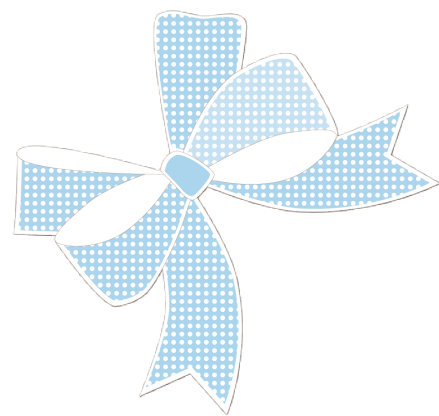
**85% paga pelas próprias roupas Lolita**



## Eventos de anime

apresentaram a Moda Lolita para  
55% do público

40% dos entrevistados  
começaram a usar Lolita depois de 2015



R\$ 100

é o valor médio de investimento mensal  
em artigos de Moda Lolita



## Habilidades com costura

65% fazem as próprias roupas

## O valor da amizade

73% dos entrevistados levaram  
amizades da Moda Lolita para a vida



## Potencial rendado

97% acredita que a Moda Lolita  
empodera quem usa

## Sentimento motivador

80% dos participantes usam Lolita  
por gostar de como se sentem nas roupas







**Lolita durante um evento.  
(Créditos: Tamires Cristina)**



# Capítulo 3

## Botando Anágua na Rua





Ela finalmente chegou, depois de dois ônibus e pelo menos duas horas de viagem. O laço de cabeça muito provavelmente já saiu do lugar e ela precisa verificar se a meia-calça foi arranhada por algum pedaço do filó da anágua que ela costurou às pressas para o encontro: o seu melhor saio não havia secado a tempo, depois de engomá-lo com a velha e boa mistura de maisena. A chuva quase a pegou no meio do caminho, ela deu sorte de ter parado por algum tempo sob a marquise de um supermercado, onde ela ouviu toda a sorte de comentários. As crianças mais animadas abraçavam sua cintura apertadamente; as mais tímidas puxavam a saia da sua mãe, apontavam para ela e comentavam: 'Olha, uma princesa! Posso tirar foto com ela?'. Ao largo, o homem que empurrava os carrinhos pela rampa para o andar superior olhava estranho, como se ela tivesse sido arrancada de alguma pintura que ele viu na sala do dentista. Enquanto a vida acontecia ao seu redor, funcionários reclamando do chefe que atrasou de novo o 'faz-me-rir', mulheres comentando sobre como a loja de departamento holandesa com o slogan 'Muito eu' só tinha roupa feia naquele shopping, ela sorria, plena como nunca em seu cotidiano, marchando rumo à maior mesa da doçaria, onde todos a esperavam, como a Maria Antonieta dos dias atuais que ela sentia que era”



## Primeiros contatos

Enquanto a Moda Lolita no outro lado do mundo já estava acontecendo a todo vapor, com mudanças drásticas na silhueta das vestimentas e acessórios usados no cabelo, as primeiras manifestações do estilo no Brasil ainda estavam longe de acontecer. Embora as animações japonesas já tenham um histórico consolidado desde os anos 1960, grande parte dos adeptos cresceu na década de 1990 e tem em sua memória afetiva desenhos como *Saint Seiya (Cavaleiros do Zodíaco, no Brasil)*, *Sailor Moon*, *Yu Yu Hakusho*, *Dragon Ball* e *Doraemon: O Gato do Futuro*. Estas atrações eram importadas pelas emissoras de TV, sobretudo pela extinta Rede Manchete, como uma espécie de “tapa-buraco”, para preencher as lacunas da grade de programação, assim como o seriado *Chaves* é sempre um trunfo para alavancar a audiência do SBT, garantindo momentos de alegria e nostalgia para aqueles que são fãs da comédia pastelão do programa idealizado por Roberto Bolaños.



Os arquétipos também podem ser notados na concepção dos animes e mangás, que são classificados por gêneros como o *Nekketsu*, que tem as lutas e a valorização da amizade como foco principal, a exemplo dos *Cavaleiros do Zodíaco*, e o *Magical Girl*, contando a história de alguma personagem com poderes mágicos. Outra classificação é a demográfica, menos utilizada atualmente por causa da liberdade artística que traz mais complexidade para as produções, sem encaixá-las num único nicho. As obras voltadas para as garotas adolescentes são os *shoujo* (literalmente “pequena garota”, em japonês), que apesar de terem uma grande diversidade temática colocam um foco bastante expressivo nos relacionamentos românticos. Na maioria dos produtos do gênero, as moças são retratadas como dóceis, gentis, adoráveis e idealistas, com roupas bem elaboradas na linha *kawaii*. No caso específico da Moda Lolita, uma obra ajudou de forma significativa na popularidade da estética: o mangá *Rozen Maiden*, publicado originalmente em 2002. Criado pelo grupo *PEACH-PIT*, o mangá acompanha um rapaz que se isola de forma extrema em sua casa e encontra uma coleção de bonecas vivas. As roupas das personagens se aproximam bastante da estética Lolita, com saias armadas, camisas com rendas nos punhos e pescoço e laços como acessórios de cabeça. No ano seguinte, foi lançado o mangá *Death Note*, que conta a descoberta de um ‘caderno mortal’: quem tem seu nome escrito nele acaba por morrer de algum modo. A personagem *Misa Amane*, com seus vestidos de babados, acabou sendo reconhecida por despertar a curiosidade a respeito da Moda Lolita, embora seus visuais não se encaixem na silhueta do estilo por conta do decote e do comprimento das saias.

A ABRADEMI (Associação Brasileira de Desenhistas de Mangá e Ilustrações), criada em 1984, passou a fazer sessões de exibição de animes, concursos de desenho e palestras com convidados japoneses; pode-se considerar que nasceu daí a inspiração para os primeiros festivais de cultura pop oriental. O ambiente desses encontros, mais parecido com uma reunião de amigos, tornou possível a coexistência de diferentes arquétipos em torno de um gosto em comum, provocando interações espontâneas. Deste modo, os eventos voltados à cultura popular oriental continuam sendo determinantes por seu potencial de construir a sensação de pertencimento a um grupo. O primeiro evento de anime propriamente dito foi o Animecon, cuja primeira edição ocorreu em 1999, na cidade de Belo Horizonte (MG), oferecendo uma experiência semelhante aos festivais de mangá feitos pela ABRADEMI. Seu diferencial consistiu no acréscimo dos desfiles de cosplay, concursos de karaokê e estandes de venda de produtos especializados no universo dos animes. Foi desbancado pelo Anime Friends, realizado desde 2003 em São Paulo e considerado o maior evento do setor na América Latina. Hoje, são poucas as cidades do Brasil que não possuem um evento voltado para fãs de *animes* e *mangás*; em caso de ausência, há a alternativa de mobilizar caravanas para alugar um veículo e ir até a cidade mais próxima.

## Pontos de partida

Para as primeiras Lolitas, este tipo de evento se tornou a oportunidade perfeita para se arriscarem a usar a indumentária fora de casa pela primeira vez. Isso acontece por uma série de condições. No capítulo anterior, vimos que a maior parte da comunidade Lolita nacional está concentrada na região Sudeste do Brasil. Deste modo, é possível constatar a existência de cidades sem a presença de um grupo de adeptos da moda, especialmente no interior. Como a realização de festivais de cultura popular japonesa já não é mais exclusividade das capitais, a Lolita que se sente solitária encontra aí uma oportunidade de circular num ambiente onde a probabilidade de ser alvo de curiosidade é maior do que a de ser exposta ao ridículo por estar vestida de uma forma diferente. Além disso, este ambiente aumenta as chances de encontrar outras Lolitas pelo caminho, que estão lá por gostar das atrações oferecidas ou simplesmente para ver os amigos que não encontram há algum tempo. Assim, os festivais acabam promovendo a aproximação e a troca de experiências entre adeptas que até então não se conheciam, ou mantinham laços meramente virtuais. Por último, mas não menos importante, a presença das salas temáticas organizadas pelas comunidades locais, dos estandes de ateliês autorais e das palestras sobre o universo *kawaii* integrando a grade dos eventos pode ser um fator determinante para alguém que jamais ouviu falar de Moda Lolita querer saber mais ou até mesmo se aventurar a começar no estilo. Sem esta porta de entrada, as chances da pessoa passar anos sem saber da existência desta subcultura seriam bem altas, o que encontra respaldo na parcela de público que frequenta as convenções de cultura oriental apenas para acompanhar filhos ou parentes, desconhecendo totalmente a temática.

## “Tenha orgulho”

Em 2004, estreava o filme de comédia *Kamikaze Girls* (original japonês: *Shimotsuma Monogatari*), uma adaptação do livro homônimo do escritor e designer de moda Novala Takemoto, considerado um dos maiores entusiastas da Moda Lolita por sua admiração pela Era Rococó e por fazer referências constantes à marca de alta-costura *Baby, The Stars Shine Bright* em seus ensaios. Um dos mais conhecidos é “Regras para Ser uma Lolita”, no qual ele provoca a leitora a pensar sobre as razões que a fazem querer usar o estilo. Foi dele que saiu a citação “*Costure babados nas bordas do seu coração, coloque uma tiara no topo da sua alma. Tenha orgulho*”, usada por muitas Lolitas para definir o sentimento ao vestir as roupas. O enredo de *Kamikaze Girls* conta a insólita amizade entre duas garotas de estilos completamente opostos: a motoqueira Ichigo, membro da gangue *Lady’s*, representada por Anna Tsuchiya, e a Lolita Momoko, vivida pela atriz

Kyoko Fukada. A película só chegou à América em 2006, sendo transmitida nos Estados Unidos; no Brasil, as fãs da cultura pop oriental puderam assisti-la pela internet, através de sites de distribuição de animes e das novelas doramas mantidos também por fãs.

*Momoko* era uma grande fã do estilo rococó do século XVIII e fazia de conta que vivia numa cidade da França, usando a moda como um escape da vida monótona que levava. Os visuais que Kyoko usa no filme mostram muito ao primeiro momento de mudança da estética da Moda Lolita: os vestidos passaram a ter anáguas por baixo da saia, a sombrinha conhecida como parasol começou a ser utilizada e o sapato *Mary Jane*, com bico redondo e tira no peito, deu lugar ao *Tea Party Shoe*, com o acréscimo de laços nas tiras e no peito do pé. O estilo de *Momoko* é conhecido até hoje como *Old School*, dada a sua importância histórica para a Moda Lolita, e adotado por quem gosta de um visual mais “limpo”. A película só chegou à América em 2006, sendo transmitida nos Estados Unidos; no Brasil, as fãs de filmes japoneses puderam assisti-la pela internet, através de sites de distribuição de animes e doramas (nome dado para as novelas do Japão) mantidos por outros fãs da cultura pop oriental. *Kamikaze Girls* pode ser considerado uma grande virada na solidificação da cena Lolita no Brasil: O modo de vida de *Momoko*, completamente baseado na



A amizade de Momoko e Ichigo  
(Reprodução/Pinterest)





O estilo oldschool de Momoko: pouco volume, peças lisas e o headdress, acessório largo de cabelo. (Reprodução/Pinterest)

cultura *kawaii*, provocou o desejo de conhecer a Moda Lolita mais a fundo, fazendo com que mais garotas começassem a usar o estilo.

## A Difusão

A chegada da rede social *Orkut*, criada em 2004 pelo engenheiro de software turco Orkut Büyükkökten, ajudou a aproximar mais as adeptas do Lolita e trazer novas integrantes para a cena. Lolitas que já tinham alguma experiência no estilo faziam a moderação das comunidades oficiais dedicadas ao tema: *Moda Lolita ~ Brasil*, onde eram discutidos temas gerais que abrangiam a estética Lolita; *Lolita Sales ~ Brasil*, que servia como espaço de trocas e vendas de itens novos e semi-novos; *Handmade Lolita*, ponto de encontro para as garotas com habilidade para costura dos próprios vestidos; *Madrinhas Lolita*, lugar para novatas e aspirantes no estilo encontrarem veteranas para receber conselhos e apoio na montagem dos visuais; *Lolita Secrets*, uma espécie de “muro das lamentações” para desabaços anônimos sobre o cotidiano do hobby; *Lolita Valentines*, espaço para demonstrar afeto e admiração por outra lolita, e *Tretas Lolita*, onde circulavam as fofocas e desentendimentos que aconteciam na cena brasileira. Com a diversidade de grupos da plataforma, foi possível o estabelecimento de relações entre adeptas de todo o Brasil, que também conversavam sobre temas alheios ao estilo, criando amizades que transcendiam os aspectos da moda. O *Orkut* cumpriu um papel de relevância especialmente para aqueles que se sentiam como os únicos adeptos em suas cidades, encontrando pessoas com os mesmos gostos e facilitando os encontros presenciais entre as comunidades.

Em parceria com a comunidade *Moda Lolita ~ Brasil*, abriu-se em junho de 2010 um fórum hospedado no servidor Forumeiros, moderado por *Kazi* (nome fictício). Ela definiu o ambiente como uma forma de melhorar a distribuição de informações sobre o estilo Lolita no Brasil e promover uma maior interação entre os fãs e adeptos do estilo. Para participar das discussões, era necessário fazer uma breve apresentação sobre a relação com o estilo e seus objetivos ao entrar no fórum. Diferentemente das comunidades existentes no *Orkut*, o fórum abria um espaço para outros estilos originalmente japoneses, como o *Mori Girl*, levemente inspirado no vestuário hippie dos anos 1960, e o *Pastel Goth*, que mistura acessórios da cultura gótica com vestimentas em tons pastéis. Os homens também participavam do fórum de forma ativa, discutindo sobre o visual *Dandy*, cuja matriz histórica vem da Inglaterra na década de 1830, e o estilo *Ouji*, que busca inspiração nas vestimentas dos meninos da Era Vitoriana e pode ser usado por ambos os sexos. A palavra *Ouji* é a tradução literal para príncipe, no idioma japonês. Com a popularização do *Facebook*, o Fórum Moda Lolita teve uma queda gradativa em seu movimento a partir de 2012, e entrou em hiato no ano seguinte.

O conteúdo original foi trazido por Kazi e outras participantes da página. Atualmente, o grupo Moda Lolita Brasil é moderado por Katja Aileen, dona do brechó virtual *O Baú do Sótão*. Com o tempo, outros grupos e plataformas digitais foram surgindo, ampliando a quantidade e qualidade de informação disponível sobre a Moda Lolita.

## Os Encontros

Os *Meetings* entram como um dos pontos altos da vida de alguém que usa Moda Lolita. Depois de tempos dedicados ao estudo da estética e testes de visuais, é chegado o momento para sair e encontrar outras pessoas que partilhem da mesma paixão. A presença em *meetings* não é obrigatória e tampouco determina se uma pessoa é “suficientemente Lolita”. Ainda assim, comparecer a uma reunião da comunidade local pode ser bastante interessante para a experiência no estilo. O encontro se torna um acontecimento por conta de toda a logística que o envolve: debater onde será realizado, verificando as possibilidades financeiras e de localização, marcar uma data na qual todos ou ao menos a maioria possa estar presente, decidir se haverá ou não um tema para nortear os visuais que serão usados pelos participantes, pensar se a presença de pessoas que não usam a Moda Lolita será permitida, dentre outros fatores. Os objetivos principais dos *meetings* são o fortalecimento dos vínculos dentro da comunidade local, a apresentação e acolhimento de novos adeptos e a partilha de informações e experiências na moda. Também podem ser realizados para receber Lolitas que estão de passagem pela cidade, combinar os preparativos para salas temáticas e proporcionar a interação entre produtoras de conteúdo Lolita e seus seguidores.

Mesmo os encontros em eventos de anime demandam decisões parecidas, como um ponto fixo para facilitar o reconhecimento da turma, um local de concentração para passar o tempo, e o horário em que todos deverão estar juntos. Os encontros são combinados majoritariamente por meio das redes sociais e aplicativos de mensagens, a exemplo do *Facebook* e *WhatsApp*, e divulgados para o público do mesmo modo. Há ainda os encontros particulares, cujo número de participantes é mais limitado e deve-se confirmar a presença previamente por meio de mensagem privada. Este tipo de *meeting*, embora não seja proibido por fatores como a limitação do espaço onde a reunião será realizada, pode causar discórdia na comunidade, caso o caráter restrito não seja definido de imediato; para algumas pessoas, isso pode soar como “elitismo”, sobretudo quando não há divulgação do encontro e os participantes presentes na ocasião são sempre os mesmos. Neste caso, é melhor que a divulgação e os convites sejam feitos de forma nominal, evitando desconforto e falhas na comunicação.



## Bastidores

O número de encontros realizados dentro de um período pode variar muito, de acordo com o perfil da comunidade de cada estado. Grupos regionais já consolidados, como os situados nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, organizam encontros com maior frequência; se considerarmos apenas a capital paulista, os meetings acontecem de forma quase mensal, levando em conta também os agrupamentos que acontecem nos eventos de anime, quando pessoas que não conhecem a comunidade local conseguem encontrar mais adeptos pelas redondezas. São Paulo costuma realizar periodicamente o *Bazar J-Fashion*, que serve como ponto de venda e troca de itens relacionados à Moda Lolita: nestas oportunidades, adeptos podem concretizar negociações que começaram nas redes sociais, e divulgar a venda de produtos autorais. Em paralelo, algumas cidades possuem apenas uma Lolita, que nem sempre está disposta a misturar-se aos participantes dos eventos de anime, por não se sentir suficientemente à vontade por conta da ausência de outras adeptas com quem possa partilhar impressões e experiências sobre a Moda Lolita. Quando alguém mora longe dos grandes centros urbanos, há a possibilidade de viajar para participar dos *meetings*. Mas fazer este tipo de deslocamento pode custar caro, com as passagens ou gasolina, e há também toda uma logística envolvendo as roupas, que podem amassar ou murchar com o aperto da mala. Com isto, as Lolitas que se encaixam neste perfil acabam por usar as roupas dentro da própria casa.

Não existe uma 'receita de bolo' para definir como um *meeting* acontece; entretanto, quem se aventura a organizar um por conta própria precisa do mesmo planejamento que teria para escolher as roupas que vai vestir. O primeiro aspecto a ser observado é o horário: não muito cedo, para dar a todos que pretendem comparecer um espaço de tempo suficiente para se arrumarem, o que pode levar entre uma e duas horas, envolvendo maquiagem, e ocasionalmente estilização de perucas; mas não muito tarde, para não deixar quem depende do transporte público em uma situação difícil para o retorno ao lar. Assim, o período da tarde acaba sendo o mais razoável para o grupo. A maioria dos *meetings* acontece aos domingos, a fim de não excluir quem trabalha de segunda-feira a sábado. O segundo é o lugar, que deve ser acessível para quem não possui veículo próprio e confortável o bastante para se andar com sapatos fechados durante pelo menos três horas, tempo de duração médio de um *meeting* convencional. A estética é um ponto extremamente levado em conta na hora da decisão pelo local da reunião, de forma que as doçarias e cafés acabam ganhando a preferência das Lolitas. Estes ambientes costumam ter uma decoração mais suntuosa e clássica, que contribui no processo de imersão no 'ser Lolita'. Adeptos recorrem às redes sociais e ao guia de entretenimento local para encontrar lugares cuja ambientação tenha algo relacionado com uma

‘casa de bonecas’ ou um ‘palácio vitoriano’, a fim de priorizá-lo no momento de escolha. Toda a mecânica na organização de um *meeting* é engendrada na busca por uma vivência completa, longe da monotonia habitual do cotidiano.

## Todo lugar é lugar

Nem só de cafés e doçarias, com salões que lembrariam vagamente o local onde Maria Antonieta supostamente disse aos seus súditos que comessem brioques ao invés de pão, são feitos os encontros de uma comunidade Lolita no Brasil. É importante ter em mente que estabelecimentos do gênero não estão presentes em todas as cidades. E, mais notadamente, que os orçamentos mensais sejam diferentes entre os adeptos. Ainda que os *meetings* ocorram de forma esporádica, a consumação nos locais preferidos entre os adeptos da Moda Lolita para as reuniões pode não ser acessível para uma parcela dos grupos. Em Salvador, uma fatia de torta numa doçaria conhecida e premiada, cuja ambientação é feita com sofás floridos, móveis retro, lustres enfeitados e esculturas da Torre Eiffel, custa quase R\$ 20; some-se uma bebida e o valor pode chegar a R\$ 50. Embora o preço cobrado pela doçaria se dê pela mesma motivação que leva as pessoas a se tornarem adeptas da Moda Lolita – a experiência como um todo, de estar em Paris ao lado do rio Sena tomando um café – um percentual do grupo poderá se sentir excluído por não poder pagar uma oncinha num lanche. Assim, para manter a interação e a troca de experiências, há outras formas de se realizar *meetings*. Os piqueniques em parques públicos são muito populares, pela possibilidade de se preparar os próprios lanches ou comprar guloseimas e bebidas na padaria mais próxima. Combinar com alguém que tenha um espaço livre em sua casa para realizar os encontros também se torna uma solução para muitas comunidades, assim como os salões de festa de apartamentos.

A esta altura, fica o questionamento: “Mas é preciso de uma comunidade para usar a Moda Lolita?”. Embora concordemos que usar o estilo em conjunto seja ainda mais interessante em termos de partilha de experiências, não quer dizer que a pessoa que está ‘sozinha na cidade’ deva deixar de lado o desejo de botar sua anágua na rua: até mesmo porque tem quem prefira não se ligar ao grupo local, por razões que explicaremos depois. Um dos maiores mitos sobre a Moda Lolita é sobre a suposta existência de um lugar ‘certo’ para se vestir. Se a adepta sentir vontade de usar a indumentária, deve fazê-lo e ir aonde melhor lhe aprouver. As Lolitas ‘solitárias’ tendem a escolher lugares que acreditam combinar melhor com a experiência de usar o estilo; além dos cafés e doçarias citados, costumam frequentar cinemas de arte, teatros, parques e museus, onde poderão se sentir como se estivessem numa realidade diferente. Se não há festivais de cultura oriental para participar, vão a exposições e feiras com algum tema que as interesse, como flores, objetos

antigos ou livros. Estas atividades são realizadas de forma individual, ou na companhia de alguma pessoa que não use o estilo, mas entenda e respeite a sua estética. Ela se tornará responsável por fotografá-la e fazê-la se sentir mais confortável ao caminhar pelas ruas.

## Os famosos questionamentos

Como qualquer estilo alternativo que se sobressai da habitual dupla jeans e camiseta, principalmente por sua conotação histórica, é praticamente inevitável que as pessoas adeptas da Moda Lolita sejam alvo de curiosidade por onde passem, gerando os mais diversos tipos de indagações por parte dos transeuntes. Durante a nossa pesquisa para o Censo Lolita, percebemos que o início de uso da moda se tornou levemente mais tardio. Além de uma fonte de renda própria para arcar com o necessário investimento no guarda-roupa Lolita, é igualmente essencial o jogo de cintura para lidar com as perguntas que costumam aparecer, e consequentemente com as críticas que virão. Por exemplo: para uma adolescente, a aprovação das pessoas ao seu redor costuma ser mais importante do que aos olhos de uma pessoa na faixa dos 25 anos; desta maneira, ela se tornaria mais suscetível a abandonar a Moda Lolita pela pressão dos pais, que desaprovavam a compra de uma bolsa de quinhentos reais, ou dos amigos que não conhecem o estilo, dizendo que ninguém irá querer ‘ficar’ ao lado delas. Sabemos que a insegurança aparece em públicos de todas as idades, então é possível inferir que aquele que faz uso da Moda Lolita precisa ser firme em suas convicções para lidar melhor com as objeções.

Nos eventos de *anime*, uma das perguntas mais feitas é se a roupa usada por uma Lolita é um *cosplay*; outra variante é a respeito de estar usando um figurino de teatro. Apesar do desconforto, que leva muitos adeptos a evitarem este tipo de local para não lidar com a situação, é igualmente legítima a dúvida de quem nunca ouviu falar sobre o tema. Para a pessoa que está fazendo a pergunta, é simplesmente impensável que alguém acorde cedo para vestir três camadas ou mais de roupa, especialmente com o calor infernal encontrado em boa parte do Brasil, e use um saiote por baixo da roupa para pegar o transporte público deficitário de algumas cidades, apenas porque deu vontade – e o faça de forma constante e devotada. Ainda assim, a Moda Lolita e o *cosplay* se diferenciam exatamente por este critério: a frequência de uso. Embora a versão completa de um visual Lolita possa ser reservada para ocasiões esporádicas, é perfeitamente aceitável usar a saia com uma anágua mais ‘murcha’, uma camiseta com estampa bonitinha e um acessório simples de cabeça para ir comprar pão ou fazer supermercado, usando o chamado *Casual Lolita*, feito especialmente



para o cotidiano. Enquanto isso, não se vê alguém indo fazer as mesmas tarefas do dia-a-dia paramentado com um macacão do *Homem-Aranha* ou usando o laço da *Mulher-Maravilha* para arrastar o carrinho da feira.

Outras objeções alegadas são a falta de encaixe no arquétipo apresentado pelas moças retratadas nos *animes* e *mangás* do gênero demográfico *shoujo*, com traços fragilizados e levemente infantis, e o fato de não se ter nascido no Japão, perpetuando outro mito de que só quem pode usar Moda Lolita são as pessoas japonesas, cujo biótipo é diferente do brasileiro, com uma estatura e proporções corpóreas mais reduzidas. Ambas as hipóteses são infundadas. Na primeira, sabemos que as personagens de *shoujo* foram desenhadas com base num ideal romântico da mulher ideal, sendo elas tão fictícias como as mocinhas das telenovelas brasileiras, que possuem os relacionamentos românticos como centro de suas vidas; e embora existam pessoas cujo temperamento combine com o que elas vestem, essa pretensa relação entre personalidade e roupas é dispensável. O segundo argumento é ainda mais facilmente refutável: embora a Moda Lolita tenha sido usada pela primeira vez no Japão, é um estilo com inspiração numa estética europeia e uma das comunidades mais fortes pelo mundo é a estadunidense. Além disso, os objetos e palavras que usamos no cotidiano também não são unicamente brasileiros: os celulares que estão em maior número do que os habitantes do país usam matéria-prima chinesa, a palavra ‘batom’ é francesa e até mesmo este texto que estamos escrevendo pode ser lido por causa da língua românica, com influência galego-portuguesa. Logo, as Lolitas podem ser de qualquer idade, etnia ou biótipo, sem a necessidade de um ideal como um padrão.

## **Esse tal de Lifestyle**

Além de ser responsável pelo filme que ajudou na popularização da Moda Lolita no Ocidente, Novala Takemoto acabou por criar uma imagem da ‘Lolita perfeita’. Em *Kamikaze Girls*, sua *Momoko* tinha o que se pode chamar de quarto dos sonhos para uma parcela dos adeptos. Ela tinha uma arara de roupas grande e cheia, formada exclusivamente por itens Lolita, que usava diariamente. A decoração era em tons de rosa, com candelabros e objetos que remetiam à estética barroca, como espelhos com arabescos e lustres pendentes. Passava boa parte do tempo tomando chá em xícaras decoradas, enquanto devaneava sobre a vida; uma das frases mais célebres do filme é quando ela pensa em como seria sua morte: “*Eu pensava que eu sempre poderia estar sozinha. Oitenta anos de idade, num vestido da ‘Baby’, morrendo sozinha em meu apartamento*”. A idealização de uma vida inteira vestindo exclusivamente a Moda Lolita, desde o traje de sair até o pijama de dormir, com uma casa decorada com paredes de cores suaves e dias regados a chá com

macarons, virou um conceito denominado *Lolita Lifestyle*, também conhecido como Lolita 24/7: nele, não é admitida nenhuma outra vestimenta que não faça parte da estética Lolita, de modo a se usar o estilo 24 horas por dia, sete dias por semana. Neste novo ‘nível’ de experiência Lolita, o *hobby* se torna um estilo de vida, com a indumentária em seu centro.

No Brasil, são pouquíssimos os casos de pessoas que tenham aposentado todas as roupas normais do armário para usarem exclusivamente peças integrantes da Moda Lolita. Das 302 pessoas que participaram do Censo Lolita 2020, menos de 1% adotou o *Lifestyle*. Uma das principais razões é a necessidade de um investimento maior no guarda-roupa: assim como na época de Maria Antonieta, a pessoa que usa o estilo Lolita de forma integral precisaria de roupas para o cotidiano e “melhores vestidos” para uso em eventos. Deste modo, a menos que a pessoa saiba costurar ou tenha um poder aquisitivo alto, o *Lifestyle* se torna inviável para a realidade de terras tupiniquins; sem contar com a manutenção mais delicada que as roupas exigem – não dá simplesmente para jogar um vestido de quase R\$ 1000 dentro da máquina de lavar sem gritar de desespero porque há outras roupas que podem manchá-lo. Muitas aspirantes a Lolita pensam duas vezes antes de se lançar no estilo por acreditarem que apenas o uso frequente as levaria a ser “Lolitas de verdade”, enquanto a realidade para metade do Brasil é de que as roupas são reservadas para os *meetings* e ocasiões especiais.

Contudo, a maior problemática que cerca o *Lolita Lifestyle* é a série de conceitos relacionados à personalidade, hábitos e gostos da pessoa que adota o estilo. Usar Lolita do acordar ao dormir não seria suficiente: para atingir o nível máximo, a Lolita não poderia falar palavrão, ser mais impetuosa ou irreverente. A lógica usada para a construção da Lolita ideal é a mesma para a concepção da personagem de shoujo: temperamento sempre dócil, inocente, ingênuo e adorável; ter hobbies mais ‘femininos’ como corte e costura, bordado, ponto cruz e culinária; hábito de tomar o chá das cinco como faria a Rainha Elizabeth e escrever cartas ao invés de e-mails. Palavrões, bebidas alcoólicas ou tatuagens não seriam admitidas. Não há nada de errado em querer viver como a *Momoko* da vida real, mas a experiência de Moda Lolita é assim como a história do estilo: carregada de singularidades. Um bom modo de explicar é a presumida afeição pela cultura popular japonesa como um todo.

As adeptas da Moda Lolita eventualmente podem dividir o tempo com outros *hobbies* diretamente relacionados à cultura popular japonesa, como a prática do *cosplay*, o colecionismo de *mangás* e a participação em fóruns de fãs de *animes*, no aplicativo de comunidades *Amino* ou no site *4Chan*. Algumas Lolitas procuram uma experiência cultural ainda mais próxima, e consomem doramas, novelas japonesas

que podem ser assistidas no *YouTube* ou no aplicativo pago *DramaFever*, ouvem bandas de pop e rock japonês, e fazem esforços para aprender o idioma nipônico em nome de uma experiência no Japão a ser vivida através do imaginário afetivo. Entretanto, é perfeitamente possível alguém amar a estética e o senso de refinamento da Moda Lolita sem entender duas vírgulas sobre as três variantes da escrita japonesa (*hiragana*, *katakana* e *kanji*) ou sem ser fã de animações e *mangás*. Assim como se abre espaço para uma pessoa que não leva desaforo para casa e tem uma verdadeira adoração pela banda de metal sinfônico *Nightwish* gostar do colorido Sweet Lolita, ou outra só vestir a subdivisão *Gothic Lolita* e ouvir *Os Barões da Pisadinha* nos momentos de lazer, acompanhada de uma cerveja bem gelada. Assim, uma das marcas da vivência proporcionada pela Moda Lolita é justamente a singularidade territorial e entre seus adeptos.

Reprodução/Reino de Morango









# Vitória Barros

**Staff do VII Meeting Nacional Lolita**

**Belo Horizonte (MG)**

**instagram: @vii.princess**

## **Quando foi a primeira vez em que você usou Lolita?**

A primeira vez em que *tentei* usar lolita foi num evento, em 2008. Eu já conhecia a moda e um estande no evento de anime local começou a vender umas saias e espartilhos xadrez, me empolguei e comprei. Comecei a pesquisar mais sobre o estilo e de repente tudo começou a girar ao meu favor: estava no shopping e vi um meeting lolita (as meninas tinham ido ver Alice do Tim Burton). Uma amiga tinha voltado recentemente do Japão e estava muito empolgada com boystyle, e era ano novo...

Vi no ano novo a desculpa perfeita pra comprar um vestido novo e acabei pegando um branquinho da Bodyline na Sales do Orkut. Acabei não usando o vestido, porque não chegou a tempo, mas logo em seguida usei com a tal amiga num rolê fotográfico com um amigo nosso, aproveitando que os ipês estavam florescendo aqui em BH. Eu tinha 17 anos.

## **O que você sentiu?**

Eu não me lembro muito como me senti na época porque né, faz um bom tempo. Mas eu usava cosplay e era muito competitiva... Eu gostava muito da sensação de me montar do cosplay, mas me sentia muito presa por ter que parecer o personagem, sabe? Então ter a liberdade criativa em lolita foi bem massa. E eu curti também porque fiz isso com uma amiga muito muito querida, de quem sentia muita falta.

Pooooor outro lado, foi uma época muito difícil pra começar na moda né? A comunidade era muito restrita, fazia MUITO bullying, orientava bem mal mesmo... Então também tinha um pouco de ansiedade e receio de acertar e me provar pras pessoas. Felizmente a comm de BH era quase inexistente, então no fim eu acabei moldando ela no meu jeitinho hehe

## **Você costuma ouvir algum comentário diferente quando está usando Lolita?**

Nos últimos anos eu não tenho usado muito lolita em locais públicos, apenas em meetings na casa de uma pessoa da nossa comunidade (que é uma casa enorme hehe). Fora isso, a gente geralmente vai em eventos voltados para a cultura japonesa, então a gente meio que “faz sentido” naquele contexto e por isso as pessoas geralmente falam mais coisas como “ah que fofinhas” ou perguntam se é cosplay ou ainda como as nossas roupas se inserem na cultura japonesa.

Em Minas, as pessoas tendem a ser meio “discretas” na curiosidade delas, então nos abordam menos e parecem assumir que estou trabalhando. Quando viajei pra Brasília as pessoas eram mais animadas e elogiavam bastante. Já em São Paulo notei que as pessoas encaram muito mais, no shopping quase paramos a multidão. No Rio as pessoas perguntam muito, querem tirar fotos, mas também elogiam... Pensando aqui, acho que tive poucos momentos em que fizeram um comentário negativo, ou foram rudes comigo, mas pode ser uma questão de percepção minha também.

## **Quais lugares você costuma ir usando o estilo?**

Em meetings na casa das pessoas da comm se for um meeting comemorativo, temático e maior. Eventos de cultura japonesa de maneira geral para apresentar a moda e chamar mais pessoas pro estilo. E mais raramente a cafés temáticos aqui em BH... Das últimas vezes, fomos a um café chamado La Raffa que tem uma decoração rosa e romântica, a dona gosta muito do estilo, então ficamos amigas.

## **Qual é a sua peça Lolita favorita?**

Eu tenho muita dificuldade em definir “favoritos” em qualquer coisa na vida hahaha! Eu tendo a me apegar pouco aos objetos e mais às sensações... Mas, acho que se for uma peça do meu guarda-roupa eu diria que é meu vestido da AP “Mademoiselle de Paris”. Eu amo cachorros, e tem poodles fofinhos estampados! Vivi bons momentos com esse vestido também, porque estava usando ele quando conheci o Sebastian Masuda da 6% Doki Doki. Mas é aquilo, tenho mais carinho pelo sentimento, não pela roupa em si... Agora, se for uma peça favorita de maneira geral, na moda lolita, são os OPs hime! Eu amo rococó, amo a estética da época e poder me vestir como uma dama da corte francesa é mágico.



## Que conselho você daria a quem está começando?

Eu definitivamente diria para a pessoa ir com calma, no tempo dela. Recebi praticamente todas as pessoas que entraram em Lolita na comunidade mineira e todo mundo já quer começar usando Lolita como uma modelo de fotografia e... Bom, nossa realidade não é bem essa né? Então eu sempre digo: “vai com calma, no seu tempo, e não se cobre tanto!”. Eu inclusive deixo umas peças separadas aqui em casa pra emprestar pra quem tá começando, exatamente pra tirar essa vontade inicial e a pessoa já conhecer o estilo, daí pra frente ela caminha por si só.

E uma dica de maneira geral que eu dou é: "o importante é se divertir"... Eu acho que só pude crescer tanto em Lolita porque raramente me importei com a opinião das pessoas e segui meu coração. Logo que decidi "fundar" a comunidade mineira como ela é hoje, estabeleci que a gente não usaria termos como "ita" e sumariamente removi pessoas que estivessem em nossos grupos e insistissem em comportamentos negativos.

Eu sempre dizia pras meninas: “a gente já está vestida de maneira ridícula aos olhos da sociedade, eu não preciso ouvir isso de gente dentro do grupo também”. Vamos encarar os fatos: somos todas mulheres no fim da adolescência, jovens adultas e adultas usando roupas “de criança"! A gente já desperta olhares, comentários, pré julgamentos... E é normal que isso venha de fora, afinal estamos propositalmente quebrando padrões. Mas se você já usou lolita, saberá que a sensação de se ver no espelho quando você finalmente está pronta é insuperável, poucas coisas na vida te fazem sentir tanto amor próprio. Então, honestamente, pra que abrir mão disso? Vai lá e se diverte!



Um dos visuais de Vitória.  
(Imagem cedida pela fonte)



# Heloisa Kovalevskaya

São Paulo (SP)

instagram: @wisteriahearts

## **Quando foi a primeira vez em que você usou Lolita?**

Foi em 2015, em um meet and greet do KAMIJO (era pra ser show mas não rolou) aqui em São Paulo. Eu pesquisei sobre a moda por meses, li e reli blogs conhecidos e sempre salvava imagens de street snaps pra usar de inspiração.

## **O que você sentiu?**

Uma princesa! Eu me senti maravilhosa, toda delicada e fofa. Eu amei todos os detalhes, as rendas, o movimento da anágua, os detalhes do sapato e da blouse. Tudo. Parecia que eu finalmente havia encontrado uma moda em que eu me sentia confiante e bonita, como nas fotos de outras lolitas que eu acompanhava.

## **Você costuma ouvir algum comentário diferente quando está usando Lolita?**

Os comentários que eu ouço são sempre 8 ou 80. Ou tem gente na rua que acha que eu sou uma espécie de gigolô pronta pra satisfazer alguma fantasia masculina bizarra, ou eles acham que eu sou uma princesa saída de um filme na Disney. Creio que por causa da delicadeza das peças, as pessoas veem a lolita de boa ali na rua e acham que ela é uma pessoa em um mundo de fadas, totalmente alheia à realidade dos dias de hoje. Já tive gente que até jogou cerveja em mim (na minha burando!). Algumas coisas que eu reparei são: pessoas idosas ficam encantadas com a moda de um jeito surreal. São sempre



muito simpáticas, entendem que é só roupa e adoram ver os detalhes, ver como foi costurado e coisas nesse sentido. Homens sempre perguntam sobre relacionamentos, sobre o que meu namorado acha sobre isso (surpresa: são só roupas)

O pior pra mim são os bandos: as pessoas ganham uma segurança pra falar merda fora do comum quando estão com outras pessoas. Debocham na cara dura, acham que sou estranha e que mereço estar sendo zoada por não estar usando jeans e chinelo. Normalmente essas pessoas desistem depois de algumas respostas secas, mas ainda ficam de piadinhas entre si.

Outra coisa que também acho estranho é o fato que meninos, normalmente adolescentes, acham que suas roupas são um Tinder na vida real e sempre vem dar em cima, pedir número e querer sair junto. Percebo também que sweet lolita causa quase um derrame nas pessoas na rua. Já usei de tudo, inclusive gothic lolita, mas é com sweet que as pessoas sempre ficam loucas, parecendo gato sob efeito de catnip. O mundo não tá preparado pra pessoas de rosa.

## **Quais lugares você costuma ir usando o estilo?**

Normalmente eu vou em cafés temáticos ou nas atrações em shoppings. É legal pra tirar fotos.

## **Qual é a sua peça Lolita favorita?**

Definitivamente, sem sombra de dúvidas é o meu JSK Sugary Carnival. Ele era um dream dress que eu sempre amei, amava as rendas, os detalhes de marshmallow, a estampa no bodice, as estrelinhas nas waist ties. Esse vestido é um primor e sempre que eu estou me sentindo meio down, coloco ele pra fora do guarda roupa só pra admirar mesmo.

## **Que conselho você daria a quem está começando?**

Por favor, não se deixe levar por especulações online. As lolitas são incrivelmente legais e acolhedoras, tem um senso de comunidade incrível e sempre estão dispostas a ajuda. Não tenha medo, se tiver dúvida pergunta ao invés de supor e baixe a guarda. A comunidade mudou muito desde o começo e bullying online não é algo aceito de forma alguma. Vai ter gente escrota? Sim, igual tem em todo agrupamento social. Se você quer usar lolita, use sem medo e seja bem vinda!

Helo e sua bolsa favorita.  
(Imagem cedida pela fonte)





# Thais

São Paulo (SP)

instagram: @thai.wbm

## Quando foi a primeira vez em que você usou Lolita?

A primeira vez foi em 2009, eu tinha 16 anos e tenho ctz que estava toda ita. Vestido acima do joelho, tecido mega trash, caimento péssimo, sem meia, só o jsk basicamente.

## O que você sentiu?

(A experiência) não foi muito legal, porque eu fui num evento pela primeira vez e não conhecia ninguém, achei meio chato. Mas eu gostei da experiência de pensar num outfit e procurar peças pra combinar, e várias meninas no meeting estavam lindas demais.

## Você costuma ouvir algum comentário diferente quando está usando Lolita?

Sempre, mas geralmente são positivos. Gostam de comentar dos acessórios, da roupa. Acho legal a atenção que o estilo chama, e quando as pessoas são educadas não me incomodo de ser abordada pra conversar sobre ele.

## Quais lugares você costuma ir usando o estilo?

Eventos e meetings.

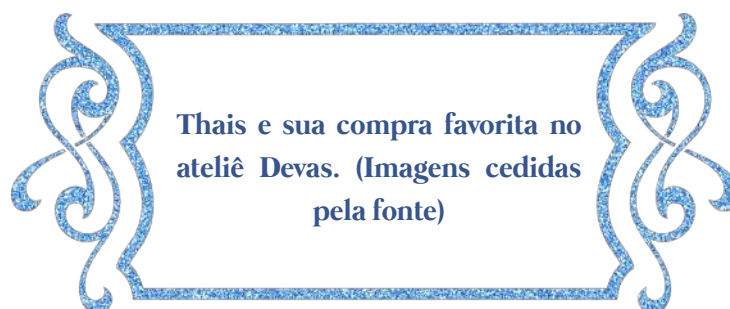


## Qual é a sua peça Lolita favorita?

Um headband que eu comprei na loja Devas. Ele é lindo demais, eu uso até fora do estilo.

## Que conselho você daria a quem está começando?

Eu diria pra focar em montar um coord coerente e confortável pra primeira experiência com itens base: um JSK e uma blusa pra depois pensar no resto. Ah! E uma anágua que tenha um bom volume faz toda a diferença. No mais, não se compare muito com as veteranas do estilo, porque com o tempo você se encontra.





# Tay de Lioncurt

Porto Alegre (RS)

instagram:

@unicornio\_alternativo

## Quando foi a primeira vez em que você usou Lolita?

Gosto de dizer que tive duas primeiras vezes. Uma foi um outfit guro lolita todo errado e cheio de problemas de coordenação e modelagem, que usei em um evento de anime aqui da minha cidade. O outro foi um vestido já com uma modelagem mais própria do estilo, que guardo e uso até hoje. Esse eu usei para uma sala temática que fazia sobre a moda.

## O que você sentiu?

Em ambos os momentos me sentia muito feliz e principalmente completa, como se tivesse achado o que queria fazer pelo resto da vida.

## Você costuma ouvir algum comentário diferente quando está usando Lolita?

Geralmente comentários como “isso é estranho” e “ai, que bonita”. Nunca recebi xingamentos ou algo agressivo. Realmente são mais comentários demonstrando curiosidade.

## Quais lugares você costuma ir usando o estilo?

Geralmente cafés, eventos de anime e algum parque para tirar fotos.



## Qual é a sua peça Lolita favorita?

Difícil ...Mas fico entre meu jsk Toy Parade e meias num geral.

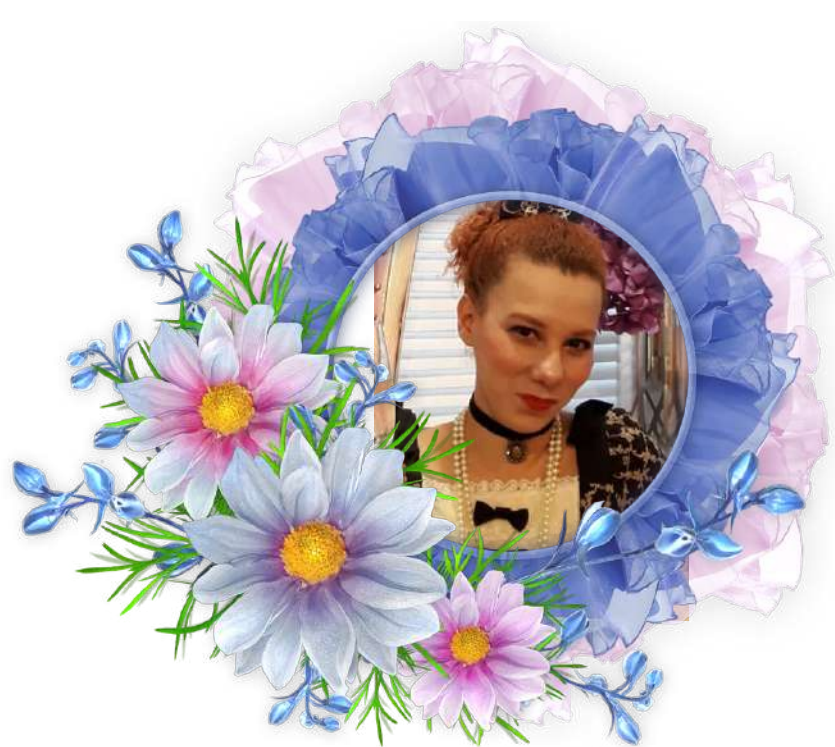
## Que conselho você daria a quem está começando?

Tá tudo bem errar, ninguém já começou acertando de primeira . Então tenha calma e muito planejamento na hora do seu primeiro outfit e se errar nesse ou nos próximos tá tudo bem, só não desista de entrar na moda por isso.



Tay é um de seus visuais favoritos. (Imagem cedida pela fonte)





# Kassia Viana

**Historiadora**

**Florianópolis (SC)**

**instagram: @lost\_katrikki**

## **Quando foi a primeira vez em que você usou Lolita?**

Foi em 2009.

## **O que você sentiu?**

Como foi uma peça feita pela minha vó, e ela comprou tecido errado e não sabia bem o que era, não ficou bem ok. Eu tava ainda bem insegura, porque eu conheci nesse dia as meninas mais ricas da comunidade na época.

## **Você costuma ouvir algum comentário diferente quando está usando Lolita?**

Quando morava no Rio de Janeiro, sim, muitos. Normalmente eram xingamentos sobre a roupa ou sobre eu estar “infantil”. As vezes umas cantadas pedófilas, ou as frases clássicas como “Halloween já passou” ou “Ué, é festa junina?”.

Já morando em Florianópolis mudou MUITO. Aqui, as pessoas elogiam seu jeito de vestir, sempre ouvi elogios da roupa, e é bem raro ouvir as frases clássicas. Nunca mais fui cantada na rua.

## Quais lugares você costuma ir usando o estilo?

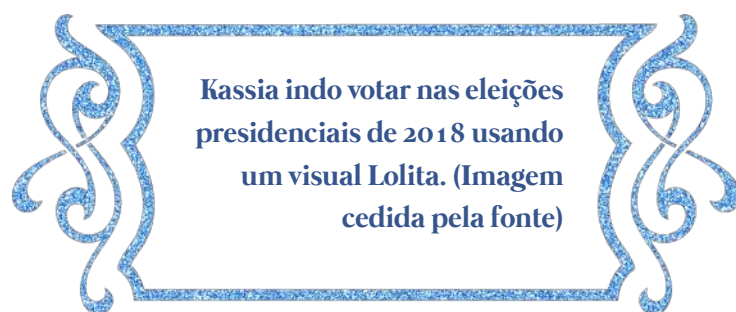
Atualmente, mais pra ir tomar um café com amigas, no shopping, ou em algum evento (não de anime somente) aqui na cidade. As vezes eu me visto pra ir no mercado, e já fui lifestyler logo quando me mudei que eu estava trabalhando numa loja que permitia eu usar as roupas.

## Qual é a sua peça Lolita favorita?

Minha réplica do Puppet Circus da AP e o OP Charles Crown da IW.

## Que conselho você daria a quem está começando?

Vai ser complicado no início, as vezes não vai ter algumas peças, mas não desanime! Sempre tem alguém na comunidade pra ajudar, dar dicas, até doar peças - eu faço muito isso - então só vir devagar que vamos nos organizando. Já que é uma comunidade, uma ajuda a outra. Deveria ser assim, e vamos sempre lutar pra ser assim.









# Julieth Michelon

Salvador (BA)

instagram: @juliethchan

## **Quando foi a primeira vez em que você usou Lolita?**

Usei meu primeiro Lolita em 2010. Como eu tinha acabado de conhecer a moda Harajuku no mesmo ano, foi um Gothic Lolita de iniciante.

## **O que você sentiu?**

Fiquei animada por entrar em um novo mundo através do Lolita, apesar dos comentários normais quando me veem de Lolita.

## **Você costuma ouvir algum comentário diferente quando está usando Lolita?**

Os diferentes comentários que já ouvi foram : "Olha que boneca linda", "Olha a boneca LOL" - essa foi a mais nova que já ouvi - , "Vocês são atrizes? Tá linda", eu ouço esses comentários mais de mães com seus filhos pequenos ou senhoras.

## **Quais lugares você costuma ir usando o estilo?**

Os lugares que costumo usar o estilo Deco lolita (o estilo que resolvi me fixar dentro do lolita) são em praças, shoppings e em museus, tem que ser um local ventilador (naturalmente, ventilador ou ar-condicionado), pois as lolitas sofrem um pouco com o calor (a depender do modelo da roupa).

## **Qual é a sua peça Lolita favorita?**

Falando em modelo da roupa, eu gosto muito dos modelos JSK (vestidos de alça), pois podem ser usados sem a camisa interna ou com, e se o modelo do JSK for simples (sem muitos babados, detalhes, no máximo na barra do vestido, e laços), dá para usar no dia a dia.

## **Que conselho você daria a quem está começando?**

Galera que está começando na área lolita, aconselho pesquisar bastante sobre os sub-estilos, procurar pessoas influentes na área, pessoas no Brasil que usam (não precisa ser os mais famosos, até aqueles que não se destacam muito no meio são ótimas pessoas para ajudar) e mais uma coisa, testar os estilos de acordo com que você gosta e se sente bem, um exemplo: Se você gosta da cor preta, azul, roxo, não é do mundo muito colorido, experimente o Gothic lolita, o Kuro lolita ou o Shiro lolita, já se é adepto ao mundo dos unicórnios, se joga no Deco lolita, no Sweet lolita, no Sailor lolita. O importante é achar o seu estilo, mas claro sem deixar de se aventurar em outros.



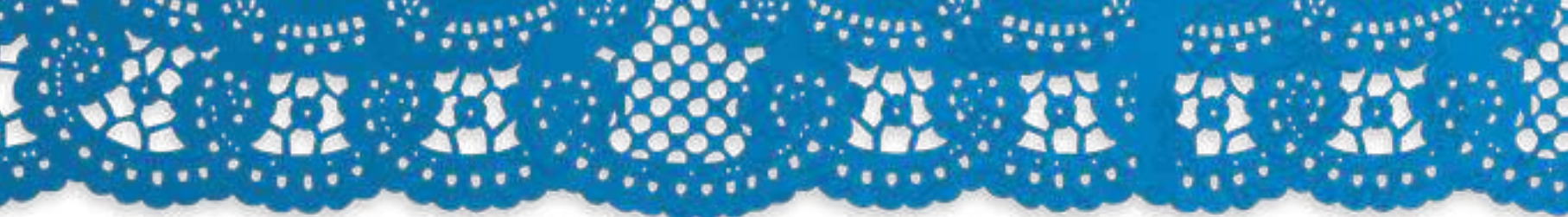


Julieth e seu Deco Lolita.  
(Créditos: RR Foto Digital)



Comunidade de Salvador  
no North Meeting de 2016.  
(Créditos: RR Foto Digital)





Detalhes: a construção de um chapéu Lolita.  
(Créditos: Annah Hel)





# Capítulo 4

**Temos bloomers!**





Depois de algumas horas, o meeting acabou. Apesar do tempo considerável para se produzir de forma aceitável, do calor escaldante que fazia na cidade e dos comentários não solicitados, a reunião foi bastante divertida. Ela não era uma das pessoas mais sociáveis do mundo, e o contato com o Outro casualmente a deixava exausta após sessenta ou noventa minutos de interlocução. Ainda assim, a oportunidade de interagir com um grupo com os mesmos interesses era motivadora. Ela estava tirando os sapatos na área de serviço da casa, quando seu olhar foi atraído para um grande pacote cinzento, daqueles que embrulham a prova que serve como porta de entrada para a universidade pública, endereçado a ela. O tédio e o cansaço pós-encontro deram lugar a uma distinta empolgação. Teria chegado a sua nova anágua de seis camadas, que encomendou numa loja recém-inaugurada por uma Lolita do Nordeste? Após rasgar o plástico áspero e a outra camada protetora feita de plástico-bolha, voltas e mais voltas de organza creme apareceram. Uma lágrima bem pequena rolou por sua bochecha, ela tinha economizado por tempos para comprar a anágua. Eram momentos como aquele que faziam tudo valer a pena.



## Breve relato das 'burandos'

Desde o começo da Moda Lolita até então, já surgiram pelo menos trinta marcas voltadas para o estilo. Nas comunidades, os adeptos chamam os ateliês exclusivos de '*burandos*', pronúncia japonesa do substantivo *brand* (marca). A denominação também se estende a qualquer item de marca adquirido: se ouvirmos alguma Lolita pedindo recomendações de lavanderia a preço módico, porque caiu chá na '*burando*' novinha, ela provavelmente está se referindo ao seu vestido da *Angelic Pretty* ou da *Innocent World*, por exemplo. Nesse intervalo de trinta anos, o mercado Lolita mudou bastante: foram abertas lojas em cidades fora do Japão, algumas marcas diferenciaram coleções para outros subestilos através das *labels* (selos), e outras fecharam suas portas. Surgiram ainda, as indie brands, marcas menos conhecidas, mas com catálogo de qualidade, como a *Haenuli* e a *Krad Lanete*. A primeiríssima marca de Moda Lolita a aparecer foi a *MILK*, em abril de 1970.

. Como vimos no Capítulo 1, o estilo ainda tinha um desenho mais romântico do que vitoriano, e esta característica se reflete nas peças da *MILK*, em atividade até hoje: a silhueta de alguns dos vestidos é mais fluida e não comporta anágua, as mangas são menos bufantes e os tecidos utilizados são mais leves, como chiffon e tule. Depois de cinquenta anos, a *MILK* passou a atender um público mais amplo, concentrando-se na ascensão da cultura kawaii difundida pelos animes e mangás. Ainda na década de 1970, surgiram as marcas *PINK HOUSE* (1973), *Shirley Temple* (1974) e a *Pretty* (1979), uma loja que vendia produtos de diversas brands Lolita.

A *Pretty* só se tornaria um marco na história da Moda Lolita vinte e dois anos depois, em 2001, quando a designer Asuka entrou para o time da marca. Assim, a loja passou a oferecer apenas itens próprios em seu catálogo e mudou seu nome para *Angelic Pretty*. Hoje, a AP virou sinônimo de alta-costura Lolita e seus itens podem facilmente passar a casa dos mil reais no Brasil: se um vestido custa 26,500 yen para as japonesas, com a franca desvalorização do real, o valor convertido fica em R\$ 1325.

Antes de falar sobre o mercado brasileiro, é importante fazer este parêntese justamente por conta da influência das burandos na construção do gosto e no histórico das peças alçadas ao status de objetos de desejo no imaginário das Lolitas. Os diferentes modos de produção nos ateliês exclusivos de Moda Lolita trouxeram consigo marcas registradas, traços e itens que mesmo vistos de forma superficial já são associados a esta ou aquela marca. Um dos maiores exemplos são as prints (estampas) da *Angelic Pretty*, lançadas periodicamente em diversos temas, anunciados no site oficial da burando e nas redes sociais. Asuka imprimiu uma estética detalhista que beira o surreal em alguns tecidos, que são associados com frequência ao *OTT Lolita*, tamanha a vivacidade das cores. Algumas prints ganharam uma popularidade significativa, causando o fim do estoque de coleções em poucas horas de venda.

Do mesmo modo que ocorre quando alguém quer leite condensado e anota Leite Moça em sua lista de compras, os vestidos estampados da *Angelic Pretty* são chamados por seus nomes e até mesmo por siglas. Se algum adepto da Moda Lolita procura nas redes sociais por alguém que esteja desapegando de um SC, ela se refere ao *Sugary Carnival*, estampa com um carrossel de pôneis; quando a busca da Lolita é por um CDC, a estampa é a *Crystal Dream Carnival*, com unicórnios alados e toques de dourado nos contornos. Entre as adeptas do *Gothic Lolita*, o sonho de consumo é o *Iron Gate*, estampa concebida pela Moi-Même-Moitié que consiste num grande portão ao estilo das casas da Era Vitoriana e o slogan da marca na barra da saia: “*Elegant Gothic Lolita Aristocrat Vampire Romance*”.



Usakumya em todo o seu esplendor. Coelho é desejado por muitas Lolitas. (Créditos: RR Foto Digital)



Já quando o assunto é acessório, um ícone desejado por muitas Lolitas é uma bolsa de pelúcia produzida pela *Baby, The Stars Shine Bright* (1988) com a forma de um coelho inocente com olhos vermelhos e orelhas decoradas com pequenos laços. Foi batizado como *Usakumya*, e funciona mais como um adereço do que como uma bolsa propriamente dita, por causa da sua pouca capacidade interna. A existência do *Usakumya* é comparável com a criação da *Hello Kitty* e sua posterior popularidade, fazendo as Lolitas adquirirem o acessório apenas por dar aquele sempre bem-vindo toque fofinho à estética da indumentária.

## Segunda mão, ta na mão

Com a bolha econômica dos anos 1980 no Japão, adquirir itens novos da Moda Lolita não era tarefa das mais fáceis. Num cenário em que o estilo ainda não era acessível para uma parcela da comunidade, surgiu em 1984 a maior loja especializada na venda de roupas alternativas de segunda mão, a *Closet Child*. Ainda em atividade, com unidades em Tóquio, Yokohama e Osaka, o estabelecimento oferece itens para adeptos da cultura *punk* e gótica, e todo o tipo de vestimenta integrante do guarda-roupa Lolita.

É possível encontrar todas as *burandos*, das maiores às independentes; se estiver com sorte, o cliente pode encontrar um item fora de estoque a um terço do preço original. A partir de 2000, a *Closet Child* estreou no *e-commerce*, e o ponto do 'garimpo Lolita' se tornou acessível para outras partes do mundo. O aumento da popularidade da Moda Lolita ocasionado pela ascensão da Internet também fez com que as marcas de alta-costura dessem os primeiros passos para uma presença digital: até 2004, pelo menos dez delas já tinham seu site disponível para compras fora do Japão, como a *Baby* e a *Moitié*. A América do Sul demorou um pouco mais para entrar na lista de países atendidos, por conta do prazo mais dilatado de entrega.

O ano de 2004 também foi marcado pelo nascimento do *e-commerce* *Lace Market*, criado pela comunidade Lolita da plataforma *Livejournal*, onde pessoas físicas anunciam os itens dos quais desejam desapegar. O sistema utilizado pelo site é similar ao *eBay*, no qual a compra pode acontecer de forma direta ou através de um leilão. No segundo caso, é estipulado um lance mínimo para o produto, e os interessados vão oferecendo lances maiores durante o intervalo de tempo determinado pelo proprietário do item. Se o vendedor está muito disposto a passar um item adiante, ele colocará uma oferta mínima para o arremate imediato do item, que só pode ser pago através do *PayPal*.

O *Lace Market* começou vendendo apenas artigos relacionados à Moda Lolita, com uma curadoria cuidadosa que impedia a venda de réplicas das peças com prints, por conta da propriedade intelectual dos designers das *brands*. Hoje, são vendidos produtos dos universos dos animes e mangás, roupas góticas e de outras modas do Japão (como o *Decora*), itens vintage e as *Ball Jointed Dolls* (BJDs), bonecas articuladas com cabeças proporcionalmente maiores ao corpo e olhos de acrílico; a *Angelic Pretty* chegou a fazer alguns exemplares das “mocinhas”, apelido carinhoso dado pelos colecionadores de bonecas, vestidas com modelos Lolita.

## A travessia das compras

A maior dificuldade encontrada pelas Lolitas brasileiras nos primeiros anos da difusão era justamente conseguir as peças que viriam a compor seus guarda-roupas. Além da *Angelic Pretty*, da *Baby, the Stars Shine Bright* e da *Moi-Même-Moitié*, as marcas favoritas da comunidade eram a *Metamorphose Temps de Fille* (1997) e *Innocent World* (1999). No início dos anos 2000, no entanto, nenhuma delas fazia envio para o Brasil, então era preciso se virar nos trinta para fazer as compras. Caso desejasse um item destas lojas, a Lolita residente no Brasil precisava entrar em contato com alguém que estivesse em Tóquio, através do aplicativo de mensagens *MSN (Microsoft Network)*, e enviar links ou fotos dos produtos desejados. Se houvesse uma relação de amizade, bastava esperar que as compras fossem trazidas na mala. Do contrário, se fazia necessária a contratação de um serviço de *shopping service*, que consistia em terceirizar o processo de compra. O procedimento ficou especialmente popular entre os anos de 2011 a 2013, quando o dólar estava na casa dos R\$ 2 e várias lojas abriam vagas para encomenda.

A negociação ocorria mediante o pagamento de uma comissão de 20% a 30% sobre o valor da compra em reais, acrescido do valor referente ao Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) de 6,38%, incidente nas compras realizadas com cartão de crédito internacional. Depois do pedido feito no Japão, a próxima etapa era aguardar a chegada da encomenda, que poderia acontecer via correio aéreo, que demorava de 20 a 40 dias, ou correio marítimo, cujo prazo de entrega poderia chegar a três meses. Mesmo com a democratização dos cartões de crédito internacionais e o *boom* dos bancos e carteiras digitais, até hoje os serviços de *shopping service* ainda são utilizados, sobretudo para o comércio eletrônico chinês *Taobao*. Como o site não faz entregas para fora do país, é necessário um *shopping service* específico para fazer a intermediação da compra no marketplace, e o envio da encomenda ao Brasil.

Até a casa da Lolita, o pacote é lançado numa verdadeira jornada, que acabou atribuindo à cidade de Curitiba o apelido de “*Triângulo das Bermudas*”. O motivo é a fiscalização aduaneira que acontece na capital paranaense: como muitos pacotes chegam à Unidade de Tratamento Internacional diariamente, o procedimento costuma demorar mais do que o trajeto do país de origem até o Brasil. O fim da fiscalização ainda guarda emoções para quem se aventura na importação.

## O grito do leão

Até a implantação do novo sistema de tributação da Receita Federal, o sistema de fiscalização aduaneira ainda era feito através de amostragem. Com isso, a autarquia selecionava alguns pacotes em meio à carga e conferia o conteúdo individualmente. Por lei, apenas livros e revistas importados não sofrem com a taxa de importação. Os outros produtos estão sujeitos à cobrança de 60% do valor total da compra em reais por parte da Receita Federal; em alguns estados do Brasil, ainda pode haver a incidência do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), majorando o valor dos itens Lolita.

Há uma exceção que isenta a tributação de produtos até o valor de 50 dólares incluindo o frete, contanto que o envio seja feito entre pessoas físicas. Soma-se a isso a criação do chamado despacho postal em 2014, com a justificativa de viabilizar o tratamento das encomendas internacionais, cujo volume aumentou consideravelmente com a chegada do *marketplace* *AliExpress*. A taxa de R\$ 12 era paga apenas para encomendas tributadas. Hoje, ela custa R\$ 15 e passou a ser cobrada para qualquer encomenda que venha do exterior, independentemente da decisão tomada pela Receita Federal quanto à taxação do item. Caso a importância não seja paga, a encomenda volta ao remetente.

Como uma alternativa à importação, que ainda não era tão acessível para a maioria dos brasileiros, as primeiras Lolitas pediam auxílio à costureira mais próxima e levavam referências das peças desejadas, para que tentassem reproduzi-las o mais fielmente possível. Se tivessem uma revista de moda japonesa com moldes de peças, como era o caso das publicações *Gothic & Lolita Bible* e *Otome no Sewing*, a tarefa se tornava um pouco mais fácil para a profissional. Outra saída era adquirir roupas de segunda mão, normalmente anunciadas em sites de anúncios ou *e-commerces*, como *Mercado Livre*, *OLX* e *Enjoei*. Havia ainda a possibilidade de aquisição através dos bazares itinerantes, organizados por outras Lolitas.



Além da vantagem de conseguir um bom produto por um preço mais em conta, os brechós Lolita trazem a possibilidade de encontrar peças de edição limitada, cujas estampas e modelos já não são mais vendidas pelas lojas. Com a ascensão da plataforma Facebook, começaram a surgir os grupos de compras e vendas de Moda Lolita. Atualmente, seis grupos especializados em artigos de segunda mão estão na ativa no site, sendo um deles exclusivo para a divulgação de produtos para o público plus size. É importante destacar a oferta de produtos novos dentre as vendas, pelas mais variadas razões: o adepto comprou e não serviu, a dona de lojinha está fazendo uma queima de estoque, alguém que quer fazer uma renda extra e importou para revender.

## É do Brasil!

No nosso levantamento, que considerou a presença nas redes sociais, encontramos vinte e duas lojas específicas para a venda de produtos de Moda Lolita. Os dois ateliês em território nacional com o maior tempo de atividade são a *Lojinha da Suu Hideto*, concebida pela Lolita de mesmo nome em 2008, que cuida pessoalmente do design das peças, e o *Atelier Le Carrousel*, idealizado em dezembro de 2009 pela Lolita Raquel “Keka”, que já usava as habilidades de costura informalmente para produzir vestidos e saias para amigas próximas; o sucesso de seus vestidos *Classical Lolita* acabou dando vida à loja, que começou a produzir vestimentas em sintonia com a moda *kawaii*, como vestidos e saias que não comportam anágua e tops em tons pasteis.

Ambos funcionam através do *e-commerce*, onde a pessoa faz a compra de forma direta. A *Lojinha da Suu Hideto* tem um catálogo pré-definido, renovado com a chegada de novas coleções, além de algumas peças personalizáveis; eventualmente, é oferecida a *Lucky Pack*, caixa com itens variados onde o cliente só descobre o que recebeu quando abrir a caixa. No caso do *Le Carrousel*, algumas peças podem ser personalizadas de acordo com a necessidade, como laços de cabeça e vestidos sem estampas. O sistema é o mesmo: a pessoa faz o pagamento através de depósito, transferência bancária ou com o cartão de crédito, a loja prepara e envia o produto, e o cliente recebe em sua casa ou na agência dos Correios mais próxima. A política de troca e devolução fica a cargo de cada loja.

No mercado de moda alternativa do Brasil, há três tipos de lojas, a depender do tipo de transação oferecida: produtos autorais, importadoras e as de revenda. As autorais não vendem produtos feitos por outras pessoas, exceto no caso das *collabs*, quando um artista decide co-criar um artigo em parceria com outro *designer* ou um influenciador. As importadoras possuem uma mecânica de funcionamento similar ao

serviço de *shopping service*, onde o cliente pode ver o catálogo de produtos disponíveis para encomenda, pagando o valor antecipado e aguardando a chegada do pacote.

Por fim, as revendas pegam produtos em atacado no país de origem e repassam com uma margem de lucro variável. Os itens adicionais que compõem um guarda-roupa Lolita vão além dos encontrados nas lojas exclusivas para a moda, como acessórios, bolsas e perucas. Estes podem ser adquiridos em *e-commerces* de outros estilos ou mesmo em lojas de *cosplay*, aumentando significativamente as opções disponíveis para os adeptos.



Classical Rose Jumpershirt

R\$ 180,00

ou 3 x R\$ 63,60  
ou R\$ 165,60 no depósito

Tamanho

Comprar! Calcular o frete

- ▼ Não inclui anáquia
- ▼ Possui Corset lacing e shirring parcial nas costas
- ▼ Fita removível

Medidas	P	M	G
Busto	80~90 cm	85~95 cm	90~100 cm
Cintura	65~75 cm	75~85 cm	85~95 cm
Comp. Total	92 cm	95 cm	97 cm
Comp. da Saia	55 cm	57 cm	60 cm



suauidetostore • Seguir

Jaspe Libertode

suauidetostore Heart

Nossa modelo possui um coração especial assim como o nome da nossa nova coleção. @julyhatostars ficamos muito felizes por poder fazer estas fotos antes de sua partida para o Japão. Desejamos muito sucesso, amor e alegrias nesta nova fase. Gratidão ♥  
Fotos: Celso Okabe

#gothiclolita #gojocommunitylolita #gojocommunity #harajukufashion #alternativefashion #fashionstyle #suauidetostore #suauidetostore.br

Curtido por lobinho\_e\_ovelinha e outras 87 pessoas

27 de abril

Um dos vestidos disponíveis no site da Le Carrousel; Suu Hideto lança modelo na página da loja no Instagram.

## Empreendendo e aprendendo

Mais uma vez, a consolidação das plataformas digitais tornou possível o nascimento das “lojinhas”, termo mais usado para identificar os empreendimentos compostos por no máximo três pessoas. A adoção de um site para exibição do catálogo e finalização dos pagamentos é opcional, com servidores específicos para compras como *Loja Integrada*, *Iluria* e *Loja Nuvem*. A divulgação dos produtos é feita através das redes sociais, notadamente o *Instagram* e o *Facebook*. Para atrair possíveis compradores para a sua marca, os pequenos empreendedores se valem da produção de conteúdo pelos meios oferecidos em cada mídia, a exemplo de resenhas de compradores, história da marca e bastidores. Um dos empecilhos para o crescimento do negócio, além das condições financeiras para manter a produção, é o alto valor dos fretes por parte dos Correios.

Ainda que o monopólio da estatal seja apenas para a entrega de cartas e documentos, os preços praticados por outras prestadoras de serviço de encomendas como *FedEx* e *DHL* são muito superiores aos encontrados nos Correios. Para bijuterias e acessórios leves, existe a opção *PAC Mini*, que atende ao envio de objetos com até 300g. Contudo, o serviço está disponível apenas para empresas com contrato, trazendo a necessidade de registro como Micro-empendedor Individual (MEI) para obter o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

Os produtores independentes que não possuem CNPJ recorrem a outras opções, para não perderem as vendas. Uma delas é a plataforma *Melhor Envio*, que trabalha através de cotações de transportadoras para se obter o preço mais módico. Com ela, o frete tem uma redução de até 30%. O *Mercado Livre*, marketplace onde se acha todo tipo de produto, oferece aos clientes o programa de fidelidade *Mercado Pontos*, no qual toda compra gera uma pontuação que pode dar direito a frete grátis nas compras a partir de R\$ 120. Nos dois últimos anos, um e-commerce ganhou destaque no Brasil: o *Shopee*, criado para fazer concorrência direta ao já consolidado *AliExpress*. A diferença está na possibilidade de vendedores brasileiros abrirem lojas virtuais no site, com um benefício de desconto no frete que varia de acordo com o valor da compra: se for até R\$ 50, o desconto é de R\$ 20; excedendo os R\$ 50, a redução do frete passa a ser R\$ 30. Tanto o *Mercado Livre* quanto o *Shopee* são mais recomendados para quem já tem uma loja com presença e estoque consolidados, por conta do tempo de recebimento do dinheiro mais dilatado. Se uma Lolita deseja vender itens de forma isolada, não deve contar com a importância em curto prazo.



## Overseas e além

A iniciativa de empreendimento na Moda Lolita pode ter diversas motivações. Algumas começam a produção para uso próprio ou de pessoas próximas, acabam pegando gosto e se profissionalizando, começando a venda para o público externo; outras perderam o emprego e encontram no mercado uma forma de fazer renda ao mesmo tempo em que atendem uma necessidade, visto que muitos dos adeptos não sabem costurar e não desejam fazer importação; e uma parcela centrou sua carreira na costura ou artesanato, tornando o empreendedorismo um meio de vida. Empreender na Moda Lolita é a oportunidade de trabalhar com o que gosta, compreendendo os procedimentos técnicos e estilísticos que a silhueta tem. Além de zerar a taxa de importação e ajudar a fortalecer o mercado nacional, o apoio ao trabalho das artesãs e empreendedoras Lolita pode levar as criações a lugares que até então não se imaginava ir.

A loja de anáguas *Me Likes Tea*, chefiada por Tai Fontana, foi uma das primeiras a ganhar projeção internacional; no princípio, seu catálogo era confeccionado apenas com filó. Hoje, é possível encomendar anáguas personalizadas em diversas cores e o *e-commerce* da marca possui uma versão em inglês apenas para os pedidos overseas: suas criações já foram para outros países. Outro caso de sucesso é a marca de sapatos *Cotton Candy Feet*, criada pela mineira Mariana Cosenza em 2014. Ela começou apenas com sapatos básicos para a Moda Lolita; aos poucos, ela foi aprimorando os modelos e inserindo bolsas ao catálogo, que é bem avaliado nas redes sociais. Assim, a Moda Lolita no Brasil não apenas criou uma comunidade fiel; desenvolveu um mercado de nicho aquecido, criando oportunidades de trabalho para mulheres, que puderam enxergar num mundo de anáguas e rendas a chance de fazer o próprio destino.



# Atelier Charmant

**Vestuário Lolita**

**São Paulo (SP)**

**Autoria: Laura Siqueira**

**instagram: @atelier.charmant**

## **O que te motivou a costurar?**

Eu conheci a Moda Lolita quando era muito nova e não tinha nenhuma renda própria, já que minha mãe costurava e tinha todo o equipamento, fazer minhas próprias peças foi a forma mais em conta que eu encontrei de poder começar a usar a moda.

## **Qual foi a sua primeira peça?**

Minha primeira peça Lolita foi uma saia de devorê de veludo que minha mãe fez para eu usar no casamento do meu primo. Pedi para ela fazer uma peça que depois eu pudesse usar em Lolita, tenho a saia até hoje. A primeira peça Lolita que eu costurei para mim e deu certo foi uma saia vermelha de bolinhas com a cintura de elástico e um babado na barra.

## **Quais foram as dificuldades enfrentadas pelo ateliê?**

As dificuldades são várias, as lojinhas no Brasil são negócios pequenos e isso por si só já é difícil. Ainda temos que lidar com a crise no país e consequente perda de poder aquisitivo dos nossos clientes. Outra coisa é que muitas clientes esperam que, por não sermos as marcas japonesas que já são bem estabelecidas e desejadas pela comunidade, deveríamos ter preço de Aliexpress e isso não é viável com o valor do material e uma produção pequena onde normalmente trabalhamos em uma só peça de cada vez.

## Que tipo de peça tem mais saída?

Cutsews e boleros, sem sombra de dúvida.

## Qual foi a peça que te deixou mais feliz em fazer?

O Dama das Camélias. É um vestido lindo que teve bastante saída. É o tipo de peça que eu queria fazer quando comecei com a loja e fiquei muito feliz de ver o quanto as pessoas gostaram dela.

## Qual conselho você daria para quem quer montar o próprio negócio?

Tenha plena confiança em você mesma e na sua integridade antes de começar. Não deixe que ninguém faça você duvidar da sua capacidade ou do quanto você é uma pessoa correta.



Saia feita pelo Atelier Charmant  
(Imagem cedida pela fonte)





**OP Dama das Camélias, criação que deixou Laura orgulhosa. (Imagem cedida pela fonte)**



# Lojinha da Annah Hel

**Vestuário Lolita**

**São Paulo (SP)**

**Autoria: Annah Hel**

**instagram: @loja.da.annah**

## **O que te motivou a costurar?**

Comecei a usar a Moda Lolita em 2013, tinha acabado de terminar a faculdade e tinha muito tempo livre e pouco dinheiro, então decidi aprender a costurar para poder ter minhas próprias peças. Recebi muito feedback positivo a respeito das coisas que estava fazendo para mim mesma e pedidos para costurar peças para amigas, logo criei uma página no Facebook para mostrar meu trabalho e pegar pedidos de encomendas.

## **Qual foi a sua primeira peça?**

Uma saia preta com babados, fiz ela de acordo com instruções de um tutorial no youtube e ajuda da minha sogra, que me ensinou a operar a máquina.

## **Quais foram as dificuldades enfrentadas pelo ateliê?**

Desde o começo, achei muito importante deixar explícito qual era o nicho de visual que a loja iria atender, assim como o fato que não se trata de uma confecção com funcionários terceirizados e sim de costura artesanal, atualmente realizada por mim mesma e pela minha amiga Amy. Minha maior dificuldade é falar “não” para pedidos que não tem a ver com a proposta da loja, ou que mesmo que tenham a ver, são impossíveis de serem realizados artesanalmente, seja por questão de disponibilidade de materiais ou de ética. Por exemplo, quando pedem réplicas de estampa ou de modelos muito elaborados e característicos.

## Que tipo de peça tem mais saída?

Varia de tempos em tempos, às vezes são as anáguas, às vezes as blusinhas estilo cropped, ultimamente as pessoas tem pedido vestidos do tipo One Piece.

## Qual foi a peça que te deixou mais feliz em fazer?

Cada novo item em que sinto que aprendi ou melhorei em algo me deixa muito feliz, mas o meu favorito até hoje é o Titania OP. Eu e a Amy desenvolvemos todos os detalhes e molde dele para o Meeting Nacional de 2017, tenho muito orgulho desse vestido!

## Qual conselho você daria para quem quer montar o próprio negócio?

Ter paciência e valorizar o próprio trabalho.

Anágua de chiffon da lojinha,  
um dos carros-chefe. (Imagem  
cedida pela fonte)







OP Titania, um item concebido pela dupla Annah e Amy para o Meeting Nacional 2017. (Imagem cedida pela fonte)



# Devas

**Acessórios Lolita**

**São Paulo (SP)**

**Autoria: Mariane Gomes**

**instagram: @lojadevas**

## O que te motivou a costurar?

Acredito que a maior influência foi ver minha avó e minha mãe fazendo coisas em casa, como decoração “diferentona” e customizações em coisas prontas - costura feita a mão ou improvisações. Isso com certeza foi um incentivo a querer brincar de costurar. Já na época de escola comecei a me interessar por modas alternativas, desenhos animados que mostravam roupas diferentes e sempre amei ver televisão (vício mesmo). Vendo filmes sempre com figurinos diferentes, clipes musicais na MTV também. Então para ter algo diferente era mais através de customização.

## Qual foi a sua primeira peça?

Na vida, acho que foi vestindo bonecas com folhas do quintal hahah. Costura mesmo acredito que só quando ingressei na faculdade de Moda, onde aprendi modelagem e costura industrial. Na Devas, a primeira peça foi uma mini cartola com tecidos e outros materiais que tinha em casa. Guardo a peça até hoje.

## Quais foram as dificuldades enfrentadas pelo ateliê?

Por ser uma loja focada em atender um nicho específico, tivemos de criar peças mais abrangentes e versáteis para que atingissem um público maior ou não teríamos sobrevivido. Também foi difícil se firmar no começo, num grupo tão fechado e até desconfiado. Demorou bastante para criar uma cartela de clientes fiéis que nos seguem até hoje.

## Que tipo de peça tem mais saída?

No começo da loja as peças mais vendidas eram as mini cartolas. Hoje acredito que sejam os wrist cuffs, aqueles braceletes elásticos de renda ou outro tecido em babados.

## Qual foi a peça que te deixou mais feliz em fazer?

Os chifres inspirados no filme “Maleficent” que a Isis (uma antiga parceira da loja Mimiminou) pediu para criarmos. Ela só disse para criarmos algo inspirado no filme e enviou imagens de referência com algo bem sutil e pequeno. Ela precisava de algo diferente para um editorial de moda da loja dela. Na madrugada eu comecei a fazer testes no ateliê e confeccionei os chifres grandes presos num arco. Fiquei muito feliz em ver como ficou e depois mais feliz ainda pela reação dela ao ver a peça.



Cesta de piquenique para  
Country ou Sweet Lolita feita  
pela Devas.  
(Imagem cedida pela fonte)



## Qual conselho você daria para quem quer montar o próprio negócio?

Planejar muito bem cada etapa, coisa que não fiz e atrapalhou bastante. Pesquisar muito qual a persona da loja, quem são as pessoas que quer alcançar com as suas criações. Estudar muito para não ter prejuízo e saber a diferença entre valor e preço. Pesquise sempre e nunca pare de estudar. Acredite nas suas ideias e corra atrás dos seus sonhos. Se trabalhar focando neles, sempre terá motivação.



Acessório de cabeça feito por encomenda para cliente de Londrina (PR)



# Me Likes Tea

Vestuário Lolita

Autoria: Tai Fontana

instagram: @melikestea

## O que motivou a costurar?

Antes de a MeLikesTea se tornar MeLikesTea oficialmente, a fundadora já aceitava encomendas de diversos tipos de roupas nas comunidades e fóruns Lolita no Brasil e no exterior. A motivação principal foi ajudar a bancar os estudos na universidade.

## Qual foi a primeira peça?

Quando a MeLikesTea se tornou uma empresa, já fabricávamos majoritariamente Anáguas, mas a primeira peça Lolita que foi confeccionada pela fundadora, em meados de 2008, foi um vestido floral que está conosco até hoje.

## Quais foram as dificuldades enfrentadas pelo ateliê?

Foi o medo de dar passos maiores e crescer.

## Que tipo de peça tem mais saída?

No momento a anágua mais vendida é a Hybrid Poof Monster.

## Qual foi a peça que te deixou mais feliz em fazer?

Ficamos felizes em fazer todas as anaguas por serem peças exclusivas para cada cliente que as encomenda, mas as coloridas sempre dão uma satisfação a mais!

## Qual conselho você daria para quem quer montar o próprio negócio?

Insistir muito e não ter medo de errar.



Hybrid Poof Monster, a anágua mais vendida pela Me Likes Tea





**Bloomers feitos pela Me Likes  
Tea. (Fotos de divulgação da loja)**





Publicação veiculada no Rorita Secret, página do Facebook voltada para confissões de Lolitas.





# Capítulo 5

Tem pedra no sapato





**E**ra feriado prolongado, então o Meeting teve a data alterada. Algumas pessoas do grupo Lolita local foram viajar, e a mudança foi de comum acordo para que todos pudessem comparecer. Como era um sábado, não havia trabalhos ou outras obrigações pela frente, então ela podia relaxar e ouvir música, enquanto aguardava o anúncio da Lucky Pack da sua marca favorita. Ela tinha reservado um limite em seu cartão de crédito para a compra e era uma oportunidade única, na qual ela poderia adquirir cinco itens pelo preço de dois. A fim de passar o tempo, ela ficou pelo Instagram vendo as fotos de suas Lolitas internacionais favoritas e suspirando pelos próximos itens que poderia comprar.

Até que o ícone de mensagem privada mostrou uma notificação. Era uma grande amiga que conheceu por conta da Moda Lolita, mandando um áudio tão longo que mais parecia um podcast. A mensagem seguinte foi pior: uma foto dela mesma, com o rosto riscado com a ferramenta de caneta do Paint, com a legenda 'Além de só fazer outs péssimos, ainda é uma vadia elitista'. Em princípio, ela bufou com desdém: quem tinha tanto tempo livre para ofender os outros gratuitamente? Ela já era veterana na cena Lolita. Dez anos atrás, as fofocas eram as mesmas, e ela sabia como aqueles insultos poderiam ser devastadores para algumas pessoas. Custando, inclusive, a permanência no estilo. Alguns minutos depois, a pose impassível acabou e ela se desfez em lágrimas. Aquilo mexeu com ela”



## **Nem tudo são flores**

A história da Moda Lolita não é feita apenas de grandes sucessos, como o surgimento de marcas e a difusão mundial do estilo. Os tensionamentos começavam pelo nome da subcultura: embora o termo 'Moda Lolita' exista desde 1987, o nome permanece o mesmo até hoje, apesar de todas as discussões que ainda circulam sobre o tema. Como se trata de uma moda de rua nascida de forma espontânea e perpetuada através do uso coletivo, dificilmente alguém pode chegar isoladamente e anunciar que o nome passará a ser outro, assim como Manabu Sato fez com os termos '*Elegant Gothic Lolita*' e '*Elegant Gothic Aristocratic*' criados por ele para definir uma variedade específica de visuais. Por conta do caráter romântico, elegante emanado pela estética da Moda Lolita, aqueles que a conhecem apenas de vista podem acreditar que a comunidade é composta em sua integridade por pessoas meigas, dóceis e que nunca discutem por nada; e que o clima entre os adeptos é como uma grande festa do chá sem hora de terminar, onde todos trocam elogios e se amam.

As coisas, entretanto, funcionam de forma bem diferente. Assim como diversas lojas de renome na Moda Lolita fecharam suas portas, como foi o caso da *Putumayo* (2008) e da *h.Naoto* (2017), diversos adeptos começaram a divulgar em suas redes sociais o *Leaving Lolita*, quando todo o acervo é posto à venda para um adeus sem volta. As razões para alguém deixar a Moda Lolita são tão pessoais quanto as motivações para começar, e podem acontecer independentemente do tempo de estilo. Assim, foram registrados casos de quem parou depois de quase uma década, como também de indivíduos que nem chegaram a montar o seu primeiro visual, apesar de ter adquirido as peças. Fizemos uma pesquisa em março de 2021, para descobrir as razões que poderiam fazer o admirador brasileiro da Moda Lolita deixar as anáguas para trás. Os resultados foram bastante homogêneos: entre as opções que disponibilizamos na enquete, todas tiveram pelo menos um voto. Como a Moda Lolita é uma estética que demanda bastante investimento pessoal, é preciso pensar bastante antes de sair dele, de forma que a decisão é norteadada por mais de um motivo.

## Saudades, dinheiro

Um dos motivos mais identificados é a falta de condições para manter um guarda-roupa em longo prazo. No capítulo anterior, vimos que a Moda Lolita no Brasil se torna um *hobby* de alto custo, assim como a arte do *cosplay*: para montar um figurino digno de competições e desfiles, a pessoa interessada precisa adquirir materiais e aviamentos de qualidade. Eventualmente, é preciso contratar os serviços de um *cosmaker*, profissional especializado na confecção de indumentárias, no caso de falta de tempo ou habilidade.

Quando o *cosplay* desejado é uma armadura, o custo sobe ainda mais por conta da forja de cada item, por meio da impressão 3D ou dos materiais tradicionais como alumínio ou fibra de vidro. Em grupos de compra e venda do *Facebook*, uma armadura feita de modo profissional não sai por menos de R\$ 2000. No caso da Moda Lolita, há alguns itens dos quais não se pode abrir mão, mesmo com as eventuais concessões que um adepto pode fazer no Brasil, como a troca de modelo de blusa e meias.

A arte do improviso, trocando peças estritamente Lolita por *offbrand*, classificação dada para os achados em lojas comuns, funciona melhor em estilos mais sóbrios, como o *Classical* e o *Gothic Lolita*: com a habilidade de garimpo e pesquisa, é perfeitamente possível encontrar produtos compatíveis em brechós, notadamente os especializados em moda *vintage*, assim como nas redes de departamento. Já para os fãs do *Sweet Lolita*, pode surgir a sensação que está faltando alguma coisa com o uso de algum item genérico. O

maior dos exemplos nesta subdivisão é o sapato boneca. Mesmo com o desenho e o salto apropriado para a Moda Lolita, é provável senti-lo deslocado no meio da riqueza de detalhes.

Com isso, a tendência é pela aquisição de modelos mais decorados, como os *Tea Party Shoes*. Outro exemplo são as anáguas: embora os saiotos no estilo tutu de balé possam dar um volume equivalente, os confeccionados por ateliês voltados para a Moda Lolita foram construídos especificamente para a modelagem dos vestidos do estilo. Some-se a isso a subida no preço dos insumos e a necessidade de valorização do trabalho das artesãs e costureiras, justificando o valor final das peças.

Para os amantes das *burandos* japonesas, é preciso lidar com o maior custo agregado embutido na compra, por conta das taxas de importação e conversão de moeda, mesmo que a peça seja de segunda mão (afinal, a dona anterior pagou por elas no momento da aquisição). Sendo assim, é preciso algum jogo de cintura com as finanças e uma forma de renda fixa, a fim de manter o guarda-roupa e fazer investimentos, ainda que periódicos. Sem estes fatores, a permanência no estilo é posta em risco.

## Outras prioridades

Este fator é evocado principalmente por Lolitas mais experientes. Como o maior público entre os adeptos da moda no Brasil está na faixa entre 25 a 29 anos, é possível deduzir que um turbilhão de acontecimentos passa pelo cotidiano de quem está nesta fase da vida. Universidade, mestrado e doutorado, casamento, filhos... São muitas variáveis, e a pessoa pode estar passando por todas ao mesmo tempo. Dito isso, o tempo que era dedicado aos *hobbies* pode ser reduzido. Quem entra na Moda Lolita costuma definir o ritual de vestimenta e maquiagem como algo extremamente prazeroso, mas reconhece a duração como longa.

E praticidade definitivamente não é uma palavra para definir a moda, apesar da versão mais simplificada que constitui o *Casual Lolita*. Preparar mamadeiras, correr para entregar a tese ao orientador e aproveitar o sol para lavar a roupa acumulada num mesmo dia pode se configurar incompatível com horas para se arrumar e comparecer a uma reunião. Nessa corrida para atender a todos os universos da vida, o *hobby* pode acabar indo para a gaveta, seja de forma temporária ou definitiva.

Para um equilíbrio no cotidiano, a manutenção de uma atividade por mero divertimento é essencial para o bem-estar mental; assim, os adeptos da Moda Lolita eventualmente podem dividir o tempo com



outros *hobbies*. Eles podem ser diretamente relacionados à cultura pop japonesa, como a prática do cosplay, o colecionismo de mangás, a participação em fóruns de fãs de animes, no aplicativo Amino ou na plataforma 4Chan. A escrita também pode ser uma válvula de escape: os fãs de determinado universo ficcional podem se dedicar às histórias originais, as chamadas fanfics, populares nos fóruns Spirit Fanfictions e Nyah! Fanfictions.

Mas não só: a lista de opções é tão extensa quanto o catálogo de prints já lançadas pela Angelic Pretty. Entre as Lolitas, os hobbies mais populares são fotografia, literatura, cinema, artesanato, jardinagem e o colecionismo de bonecas, com destaque para as personagens da saga Monster High, criada pela Mattel, e das pullips, bonecas articuladas personalizáveis. Alguns dos entretenimentos citados, tais como a fotografia e a coleção de pullips possuem investimento tão alto quanto a Moda Lolita, tornando mais difícil a conciliação e obrigando os adeptos a fazerem escolhas.

Em outros casos, a paixão pelo segundo hobby se torna mais expressiva e é chegada a hora de se despedir do mundo Lolita. Um caso emblemático no Brasil foi o da idealizadora do blog Pastel Cubes Luly Salle. Residente em Porto Alegre, entusiasta dos estilos de moda de Harajuku e considerada uma inspiração para a cultura kawaii no país, Luly é apaixonada por brinquedos dos anos oitenta, e decidiu vender quase todo o seu acervo em setembro de 2019 para investir na sua igualmente extensa coleção de bonecas, pôneis e ursos de pelúcia. Quando anunciou a mudança de foco, Luly relatou ser grata pela experiência vivida na moda e as amizades que construiu por causa da estética japonesa de rua, mas estava fechando um ciclo. “A Luly será a mesma, só que menos colorida e mais Luly do dia a dia”.

## **Que pressão!**

Com o advento do Marketing Digital, não faltam cursos nas redes sociais ensinando como ‘capturar’ a atenção de alguém para acompanhar um conteúdo ou comprar de um negócio. Na Publicidade, um bom título para um texto deve atender aos chamados ‘gatilhos mentais’, que ativam algum sentimento ou aspiração no leitor. Um dos mais importantes é a chamada prova social: se uma pessoa não tem os mesmos hábitos, ela está ‘por fora’. O que isso tem a ver com Moda Lolita? Como se trata de um estilo sem compromisso com as tendências de moda, que mudam a todo tempo, ela se insere na categoria de subcultura. Ou seja: quem a veste está contra os padrões.

Para o adepto, isso não tem importância, pois a estética alternativa existe justamente para atender ao desejo de autenticidade; entretanto, seus familiares e amigos podem não enxergar da mesma forma. Existem, sim, aqueles que apoiam o interesse da Lolita em vestir o que veste. Todavia, a grande maioria acredita que o estilo é só uma questão de tempo e que é preciso ‘crescer’, com o argumento de que ninguém levará um fã da cultura a sério e a suposta infantilidade acarretará na perda de conquistas elementares, como empregos, faculdades e relacionamentos românticos.

A discussão ganha mais corpo com o crescimento dos canais de televisão fechada: redes como *Discovery Network* exibem em sua programação *realities* de mudança de estilo, a exemplo do *What Not to Wear* (que ganhou versão brasileira no SBT, batizada de *Esquadrão da Moda*) e do *Love, Lust or Run?*, shows comandados por Stacy London. O segundo teve o nome traduzido no Brasil para “*Pegar ou Largar*”. Em tese, a intenção do show é trazer ‘senso estético’ para quem se veste de forma considerada inadequada. Costumes como excesso de sensualidade no vestir e a predileção por roupas muito largas são alegados pelos colegas, amigos ou parentes dos indicados ao programa, para que seja feita uma mudança de visual.

Entretanto, também já foram veiculados episódios onde pessoas alternativas aparecem, incluindo adeptos da Moda Lolita. Entre os motivos para a indicação por parte da família, pode ser exemplificada a inadequação da roupa para a idade cronológica ou local de trabalho, a extravagância para o dia-a-dia e a infantilidade das estampas e acessórios. Diante dos fatos, é notável a pressão que alguém situado na Moda Lolita possa sentir, especialmente quando se está há muito tempo usando as roupas. Depois das críticas relacionadas à infantilidade, a pergunta vem: ‘Será que ainda tenho idade para vestir essas coisas?’.

Há mais objeções que podem levar alguém a desistir da Moda Lolita são a falta do ‘biótipo ideal’ e a sensação de incompletude diante dos visuais das Lolitas japonesas. Nas páginas das redes sociais voltadas para a “*inspiração Lolita*”, a maioria esmagadora das fotos veiculadas é de Lolitas consideradas dentro de um padrão: brancas, com até 1.65 de altura, magras e com um rosto formado por traços finos. As próprias marcas de alta-costura Lolita, até os últimos cinco anos, faziam suas peças principais considerando o padrão de medidas asiático: um G que serve a uma Lolita japonesa equivale a um P no Brasil. Na atualidade, as Lolitas com corpos dissidentes ainda encontram dificuldades para encontrar coisas de que gostam, e uma maior disponibilidade de tamanhos tornou-se possível graças às *indie brands*, que produzem peças *plus size friendly*, que atendem ao público com busto acima de 100 cm e cintura acima de 85 cm. Outra solução encontrada pelas Lolitas *plus size* é a alteração de peças, desfazendo laços e outros itens para ajustar as medidas, através da inserção do elástico nas costas denominado de *shirring*. Contudo, esta intervenção é rechaçada por muitas Lolitas, e pode terminar em bullying nas redes sociais.

## Tretas, segredos e onde habitam

Sabe aquele grupo de *WhatsApp* da família, onde se conversa sobre todos os assuntos, incluindo as fofocas sobre esse ou aquele membro? Na história da Moda Lolita, não é diferente. As comunidades locais são como pequenos reinos, panos de fundo para o desenvolvimento de inúmeros acontecimentos entre seus integrantes. Se alguém comete alguma falha, a notícia não tarda a se espalhar, como aconteceria numa cidade interiorana; quando o assunto é de interesse nacional, os boatos correm ainda mais rapidamente. O primeiro e mais longevo ponto de fofoca Lolita é o *Behind the Bows*, hospedado na plataforma *Livejournal* desde janeiro de 2012 com postagens semanais, normalmente feitas aos sábados.

Até o momento, mais de 170 mil comentários foram escritos no *blog*, que está perto da milésima postagem. Há uma política para postagens, que orienta para a cobertura de rostos e informações na elaboração das imagens que serão postadas. A página aceita conteúdos de qualquer país, contanto que o idioma usado seja o inglês; assim, brasileiras já foram publicadas e enviaram seus desabafo. Sim, desabafo: embora a fofoca seja um chamariz do *Behind the Bows*, o objetivo do site é mostrar literalmente o que acontece ‘atrás dos laços’, como críticas sobre produtos lançados pelas *burandos*, erros em peças feitas à mão, dúvidas sobre o próximo passo na Moda Lolita e piadas sobre a política dos Estados Unidos são publicados. Cancelamento de ‘celebridades’ Lolita e ataques pessoais também são permitidos, provocando confusões generalizadas nos comentários.



No *Behind the Bows*, ataques pessoais são comuns. “Eu queria que todo mundo soubesse como você é uma vadiazinha de duas caras”



## Fogo no parquinho!

Um pouco antes da criação do *Behind the Bows*, a comunidade Lolita do Brasil já tinha alguns espaços para extravasar suas indignações, desabafar sobre suas frustrações e destilar sua dose de veneno diária. Com os anos 2000, ganharam popularidade os fóruns onde não era preciso se identificar – os chamados *chans*. Na época, as mulheres não costumavam ser bem recebidas nas plataformas, sofrendo ataques sexistas quando tentavam se infiltrar. Para preencher a lacuna, foi criado em 2011 o fórum *Magalichan*, feito por mulheres e para mulheres. É considerado o primeiro *imageboard* voltado para bater papo sobre o universo feminino, com anonimato garantido e sem restrições de temas.

A Moda Lolita era representada pela subdivisão */loli/* do *imageboard*, com uma seção conhecida como *Arrozal*, onde o clima era similar ao encontrado no *Behind the Bows*. O *Magalichan* original durou apenas três anos, sendo derrubado em 2014. Um retorno foi ensaiado em 2018, sob o título *Magalichan 2 – A Resistência*; entretanto, em 2019, a dona decidiu se afastar, principalmente por conta da invasão de *trolls* ao fórum, que apareciam exclusivamente com o propósito de causar discórdia entre as participantes. Hoje, há uma nova versão do *Magalichan* no site *9Chan*, mas sem a divisão Lolita e com uma movimentação muito menor do que a dos tempos de ouro. No *Orkut*, estavam disponíveis as comunidades *Treta Roriita* e *Roriita Secrets*, com propósitos parecidos.



The screenshot shows a forum thread on the 'ANIME FRIENDS' forum. The thread title is 'Primeiro chan para mulheres BR!'. The forum has 55,706 members. The thread contains several posts:

- Magali** (5 out): 'Primeiro chan para mulheres BR! Pra quem não sabe um **Imageboard** (também conhecido como chan) é um tipo de fórum de discussão que se baseia na postagem de imagens e texto, geralmente de forma anônima, do qual o representante mais conhecido é o americano 4chan. Sua origem está ligada aos fóruns online sobre cultura japonesa. Há vários chans BR, e temos um espaço para quem curte cosplay e lolita, dá uma confira. [Link: http://magalichan.net](http://magalichan.net)
- Sacola Man** (5 out): 'elas obrigam a gente a mostrar o pinto se a gente tenta participar....'
- Magali** (5 out): '>chan para mulheres'
- Sacola Man** (5 out): '>implicando que não tá cheio de homem se passando por mulher aliás, tá cheio de cobra venenosa por lá, principalmente naquela board de lolita...taquepariu...se elas mordem a língua, cai dura na hora....'
- Sacola Man** (5 out): 'Also, esse desenho do seu perfil, foi minha namorada que fez :3'
- Gerson \*** (5 out): 'Ainda existe 4chan, brchan e Derivados?'
- Sacola Man** (5 out): 'o Derivados eu não conhecia...'

## **'Presa por ser detestável'**

No mesmo ano em que o *Magalichan* se encerrou, surgiu um blog de vida curta e com um pavio mais curto ainda: o anônimo *Lolita Police*, hospedado no *Blogger*. Foram apenas quatro postagens, mas venenosas o bastante para fazer a treta acontecer. Segundo a dona do *blog*, que não se identificava, o intuito era postar “notícias” e críticas a respeito de outras Lolitas. A pessoa poderia escolher se revelava a identidade ou não: “Aceitamos comentários anônimos, para quem não quer dar cara a tapa. Mas, quem não deve não teme, não é verdade?”.

Ainda disponível para visualização, as críticas poderiam ser motivadas por escolha infeliz no visual ou até mesmo por conta de uma opinião pessoal, que terminava em discussões acaloradas nos comentários. A dona do *Lolita Police* não se preocupava com a distribuição de veneno: “Se você acha tudo isso injusto, o problema é de todas as pseudoveteranas do Brasil, que fazem merda apenas por serem veteranas e terem um milhão de amigos”. O *blog* foi abandonado ainda em 2013.

## **Muro das lamentações**

Com os últimos suspiros do *Orkut*, que encerraria suas atividades em 2014, o conteúdo relacionado às comunidades Lolita foi migrando aos poucos para o *Facebook* desde o ano de 2012. Em março, foi criado o perfil *Roriita Secrets*, para receber as confissões da comunidade brasileira. Os conteúdos podem ser comparados ao *Behind the Bows*, mas a semelhança se encerra nas imagens elaboradas de forma anônima com cobertura de nomes e rostos. Havia um prazo para o envio dos segredos, que eram postados em álbuns, e ataques pessoais eram totalmente proibidos. Ao contrário do que acontecia no *Magalichan*, os comentários eram nominais. Se a pessoa não queria se identificar, precisava usar uma conta falsa.

A maior diferença, deste modo, se reflete no tipo de segredos que eram ‘contados’ à dona do perfil. Se o *Behind the Bows* recebe com frequência ataques entre Lolitas e ofensas direcionadas a integrantes ou comunidades inteiras, no Brasil os desabaços campeões de visualizações eram relacionados à má qualidade de produtos ou prestações de serviços de lojas específicas de Moda Lolita. Em seguida, vinham os desabaços sobre a falta de realização de *meetings* pela comunidade local, a sensação de fazer visuais abaixo das

Postagens na página Secret Roriita (Facebook). A maioria fazia críticas aos visuais ou à cena como um todo.

Algumas lolitas brasileiras ainda precisam aprender conceitos básicos não só de lolita, mas de moda. Algumas dicas para vocês:

censurei todas as meninas, espero que não se importem!



Golas peter-pan só ficam bem em quem tem pouco busto. Jabots também.



Perucas loiras (perucas claras no geral) só ficam bem em quem tem a pele clara.



Full shirring só fica bem em quem é magra e com pouco busto.



Meias estampadas e saias curtas só ficam bem em quem tem pernas finas.



Eu acredito que lolita não é só para certas pessoas. Todos podem usar e ficar bem, desde que usem as peças certas para o seu tipo de corpo.

Tentei não usar modelos japonesas ou scans de revistas para mostrar que nossas lolitas, com corpos diferentes, sabem se adaptar. Nem tudo que sai na bible vai ficar bem em você.

**Todas lolitas dizem que odeiam sites de hate e fofoca e que os consideram tolice. Ainda assim, os sites de hate e ódio da comunidade brasileira continuam super ativos.**



Foi postada em um site de ódio? E agora?

**Falsidade, até quando?**



expectativas ou a vontade de deixar o estilo por uma suposta inadequação. Pontualmente, surgiam piadas com quem estava começando e não queria pesquisar as informações sobre a Moda Lolita por conta própria, e conselhos do que não fazer num visual completo.

## **Tem bode na linha**

A singularidade da comunidade Lolita mundial consegue se refletir até mesmo nos motivos causadores de intriga, que poderiam ser classificados em categorias; algumas tretas se encaixam em mais de um tipo. A primeira se refere aos hábitos de consumo. Entre as grandes marcas, tais como *Angelic Pretty* e *Alice and the Pirates*, e as *indie brands* como *Surface Spell* e *Magic Tea Party*, há uma terceira via, a favorita de muitas Lolitas com o orçamento mais reduzido: a *Body Line*.

A loja japonesa foi criada em 2003 e nem era especializada em Moda Lolita: seu foco era a venda de roupas íntimas. Aos poucos, foram acrescentados cosplays e acessórios; só a partir de 2007 os itens Lolita começaram a aparecer no catálogo, como uma opção para quem queria conseguir montar um visual pagando um valor menor. Alguns dos vestidos eram réplicas das *burandos*, como o conhecido JSK de poodles originalmente produzido pela *Innocent World*, sob o nome “*François Rose*”.

A *Body Line* é um exemplo emblemático para explicar os diferentes níveis de polêmica dentro da cena Lolita, incluindo a comunidade brasileira, pois consegue ser alvo de três tipos diferentes de crítica. Por suas origens e pela equivalência de sua proposta com a C&A, há quem não a considere como uma marca Lolita real, e julgue os visuais de outra Lolita cliente da *Body Line* como de má qualidade. Ainda que a companhia nos últimos cinco anos tenha trazido lançamentos de sucesso, como o JSK de produção própria “*Unicorn & Friends*”, uma parcela da comunidade se recusa a vestir a marca, ou relega a existência: “*É só Body Line*”.

## **Réplica, tréplica**

A questão das réplicas pesa muito para o boicote à marca. O designer tem um trabalho considerável na concepção de uma estampa original, debruçando-se por horas nos detalhes; assim, as réplicas são repudiadas por uma parcela significativa da comunidade Lolita por conta da questão envolvendo a propriedade intelectual sob a *print*. A plataforma *Lace Market* não permite o leilão ou venda de réplicas de roupas

cujos detalhes e personagens sejam de uma *burando* específica, a exemplo do *Usakumya* da *Baby*. Existem outras empresas que oferecem réplicas das marcas de alta-costura, como a *Dream of Lolita* e a *Oojia*, e são igualmente evitadas.

Entretanto, outra fatia da comunidade vê as réplicas e as peças criadas pela *Body Line* como uma oportunidade de chegar mais perto dos itens de *brand*, seja pela diferença de preço ou por conta dos tamanhos que não atendem os corpos dissidentes. A *Body Line* foi uma das primeiras companhias a oferecer o tamanho 6L em suas roupas, que vestem pessoas com busto até 125 cm e cintura até 110 cm, e essa variedade de manequins ajudou muito na democratização da Moda Lolita. Deste modo, aquelas que só vestem as grandes marcas (também chamadas de *brandwhores*, ‘vadias de marca’) são rotuladas como elitistas pelas defensoras da ‘*Bodelinha*’, como é carinhosamente chamada a loja de departamentos. As apaixonadas pelas marcas replicam que existem opções mais viáveis para usar a Moda Lolita, como pedir a um ateliê local: assim, há o apoio ao mercado interno e a uma empreendedora independente.

## **“Não tenho paciência pra quem ta começando”**

Além do *Arrozal* e dos grupos de *Treta Lolita*, o Brasil chegou a ter um grupo no extinto *Messenger* entre 2010 e 2012. Tratava-se do “*Terreiro Lolita, onde o ebó usa laço*”, com a mesma finalidade: jogar conversa fora, contar as novidades, e soltar algum veneno. Aqui, trazemos novamente o conceito de *ita*: por desinformação, as Lolitas iniciantes estão mais sujeitas às más escolhas no momento de montar o primeiro visual, colocando itens que não condizem com a silhueta do estilo. Alguns exemplos: sapatilha de plástico, vestido de cetim brilhante, saia na altura da coxa, orelhinhas de gato malfeitas e luvas com renda dura de náilon.

Elas juram de pés juntos que estão usando Lolita, quando não estão – e estavam entre as vítimas favoritas do público do *Terreiro*, virando motivo de chacota e gargalhadas. Casos como este são mostrados à exaustão no board /cgl/ do site *4Chan*, uma versão internacional do *Magalichan*, no tópico “*Ita Thread*”. Assim como no BTB, brasileiras também podem postar e ser postadas. Os comentários podem ir muito além da análise de uma peça errada ou de uma combinação infeliz num visual, partindo para ofensas em relação à aparência física, especialmente com pessoas não-magras, podendo ouvir insultos como “*braços de salsicha*” e “*peito de pão de fôrma*”.

## Sem perdão

O boicote à *Body Line* é reforçado pelo caráter do seu dono, conhecido como Mr. Yan, um careca excêntrico na faixa dos 50 anos que chegou a vender travesseiros de corpo com a sua imagem, os *Dakimakuras*. Ele conseguiu dar projeção internacional à sua loja através da liquidação realizada anualmente em setembro, mês do seu aniversário. Mr. Yan se envolveu em várias polêmicas, principalmente quando realizava concursos de modelo para escolher o próximo rosto que estamparia os anúncios da *Body Line*. Os certames, na verdade, não passavam de um pretexto para que Yan tentasse encontrar uma *waifu* (esposa). Três incidentes diferentes entre 2009 e 2013, quando as garotas recusaram as investidas de Yan, acenderam o debate sobre assédio na Moda Lolita.

No momento presente, não foram encontrados grupos de fofoca voltados apenas para a comunidade brasileira. Nas regras de convivência da maioria dos grupos locais, é expressa a proibição de ataques pessoais e ofensas, por qualquer razão. Quando o nível de ofensa é mais grave, envolvendo crimes de ódio como racismo e homofobia, a pessoa é exposta e sujeita à ascendente cultura do cancelamento nas redes sociais. A razão mais provável é o amadurecimento da maior parte dos integrantes da cena Lolita. Com outras responsabilidades no caminho, e uma caminhada relativamente longa no estilo, não há mais o mesmo tempo nem necessidade de provocar alguém por motivos fúteis.





Misako Aoki durante o Meeting Nacional Lolita realizado em São Paulo, 2017.



# Capítulo 6

É babado, querida!





Chegou o último final de semana do mês de agosto, e com ele o evento mais esperado do calendário de quem era apreciador da cultura oriental. Com o passar dos anos, ela deixou de gostar da maior parte dos festivais: gente demais, calor maior ainda, atrações que não justificavam o valor cobrado pelo ingresso e fila para todo o tipo de atividade. Assim, ela fugia dessas festividades, como um famoso deputado com quase trinta anos de mandato corria de suas responsabilidades. Aquela costumava ser uma exceção, e a reunião para se produzir já era um evento por si só: decidir de forma antecipada o que vestir, pegar coisas emprestadas com outra Lolita, se arrumar em grupo.

Naquele ano, havia muito trabalho a ser feito. Ela e suas amigas decidiram por montar um estande relacionado à Moda Lolita. As semanas que antecederam o evento foram de muita correria: era preciso providenciar material decorativo, fazer peças para impressão, separar o manequim e as roupas que estariam em exposição. Depois de preparar a cenografia e deixar todo o conteúdo pronto no estande, elas precisariam se arrumar. Naquele tipo de evento, o tempo transcorria na mesma velocidade em que o famoso ouriço Sonic disputaria a São Silvestre. Visitantes curiosos, fotógrafos, pessoas da imprensa: era muita gente para lidar. Ao final do dia, todas estavam exaustas. Mas ela sabia que o sentimento era de satisfação, por espalhar a palavra sobre a Moda Lolita. ”



## Curiosidade: mola do mundo

Se alguém perguntasse a um fã da cultura popular japonesa qual era o seu maior sonho, ele responderia sem titubear: conhecer Tóquio, o lugar onde tudo começou. Uma vez imerso nesse universo de *animes* e *mangás*, vem o desejo de ver como são as coisas no mundo real. Ainda que esse *otaku* eventualmente se decepcione ao ver que a maioria usa roupas do cotidiano e não os trajes elaborados dos desenhos animados, o prazer da contemplação de eventos reais, como a floração das cerejeiras, já é um motivador para conhecer o Japão.



O roteiro de viagem acaba incluindo os distritos de Akihabara, conhecido pelas lojas de tecnologia e diversões eletrônicas, e Harajuku, que contribuiu para a origem do estilo tema deste livro. Turistas ainda enfrentam a multidão que corre para pegar o trem na estação Shibuya para conhecer os complexos de lojas de moda, como o Shibuya 109, e contemplar os adeptos de estilos autorais que eventualmente passam pelas ruas do bairro. O mesmo ocorre com os eventos de anime e festivais de cultura japonesa. Antes de qualquer coisa, é um engano pensar que apenas os otakus são frequentadores destas festividades.

Assim como as viagens nacionais e internacionais são um meio importante de contato com outras pessoas e manifestações culturais, o mesmo ocorre com os eventos. Páginas de humor no Facebook foram tentando catalogar os tipos de participantes, mas a verdade é que os motivos para comparecer a um festival são vários. Há quem nunca viu um desenho animado japonês na vida, mas quer conhecer um universo diferente e aproveita a oportunidade que o evento oferece para ampliar o seu repertório. Em consequência, enquanto ele circula pelo evento, acaba encontrando os cosplayers, que vão para competir ou se divertir, e também os adeptos de modas alternativas, incluindo as Lolitas.

### **“É cosplay de quê?”**

Quando uma Lolita vai a um evento desta categoria, ela perde as contas de quantas vezes teve sua trajetória interrompida por um fotógrafo fazendo registros do seu visual, de uma criança emocionada com a semelhança com uma ‘boneca’, ou simplesmente de alguém que ficou curioso ao ver o estilo e quis saber do que se tratava. Estas situações são recorrentes desde a história dos festivais de *anime* do Brasil, e não foram poucas as Lolitas que procuraram ajuda de outros adeptos para lidar com as perguntas mais frequentes: “É cosplay de quê?”, “Qual é o seu personagem?”, “De onde vem essa moda?”

Com uma maior difusão da Moda Lolita a partir de 2012, grupos regionais passaram a ter um espaço nos festivais de cultura oriental, por iniciativa própria ou a convite da organização promotora, através das salas temáticas. Os estandes ficavam no mesmo eixo dos ambientes voltados para *hobbies* específicos, como *RPGs*, arquearia e batalha campal, e serviam como forma de divulgação do estilo para outras pessoas. Para os adeptos, era um meio de sair dos círculos privados para trazer uma informação mais consistente e tirar dúvidas sobre a Moda Lolita.

As salas temáticas se diferem em tamanho e organização de acordo com a comunidade que a organiza,



Sala temática no Anime Friends (SP), 2012. (Créditos: Blog Reino de Morango)

mas alguns modos de preparação costumam recorrer. Boa parte tenta criar uma ambientação que lembre um salão de chá ou uma casa de bonecas colocando objetos com aparência mais suntuosa, trazidos de suas próprias casas ou emprestados de outros lugares. A presença de um manequim vestido com um *outfit* completo também ajuda na compreensão do público de como a estética deve ser, assim como cartazes ou *banners* explicando a origem do visual e a diferença entre as principais subdivisões. Quando é possível, também são expostas revistas japonesas de moda, além de uma pequena televisão mostrando referências Lolita na mídia.

Além das salas temáticas, outra atração que passou a ser oferecida com mais frequência nos eventos de *anime* do Brasil foi o desfile Lolita. Antes realizado só para a categoria *cosplay*, os adeptos tinham a chance de subir ao palco principal e mostrar o visual do dia para a platéia, após uma breve explicação sobre a subcultura. Nas cidades que não possuem um momento de passarela exclusivo para a moda, *cosplayers* e Lolitas desfilam juntos, com as devidas diferenças entre os hobbies.

Para diminuir a estranheza do público diante das roupas inspiradas no período vitoriano, também entraram para a grade de programação em alguns estados as palestras sobre Moda Lolita, geralmente proferidas por estudiosos da cultura japonesa, ou por adeptos com maior repertório sobre o estilo e desenvoltura nos palcos. No conteúdo, um passeio rápido pelo histórico da moda, principais subdivisões e itens que não podem faltar num visual.

## Escrita em laços

Falamos sobre o papel do *Orkut* para os primeiros contatos com outros adeptos da Moda Lolita na rede, com a criação de diversas comunidades relacionadas ao tema, desde o básico para se começar um visual até os grupos de *'treta'*. Entretanto, outra ferramenta responsável pela difusão da Moda Lolita nas redes foram os *blogs*, que tiveram seu auge nos anos 2000. Funcionavam como uma espécie de diário virtual, no qual o usuário podia personalizar sua página e escrever sobre qualquer tema.

Diversas plataformas nasceram e desapareceram, mas uma das pioneiras continua em atividade: o *Blogger*, plataforma criada no ano de 1999 e pertencente ao Google desde 2003. Teve como seu principal trunfo a possibilidade de criação de conteúdo diretamente na página, facilitando a vida de quem não sabia mexer com a codificação *HTML*. Algumas Lolitas que mais se destacavam nas comunidades de seus estados





O blog Reino de Morango.

# REINO DE MORANGO

HomeSobreLifestyleLolitaBelezaMaternidadeCulináriaPaganismoContato

---

terça-feira, 21 de julho de 2009

## Primeiro post!

### Big opening! -q

Olá :D Primeiro post é uma droga porque acabamos nos apresentando e não falamos de nada realmente interessante. Mas... isso é um blog pessoal, se eu não falasse de mim seria muito estranho.

Enfim, eu consegui fazer o blog todo hoje \o/ A Felh me incentivou e de manhã catel umas imagens pela net, depois do almoço sentei na frente do PC e... codifiquei tudo na unha, porque é assim que se faz ok. Front Page e Dreamweaver é pra n00b, eu uso Bloco de Notas (Y)

Falando em n00b, fui chamada de n00b por uma ita otaku trevosa. Que tenso isso. É, tô ligadz que eu não manjo das lolitárias e que pessoas que usam batom preto e orelha de gato entendem muito mais do estilo do que eu :) Altas tretas ultimamente; não passa um dia que estejamos em paz...

Pra quem não entendeu, o que rola é que eu sou uma lolita elitista que deveria morrer porque acho que All Star não combina com um vestido com rendas e babados. E a pessoa tem toodo o direito de vestir mini blusa, minissaia e falar que é lolita. Certo, a pessoa tem esse direito, e eu tenho o direito de discordar. E a ita otaku trevosa tem o direito de me pentelhar dizendo que eu me acho dona do estilo e que não tenho diploma de lolita do Mana pra julgar os outros (?). A gente aponta os erros, tenta ajudar e só leva paçada e fama de nojenta, lindo isso. Não vale à pena se estressar por essas coisas u u

Beleza, o post não foi só uma apresentação, pelo ou menos isso.

Ah! Caso possa interessara alguém, abri uma lojinha, por enquanto bem pobre. Adicionem o perfil no arkut: [Ichigo hime store](#).

Comentem, continuem me visitando, blablabla, corassuum ♥ aaaaae \o/

### Princess Ichigo

---

Ichigo, 31 anos, mãe da Erika e do Giorfindel. Formada em Moda. Colectora canecas e livros de receita. Sonserina convicta que ama cozinhar, costurar, ler, bordar e cheirar gatinhos.

[Leia mais ▼](#)

### O Blog

---

O Reino de Morango é o blog de uma lifestyle lolita que ama morangos, que ama princesas e quer se cercar apenas de coisas bonitas. Aqui você encontrará artigos e traduções em sua maioria sobre lolita e lifestyle, reviews de maquiagem e receitas ▼

passaram a produzir os próprios *blogs*.

Nas páginas, os leitores podiam encontrar resenhas sobre compras em lojas do Brasil e no exterior, bem como orientações e conselhos em relação à Moda Lolita de um modo geral. Também eram comuns os artigos de opinião acerca de temas polêmicos na cena, como a suposta obrigatoriedade de se aderir ao *Lolita Lifestyle*, modo de vida no qual a adepta deveria agir como uma dama “prendada, doce e recatada”, e a difusão das páginas de fofoca sobre outras pessoas que usavam Lolita.

A divulgação dos *blogs* normalmente acontecia nas próprias redes sociais e nos grupos relacionados à estética, mas o sistema de ranqueamento de resultados do Google tornava possível para quem digitasse as palavras “Moda Lolita” no buscador encontrar o conteúdo autoral. Os *blogs* do estilo foram essenciais para se aprender mais sobre os conceitos, uma vez que era difícil encontrar material em português. Para integrar ainda mais os criadores de conteúdo, foi criada em 2015 a *Alternative Fashion & Lifestyle Blog Network*, que reunia *blogs* de Moda Lolita e outras subculturas. Para ser membro, era necessário se comprometer com as postagens mensais e preencher uma ficha de intenção.

Quando o assunto é “*blog* de Moda Lolita”, o endereço mais lembrado pelos adeptos é o *Reino de Morango*, criado pela paulista Thaís Thieme Hirota Simas em 2009. O *blog* ganhou o nome por causa do pseudônimo de Simas, *Ichigo* (morango, em japonês), e acumula mais de 1,5 milhões de acessos desde a primeira postagem. Simas se notabilizou pela tradução dos ensaios de Novala Takemoto sobre o ‘ser Lolita’ e dos artigos veiculados no *blog* americano *F\*\*\* Yeah Lolita*, criado em 2004 e considerado referência na cena internacional por ensinar como usar Lolita em qualquer situação, dentre outros temas de relevância.

Todavia, o *Reino de Morango* não se resumia a traduções. *Ichigo* escrevia sobre diversos temas para além da Moda Lolita, quando precisava sair da cidade de Garça (SP) para participar dos encontros na capital paulista: seus temas favoritos são culinária, literatura e paganismo, além de resenhas de produtos de maquiagem e cuidados para a pele. Hoje com 31 anos, *Ichigo* se tornou mãe da pequena Erika Yukihime e responsável pela loja *Morangato*, que vende peças bordadas em ponto cruz e produtos Lolita. O *blog* teve uma movimentação maior até o ano de 2019, quando Simas passou a estar mais presente no *Instagram* e o ritmo de postagens foi caindo. Ainda assim, o *Reino de Morango* é considerado por muitas Lolitas de grande valia para quem está começando a descobrir a moda e não sabe como dar o primeiro passo.

De 2010 em diante, vários blogs de Moda Lolita começaram a surgir, a maioria registrada na plataforma *Blogger*, com intuitos parecidos: registrar o dia-a-dia no estilo, mostrar aos seguidores as compras mais recentes (os chamados *Got Lolita*), fazer avaliações de lojas, elaborar listas de desejos e expressar a própria visão de mundo através dos mais variados gêneros textuais, como crônicas, poemas e contos. Alguns exemplos são os blogs *My Subarashii Lolidays*, idealizado pela então *Gothic Lolita* Karine Yudo, o já mencionado *Dias de Chá*, feito por Carolina Dias, e o *Pote de Estrelas*, mantido por uma Lolita de pseudônimo Hoshi.

Com o passar dos anos, os *blogs* foram se extinguindo, por conta do apogeu de outras plataformas digitais. Manter um endereço próprio exige um considerável esforço e disciplina por parte do idealizador: envolve fatores como identidade visual, através da criação de um modelo responsivo que possa ser lido de forma apropriada em qualquer dispositivo, produção de imagens (no caso de resenhas e avaliações), calendário de postagens, edição de texto, e frequência de atualização. Com a sensação constante de falta de tempo e a existência de outras responsabilidades na rotina, nem sempre é viável continuar com um *blog*.

Entretanto, não significa que os *blogs* morreram, pois há pensamentos que não cabem em cinco linhas. Destacamos dois exemplos de páginas criadas antes de 2015 que ainda resistem: o *blog* *Sussurro do Ar*, mantido pela catarinense Ichigo Fujiwara, e o *Gota de Baunilha*, com autoria da Lolita mineira Laura Ribeiro, que já teve o ateliê *Poti Poti*. Ao mesmo tempo, adeptas já veteranas na Moda Lolita resolveram recriar *blogs*, para compartilhar pensamentos de forma mais detalhista. Foi o caminho trilhado pela entusiasta Tay de Lioncurt, que abriu a página *Unicórnio Alternativo* para discorrer sobre questões que atingem as Lolitas *plus size*, entre outros temas. Algumas donas de ateliês nacionais também voltaram ao universo *blogger*, como a Annah Hel com o *blog* *Satan et Frills*, e Laura Siqueira, designer do Atelier Charmant.

## **As bandas que ninguém ouviu**

Um hábito recorrente para Lolitas de toda parte do mundo é acompanhar toda e qualquer representatividade do estilo nas mídias, sejam elas “de massa” ou alternativas. No antigo fórum Moda Lolita Brasil, havia um tópico intitulado “*Lolitas na Mídia*”, onde eram catalogadas todas as menções sobre a subcultura veiculadas na imprensa, desde aparições em documentários sobre o Japão até uma breve passagem no seriado estadunidense *Os Feiticeiros de Waverly Place*. Ainda é possível rever algumas das reportagens e materiais veiculados entre 2007 e 2011 no *YouTube*.





O grupo de idols Lolita Meltia.  
(Reprodução/Pinterest)

No auge da difusão da Moda Lolita, foi formado em 2014 o grupo musical *Meltia*, onde as cantoras usavam os vestidos do estilo nos figurinos; há boatos de que o nome seria uma referência à print *Melty Chocolate*, da *Angelic Pretty*. O *Meltia* durou pouco: dois anos depois, no ano de 2016, o grupo se separou, deixando um único álbum, “*A Corsage of White Rose*”, com cinco faixas que misturam pop e música eletrônica, bastante similar ao estilo que deu projeção internacional à cantora virtual *Hatsune Miku*, cuja existência se tornou possível por causa do software de síntese de voz Vocaloid. Outra banda que apareceu eventualmente usando as roupas da Moda Lolita foi a *EME 15*, derivada da novela mexicana *Miss XV*.

A trama, produzida pela mesma equipe que fez as gravações da novela *Rebelde*, foi exibida originalmente em 2012 e tinha como pano de fundo as festividades de quinze anos (no México, a comemoração é conhecida como *Quinceañera*), e tinha uma personagem que escrevia um blog sobre moda alternativa. No Brasil, *Miss XV* saiu pelo canal fechado Nickelodeon. A novela adolescente não foi bem vista aos olhos da comunidade Lolita, pois os vestidos foram cortados para ficarem mais curtos e acabavam descaracterizando a silhueta padrão. O estilo das protagonistas foi batizado como “*Moda Cupcake*”, causando estranheza ao público.

## **Imagem é tudo**

O *Instagram*, criado em 2010, acabou caindo no gosto da comunidade Lolita. Com o grande apelo visual da moda, os recursos disponibilizados pela plataforma facilitaram e muito a criação de conteúdo. Não era mais necessário passar horas editando colunas e codificações de um modelo para o *blog*, bem como escrever textos mais longos. No *Instagram*, basta uma foto ou no máximo dez, para o caso de publicações no estilo carrossel e uma legenda suficiente para passar a mensagem desejada: a postagem estava pronta.

Numa pesquisa na barra de busca disponibilizada para descobertas no *Instagram*, a *hashtag* *#lolitafashion* pontua 1.116.158 publicações relacionadas nesta categoria. É importante destacar que esta marca não engloba apenas registros associados à vertente de Moda Harajuku, mas também fotos de roupas inspiradas no filme *Lolita* (1998), dirigido por Adrian Lyne. Entretanto, se for usada a pesquisa por *#modalolita*, este número cai para 5.315 postagens, o que não quer dizer que haja poucas adeptas da Moda Lolita na rede: é possível usar ambas as rotulações na postagem. Não há um número exato de *hashtags* que se deve utilizar; o máximo recomendado são dez.

Entretanto, a categoria específica mais usada dentro da cena Lolita é a *#eglcommunity*, inspirada no termo cunhado por Mana-sama, que se tornou o título da comunidade hospedada no *Livejournal*, com 295.293 utilizações, e suas similares: *#egl* (213.412 registros) e *#eglfashion* (137.007 registros). Eventualmente, estas são utilizadas em substituição à *hashtag* *#lolitafashion*. Além das categorias gerais para o estilo, são usadas *hashtags* voltadas às subdivisões que representam os visuais, tais como *#sweetlolita*, com 602.021 ocorrências, *#gothiclolita* (428.142) e *#classiclolita* (181.120). Há, ainda, as tags específicas de biótipo e etnia, como *#plussielolita*, pontuando 14.503 ocorrências, e *#blacklolita*, que registra 8.546 resultados.

A experiência das Lolitas brasileiras no *Instagram* não se difere muito da cena internacional, por conta das funcionalidades da rede social. Entre os usos recorrentes, está a facilidade para descobrir outros adeptos em sua região, promovendo a interação e a descoberta de gostos em comum, partilhar visões e opiniões sobre sua experiência individual e de grupo no estilo, documentar os visuais já elaborados e planejar novos, apresentar suas novas aquisições e fazer resenhas sobre lojas nas quais fizeram compras, recomendando ou não a loja em questão. As Lolitas com alguma habilidade fazem vídeos de curta duração (os chamados *Reels*, de até 30s) ou mais elaborados (*IGTV*, até 60 minutos) para ensinar sobre maquiagem, costura ou algo importante para a vida no estilo.

No Brasil, o perfil mais seguido de uma Lolita é o da paulista Ana Carolina Kusuki, a autora do blog *Tea and Macarons*. Com 12 mil seguidores, a geógrafa começou na Moda Lolita de forma bastante tímida e com roupas de segunda mão; aos poucos, ela foi aprendendo a costurar por conta própria com os moldes das revistas voltadas ao estilo, como as extintas *Kera* e *Gothic&Lolita Bible*, para poder se manter ativa. Hoje, ela é uma das poucas Lolitas no Brasil a adotar o *Lifestyle*, com a inspiração da Moda Lolita em cada canto do seu quarto, partilhando registros do seu cotidiano com os seguidores. Seus armários comportam mais de trinta vestidos Lolita, a maioria da *Angelic Pretty*, sua *brand* favorita. Além disso, ela colaborou com a versão digital da *Kera* como correspondente, escrevendo sobre os encontros que aconteciam em São Paulo.

## Costurando “pra fora”

Marcando presença nesta plataforma digital, os ateliês nacionais de Moda Lolita conseguem um contato mais próximo de seu público-alvo, exibir as criações mais recentes e expandir sua área de atuação. Sendo a internet o principal canal de venda para quem deseja se engajar no estilo, por conta da inexistência de lojas físicas, saber estabelecer um bom perfil nas redes sociais se torna vital para qualquer tipo de negócio, pois é



desta forma que se faz o primeiro contato com uma marca, que influencia na decisão final de compra.

A loja de sapatos e bolsas *Cotton Candy Feet*, que possui 26,8 mil seguidores no *Instagram*, e o ateliê de anáguas *Me Likes Tea*, seguida por 3.463 pessoas na plataforma, são os exemplos mais bem-sucedidos de presença digital dentro do mercado Lolita. Ambas fazem envios para todo o mundo e tiveram seus produtos utilizados por influenciadoras conhecidas no meio Lolita, como a *youtuber* canadense Lovely Lor, que participou da última edição do Meeting Nacional Lolita, que ocorreu em 2018 na cidade de Curitiba (PR). Mariana Cosenza, proprietária da CCF, e Taiane Fontana, à frente da MLT, firmaram uma parceria e oferecem aos compradores internacionais a possibilidade de adquirir produtos das duas lojas pagando um único frete; a iniciativa demonstra o forte senso de comunidade que engendra a Moda Lolita.

Para conquistar novos territórios, tanto a *Cotton Candy Feet* quanto a *Me Likes Tea* fizeram uma cuidadosa construção de presença nas mídias sociais, usando recursos como uma boa qualidade das imagens de divulgação, criação de conteúdo interativo de acordo com as especificações de cada plataforma e a manutenção de um bom relacionamento com os potenciais clientes. Entre os recursos adicionais, figuram as parcerias com influenciadoras da Moda Lolita, conforme visto nas postagens de divulgação da CCF com a autora do *Tea and Macarons* exibindo visuais elaborados com as bolsas e sapatos da marca, e a personalização no atendimento. A *Me Likes Tea* oferece cartões-presente, modalidade na qual o cliente carrega um valor para ofertar a outra pessoa, que escolherá qual anágua ou acessório vai querer.

## **Festa do babado**

Em 2014, surgiu o principal evento relacionado especificamente à cultura *kawaii* no Brasil, o *Mimi Party*, e a responsável pela idéia foi uma Lolita: a cantora Akemi Matsuda, nomeada como a Embaixadora da Moda *Kawaii* do país. O evento, realizado em São Paulo, é conceituado como “uma festa para quem ama o *Kawaii*”. Com um tema diferente a cada ano, o festival costuma ter a presença do cônsul geral do Japão no Brasil.

Cerca de mil pessoas compareceram a cada uma das seis edições do festival, que oferece uma vasta programação que abrange palestras, desfiles e concursos de moda, dança e artesanato para os participantes, além de um café temático com comidas e estandes de venda de produtos *kawaii*, jogos e brincadeiras.

Akemi espera que o *Mimi Party* possa crescer ainda mais, levando a cultura *kawaii* para outras áreas da sociedade.

Para as Lolitas, o *Mimi Party* pode virar mais uma oportunidade para usar o estilo num ambiente onde as pessoas compreendam o que está sendo vestido, até por conta da ligação de Matsuda com a Moda Lolita, conhecer melhor outros adeptos com quem só conversavam nas redes sociais e realizar presencialmente negociações de itens, para evitar o pagamento do envio pelos Correios, que pode custar até R\$ 100 por pacote.

## O encontro

Embora cada uma das comunidades Lolita no Brasil tenha seus próprios encontros locais, com frequência e temática variadas, outros tipos de *meetings* também merecem destaque. As regiões Norte e Nordeste realizaram duas edições do *North Meeting*: a primeira aconteceu em São Luís (MA), com o tema pirata, e a segunda foi sediada em Salvador (BA), cuja escolha para 2016 foi “*Time Travel*”. Embora fosse de bom tom usar um visual dentro do tema, não era uma obrigatoriedade, ampliando assim o público participante. Na programação, constavam palestras, sorteios, passeios por pontos turísticos relacionados ao tema e realização de ensaios fotográficos. Na parte sul do Brasil, era realizado o *South Meeting*, usando as mesmas mecânicas e com a presença de adeptos das regiões Sul e Sudeste.

Mas o encontro do ano para a Moda Lolita é o *Meeting Nacional*, realizado durante seis anos de forma anual, sempre numa cidade diferente e com Lolitas do Estado escolhido como responsáveis pela organização. Todas as edições são norteadas por uma estética diferente, decidida durante o período de escolha da próxima cidade a sediar o encontro. Nas últimas edições, os temas foram “*Jardim Secreto*” (São Paulo, 2017) e “*Casamento Real*” (Curitiba, 2018). Assim como a dinâmica observada no *Mimi Party*, o *Meeting Nacional* contempla palestras, estandes de venda de itens relacionados à Moda Lolita, brincadeiras, área reservada para fotos de visual e um *buffet* para o chá, com opções para restrições alimentares.

Com o passar dos anos, foram realizadas parcerias com alguns ateliês especializados em Moda Lolita, que ofereciam brindes com a compra do ingresso básico, como acessórios, blusas e bolsas. Para além das atrações elaboradas pela organização, eventualmente eram trazidos convidados internacionais para





O Meeting Nacional envolve uma série de atividades. (Créditos: Nelson Alves/Fotógrafo)



aumentar o apelo do Meeting. Nas edições do evento, já participaram Briz Blossom, Lovely Lor e a própria Embaixadora Kawaii do Japão Misako Aoki. Para tornar o *meeting* real, são vendidos ingressos para participar do evento, na faixa de R\$ 150, e vagas para estandistas, que ficam entre R\$ 350 e R\$ 500.

No caso da edição de São Paulo, que trouxe Misako Aoki, a comunidade responsável pelo *Meeting Nacional* lançou um financiamento na plataforma *Catarse*, a fim de custear as despesas envolvendo o evento: aluguel do espaço, alimentação, itens de decoração, atrações, custos relacionados à divulgação, brindes, sorteios e atividades, além de arcar com a própria taxa do *Catarse*, que é de 13% sobre o valor arrecadado. A princípio, Misako não havia sido cogitada para o *meeting*, mas a possibilidade de tê-la como atração mobilizou quem queria participar do evento. O resultado se refletiu na cifra arrecadada: a meta era de R\$ 17 mil, e a organização conseguiu angariar R\$ 43.590, quase o triplo do valor proposto.

Uma das opções de ingressos disponíveis previa a possibilidade de se sentar à mesma mesa dos convidados e ter uma foto juntos; também era oferecido o *Meet and Greet*, para quem queria ao menos cumprimentar a personalidade Lolita favorita. A presença de convidados ‘de fora’ gerava desconforto em algumas pessoas: por ser um evento para enaltecer a comunidade nacional, era posta em questão a presença de Lolitas estrangeiras, havendo produtoras de conteúdo relevantes dentro da própria cena. Para a organização, trazer referências internacionais na Moda Lolita era um ‘algo a mais’, para dar ainda mais vontade de participar do evento.

Depois da edição de 2018 realizada em Curitiba, a comunidade Lolita do Brasil começou a discutir a possibilidade de realização do *meeting* de dois em dois anos, a fim de dar um tempo maior para que os participantes de outros estados se organizassem melhor para o deslocamento e despesas da viagem. A ideia foi aprovada e a sétima edição ficou agendada para 2020, em Belo Horizonte (MG) com a temática “Moda Lolita e o Cinema”.

Para o evento mineiro, incluindo os kits de ingresso com brindes a depender da marca apoiadora, foram colocadas à disposição duas opções de passeio fotográfico. Uma contempla visitas a dois pontos turísticos de Belo Horizonte: o Parque Municipal Américo René Gianetti e o Cemitério do Bonfim, e outra é um passeio guiado por Ouro Preto, com a presença de uma historiadora para explicar sobre a arte mineira.



Gabriela Mion, campeã do  
Ribbon Fashion Contest 2017.  
(Reprodução/Facebook)

## Luz na passarela que lá vem ela

Se o país tem um concurso de *Miss Brasil*, onde candidatas de vários estados disputam a faixa e a coroa que as levará a bons contratos e uma conseqüente fama, a Moda Lolita tem o seu equivalente: o *Ribbon Fashion Contest*, organizado desde 2013 pelo blog *Kawaii Kei*, em parceria com a produtora de eventos *Yamato*, responsável por diversos eventos de anime pelo país, com destaque para o *Anime Friends*. Segundo a ilustradora Lea Kakao, envolvida com o projeto desde o começo, o Ribbon tem como intuito uma divulgação da Moda Lolita feita de uma forma saudável e interativa, estimulando a criatividade e o empenho das Lolitas.

As seletivas são realizadas no *Anime Friends* e em outros eventos realizados pela *Yamato*, e também através da Internet, e as escolhidas vão para a final, que acontece no evento *Ressaca Friends*. Para participar, é preciso ler o artigo disponibilizado no *Kawaii Kei* sobre a Moda Lolita a fim de certificação se o visual se encaixa ou não no estilo, preencher uma ficha com informações básicas e enviar fotos de um *outfit* à escolha da pessoa interessada. O prêmio para as três melhores do concurso varia a cada ano, mas todos são de *brands* Lolita, como meias da *Angelic Pretty* e vestidos da *Baby*.

Para participar, é preciso ter mais de doze anos de idade. Os interessados abaixo dos dezoito precisam de uma autorização por escrito dos pais ou responsáveis legais. A banca de jurados já incluiu o cantor e entusiasta da Moda Lolita Kaya, e os critérios de avaliação passam pelo empenho e harmonia no visual como um todo, criatividade e equilíbrio na escolha das peças, e fidelidade às vertentes da Moda Lolita. Não é levada em conta a aparência física do participante, nem são feitas perguntas técnicas como histórico da Moda Lolita ou das marcas envolvidas. Na última edição, a vencedora foi a taróloga formada em Moda Gabriela Mion, de Maringá (PR).

## Botando bloomer na TV

Com a febre dos eventos de anime e uma maior difusão da estética Lolita no Brasil, a curiosidade sobre o estilo aumentou consideravelmente. Em muitos estados, os adeptos da moda eram chamados a darem depoimentos para reportagens de telejornais e participar em programas de abrangência regional ou



nacional, a maioria do gênero de entretenimento. Os contatos costumam acontecer durante os festivais de cultura oriental ou através das redes sociais, quando o repórter busca por personagens específicas para uma matéria.

As pautas mais recorrentes para se pedir a participação de Lolitas são os aniversários de imigração japonesa para o Brasil, a cultura otaku e principalmente séries sobre ‘estilos diferentes’. Desde 2007, adeptos brasileiros já apareceram em programas como o *Todo Seu* (Gazeta), *GNT Fashion* (GNT), *O Mundo Segundo os Brasileiros* (Bandeirantes), e no *PC na TV*, na MTV (atualmente Loading).

Na cena Lolita do Brasil, são comuns a animação em ver a estética representada na mídia, e a consequente apreensão em saber como a matéria ficará no final: o maior medo para uma Lolita brasileira que aceita dar entrevista é ter seu discurso cortado ou distorcido com a edição. O episódio mais conhecido é a participação de adeptas da comunidade do Rio de Janeiro no extinto programa *Esquenta*, apresentado por Regina Casé nas tardes de domingo da Rede Globo em 2015. Na ocasião, o tema da atração era a cultura do Japão, e a produção queria mostrar a Moda Lolita enquanto vertente da moda de rua do país. Seis Lolitas aceitaram participar das gravações do dominical, vestidas com visuais representando diferentes subculturas.

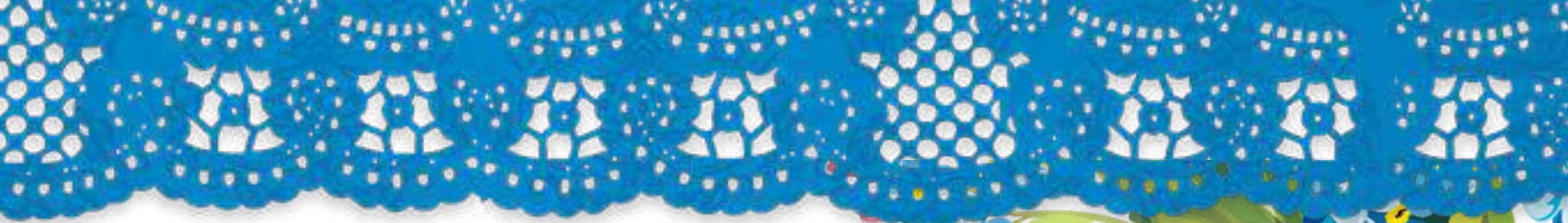
Embora a oportunidade de falar sobre o estilo em rede nacional teoricamente seja atrativa para a difusão, a participação no *Esquenta* se revelou inconveniente para as garotas que apareceram na televisão. Nas redes sociais, elas contaram que não tiveram chances de falar mais sobre a história da moda enquanto estavam no ar, e a edição final cortou falas relevantes para o entendimento do público, focando no aspecto ‘*freak show*’ provocado pelo encontro com algo diferente do usual. Assim, acabou sendo reforçado o sentimento de desconfiança a cada vez que dizem que “tem Lolita na TV”.



Participação das Lolitas do  
Rio de Janeiro no programa  
Esquenta. (Reprodução/Rede  
Globo)







# Capítulo 7

**“A Moda Lolita Mudou  
Minha Vida”**



**E**ra uma segunda-feira, ela acordou cedo e foi surpreendida com o aviso de que o professor estava com problemas pessoais, motivo pelo qual a aula do dia estava cancelada. Para fazer bom uso do tempo livre, decidiu limpar o guarda-roupa, não sem colocar uma música para tocar. O descanso de tela no seu celular lembrou-a de que seu aniversário era na semana seguinte: ela faria trinta anos. 'O auge', sussurrou consigo mesma, sendo convidada a uma reflexão que sempre aparecia nos dias anteriores ao seu aniversário. 'Será que eu ainda tenho idade para usar essas coisas?'

Abriu as duas primeiras portas, e o colorido exuberante das estampas Sweet Lolita que tanto gostava encheu seus olhos com a mesma tranquilidade de sempre. Escolheu um dos vestidos, com estampa de estrelas cadentes brilhantes, e o vestiu. Mesmo sem os acompanhamentos, ela se sentiu bonita como não costumava acontecer em ocasiões normais desde a sua adolescência, quando havia recebido apelidos nada honrosos como 'troncha' e 'baiacu'.

Depois da arrumação das araras, ela foi para os classificadores onde guardava faturas dos cartões de crédito e outras miudezas. Quando abriu a diminuta pasta branca, dela saltaram cartas e bilhetes das amigas que fez por causa da Moda Lolita, e dos olhos escorreu um pranto contido, sincero, do fundo da alma. Todos os comentários maldosos que ela já recebeu um dia se desfaziam como nuvens ao final da chuva. Mesmo que tudo acabasse ali, não havia motivo que a fizesse se arrepender de ter começado.



## **Não são só roupas**

No capítulo sobre as 'tretas Lolita', um dos argumentos mais utilizados para rebater quem tece críticas às pessoas que não tem 'modos de uma dama' é uma frase bastante conhecida da comunidade internacional: são só roupas. A intenção deste discurso pode ser vista como uma tentativa de mostrar que a Moda Lolita não é feita apenas para as garotas asiáticas ou caucasianas, de baixa estatura e traços similares ao de uma boneca de porcelana.

Como roupas são feitas para caberem em corpos e não o oposto, qualquer pessoa que se interessa por um estilo tem o direito de vesti-las, sem a obrigatoriedade de se encaixar dentro de um padrão físico ou de comportamento específico. Se no caso da moda *mainstream* a liberdade de expressão já é um conceito importante na hora do estudo de tendências, na Moda Lolita isso se torna ainda mais vital, sobretudo pelo conceito de autenticidade.

Aqueles que tentam catalogar os adeptos pelo seu ‘nível de verdade Lolita’ usando como régua os hábitos e tipos de personalidade certamente não colocam em mente os motivos pelos quais a Moda Lolita se tornou possível. Na cultura japonesa, muitas expectativas são colocadas a respeito dos indivíduos, que devem alcançar certos padrões para serem ‘alguém’. No caso dos adolescentes, espera-se que eles estudem à exaustão para ingressar nas concorridas universidades do Japão; caso não consigam, podem ser vistos como uma vergonha para a família. Com isso, a moda alternativa vista em Harajuku se tornou uma forma de resistência à padronização.

No Brasil, não é muito diferente: para ser visto como alguém integrado à sociedade, o indivíduo precisa cumprir com uma lista de requisitos básicos muito parecidos com uma lista de supermercado: casar, ter filhos, conseguir um emprego ‘de carteira’ no qual o uniforme é a máxima, e mesmo nas horas de lazer deve-se pensar numa forma de ser produtivo. Assim, não haveria espaço nem tempo para singularidades como a Moda Lolita, principalmente por conta da dificuldade de lidar com o diferente.

Assim, a máxima “São só roupas” deve ser analisada de uma forma mais ampla. De fato, a indumentária passa por constantes evoluções para atender ao contexto e às necessidades de quem a veste, e não deve ser entendida como o ponto único de essência para uma pessoa; ela pode muito bem usar roupas específicas e ter gostos diferentes, como falamos desde o início. Entretanto, não se pode ignorar o papel significativo da Moda Lolita enquanto meio de construção de identidades e criação de vínculos entre os indivíduos. Vamos entender como isso acontece.



## **Dona da coisa toda**

Durante a pesquisa para construir esta obra, procuramos por referências de outras Lolitas que pudessem nos ajudar a explicar como as pessoas se sentem enquanto estão usando a moda. Nessa busca, nós voltamos ao trabalho final de Aline Rochedo, com seu título *“Eu me Sinto no Topo do Mundo Usando Lolita”*. Pareceu-nos uma declaração muito potente em relação ao estilo, que soa como um momento único no cotidiano de um adepto: no momento em que o visual está pronto, há a sensação de invencibilidade, sendo uma saída de um cotidiano asfixiante para um mundo próprio.

Assim, ficamos curiosos e de imediato inserimos no Censo Lolita 2020 outra seção inédita: *“Headpiece: Sentimentos em Lolita”*. Queríamos saber como as pessoas se sentiam no momento em que usavam algum visual entre as vertentes da Moda Lolita, usando as próprias palavras. A sensação era, de fato, de plenitude? Após a leitura dos comentários enviados pelos 302 participantes do formulário, o título escolhido por Rochedo se confirmou. As pessoas de fato sentem que a experiência proporcionada pela Moda Lolita influencia de forma positiva em seu estado de espírito, dando-lhes mais força para encarar os desafios do cotidiano. A resposta se traduziu em uma porcentagem avassaladora: 97% dos participantes consideram a Moda Lolita empoderadora.

Embora seja constante a necessidade por parte dos entusiastas de explicar a diferença entre a Moda Lolita e uma fantasia para o público, razão pela qual as reportagens sobre o tema são recebidas com desconfiança, o ‘faz de conta’ se torna verídico no instante em que as adversidades são momentaneamente deixadas de lado. Uma adepta expressa bem esta afirmação, ao explicar o que sente quando usa Lolita: *“A moda em si me faz sentir como se o mundo ao redor não importasse”*. Assim, quando se usa a Moda Lolita, o que importa é viver aquele momento, usando roupas carregadas de um valor afetivo incomparável ao efetivamente pago no ato da compra.

## **Descobrimo a si**

Nos programas veiculados com a participação das Lolitas, uma das perguntas mais frequentes é se o desejo de vestir uma moda diferente é motivado por ‘chamar a atenção’. Embora a Moda Lolita seja de fato chamativa, e uma parcela das adeptas se anime com a possibilidade de ser fotografada, participar de desfiles, fazer entrevistas e produzir conteúdo sobre o tema, não quer dizer que o intuito é se vestir para

outra pessoa. Sair em público usando os *outfits* é apenas uma das facetas da experiência Lolita. Se uma pessoa prefere tomar um chá consigo mesma em sua casa, usando suas *burandos*, não será menos Lolita por isso.

Além disso, o Censo Lolita revelou que a experiência da Moda Lolita perpassa o autoconhecimento. No rol das palavras mais usadas nas respostas individuais, estão as palavras 'bem', 'bonita' e 'eu mesma'. Isso diz muito sobre a motivação principal que leva alguém a dedicar tempo e esforços na pesquisa e estudo de uma moda oriunda de um país com costumes e cultura diferente do seu repertório construído durante a vida, e investir uma considerável soma de dinheiro em roupas que teoricamente não fariam sentido em seu uso num clima estilo fornalha como vivenciado no Brasil.

Neste cenário, a Moda Lolita pode ser compreendida como um momento permeado por descobertas. Nos grupos relacionados ao estilo no *Facebook*, o maior dos medos relatados por aspirantes a Lolitas que querem usá-lo pela primeira vez é o de se expor ao ridículo: por estar acima de uma idade ideal imaginária, baseada nas modelos que estampam as campanhas das marcas de alta-costura Lolita; por estar fora dos padrões físicos retratados nas páginas de revistas de moda; por julgar que a aparência não é esteticamente compatível com o estilo Lolita. Com a primeira vez do uso de um visual completo e uma imersão maior na Moda Lolita, as adeptas percebem que as objeções que faziam contra si mesmas não eram verídicas.

Os próprios ídolos internacionais do estilo estão acima da suposta 'idade ideal': Manabu Sato, o homem à frente da *Moi-Même-Moitié*, passou dos cinquenta anos, e a Embaixadora Kawaii do Japão Misako Aoki está perto dos quarenta. As Lolitas brasileiras referenciadas ao longo do livro são todas adultas e com vidas consolidadas. Ainda que tenham incertezas como qualquer pessoa e já tenham pensado em deixar a cena em pontuais momentos de reflexão, todos conseguiram encontrar na Moda Lolita a certeza de que podem ser o que bem entenderem, com anágua e tudo, num constante processo de redescobrimto. Mesmo quem opta por deixar Lolita faz questão de destacar que a estética teve papel relevante no processo de revisão da percepção de si mesmo.

## Força na peruca

Em alguns casos, a auto-estima de uma Lolita estava em ruínas antes de entrar no estilo; a sensação de inadequação perante a sociedade já vinha dos tempos de jeans e camiseta. A maior parte da comunidade brasileira que hoje tem idades entre 25 e 29 anos tem em média dez anos de envolvimento com a Moda Lolita: assim, o começo de tudo foi na adolescência, quando a pressão para se encaixar nos estereótipos projetados pela sociedade e nas expectativas da família é ainda mais assustadora. A sensação de falha faz com que se procure um refúgio, papel que a Moda Lolita parece cumprir com maestria.

Há os adeptos que convivem diariamente com algum nível de sofrimento psicológico, como a depressão maior, ansiedade generalizada ou transtorno de personalidade limítrofe (*borderline*). Evidentemente, para não constranger os participantes, optamos por não incluir este tipo de pergunta individual no Censo Lolita 2020. Todavia, questionamos se a Moda Lolita teria potencial para ajudar um adepto nesta situação. A resposta foi esmagadora: 87,7% dos participantes concordaram com a possibilidade. Mas, como o estilo pode ajudar alguém que pode ter dificuldades até em levantar da cama?

A própria dinâmica do estilo acaba favorecendo o tratamento profissional que qualquer pessoa deve procurar quando percebe que um bolinho arco-íris está com tons mais cinzentos. Pesquisar sobre a Moda Lolita, ver vestidos que se pode ter, assistir a desfiles de moda, esperar aquele tão sonhado item chegar pelos correios não vai ser a cura mágica para uma depressão ou uma crise de ansiedade, quando tudo o que se deseja naquele momento é sumir, mas é um acalanto para dias difíceis e pode ser a alavanca para procurar por ajuda quando não se pode mais lidar com a dor solitariamente.

Algumas adeptas relataram que a participação na comunidade Lolita fez bem para a desenvoltura e a oratória: se em 'roupas normais' elas jamais teriam aceitado dar uma palestra para um ginásio com mais de mil pessoas com a atenção voltada para o centro do palco do evento de *anime*. Quando usam Lolita se sentem mais corajosas e capazes de conversar com o público, movidas pela paixão que sentem pelo estilo. Uma vez vencida a ansiedade inicial, torna-se mais fácil estabelecer vínculos e provar para si próprias que são fortes o bastante para enfrentar o que mais lhes amedronta.



## Amizade, força motriz

Também procuramos saber da comunidade Lolita qual havia sido a melhor coisa que tinha acontecido na vida dos adeptos por causa do estilo. Nos comentários, observamos que pelo menos cinquenta pessoas são gratas pelas amizades que fizeram ao longo da trajetória de anágua. Algumas chegaram a nomear os amigos que mais conquistaram o apreço delas, e agradeceram pela companhia dentro e fora da cena. Foram grupos que geralmente começaram a usar o estilo juntos e acompanharam as trajetórias uns dos outros.

As amizades sempre foram um tema nebuloso nos fóruns de Moda Lolita. Por padrão, o estilo serve como uma espécie de quebra-gelo para uma possível formação de vínculo, e o que vier depois depende muito da compatibilidade entre os adeptos; assim, a amizade pode ou não vir à tona. Contudo, especialmente para as novatas, não é comum voltarem de um *meeting* chateadas porque ninguém falou com elas, e pensarem que o isolamento aconteceu por todos estarem concentrados em suas próprias ‘panelinhas’, grupos dentro dos grupos recheados de piadas internas e segredos, e fechados para novas integrantes. Embora as ‘panelinhas’ de fato existam, as novatas podem se enturmar através de um melhor acolhimento para quem está chegando, e ao interagir virtualmente, caso o problema seja timidez.

Relembrando o “*Tem Pedra no Sapato*”, além daqueles que acreditam numa eterna onda de amor mútuo dentro da cena Lolita brasileira, onde os conflitos e as desavenças não teriam lugar, outro fenômeno extremista também pode ser percebido: a crença de que todo entusiasta de Moda Lolita sempre está atrás de uma boa fofoca e invariavelmente tem uma gota de veneno escorrendo pela boca a todo tempo. Este tipo de perfil é chamado na comunidade internacional de *Salty Bitch*, o tipo que só se pronuncia para ver o parquinho pegando fogo, mesmo que alguém vá se machucar com os comentários ferinos.

Duas iniciativas para espalhar mais amor entre as Lolitas fizeram sucesso no Brasil. Uma foi o *Lolita Valentines*, uma versão do usual correio elegante difundido nas festas juninas do país, onde um adepto manda um recado anônimo carinhoso para alguém que admira dentro da cena, usando a foto Lolita de que mais gostasse; nos *meetings* presenciais, os recados são escritos e entregues para cada destinatário. Já o *Lolita Pals* ‘ressuscitava’ o hábito de enviar cartas: interessados em escrever colocavam seus nomes numa lista, era realizado um sorteio, e os pares trocavam endereços e se correspondiam, falando sobre suas aspirações, hobbies e pontos em comum; é daí que vem o nome do programa. Foi de grande valia para aproximar integrantes de comunidades diferentes do Brasil.



**O lado colorido da força!  
Te adoro!**

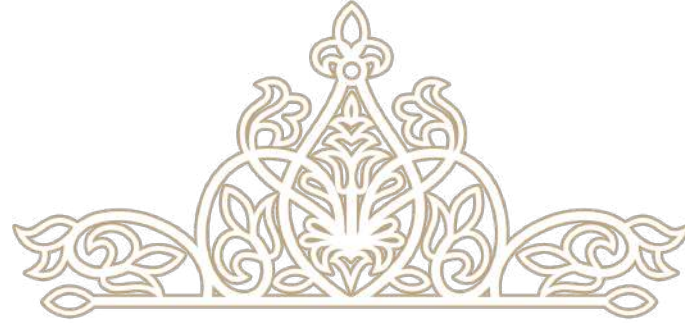
## Lembranças eternas

Esperar por uma carta caprichosamente escrita num papel de carta dos anos noventa, perfumada com algum aroma de fruta e cheia de adesivos, ou ver uma foto com uma mensagem de afeto poderia ser considerado um gesto simples, mas já era o bastante para levantar o ânimo de uma Lolita sobrecarregada com pressões pelo abandono do estilo, por ter “passado da idade” ou estar “enorme de gorda”, acometida pelos danos físicos de uma depressão severa, ou simplesmente por saber que era querida.

A Moda Lolita no Brasil está próxima do seu aniversário de vinte anos, ostentando uma comunidade que passou por diversas transformações e com uma parcela significativa que mantém sua fidelidade. Setenta e nove por cento das adeptas em atividade pretendem continuar a usar a moda nos próximos cinco anos, independentemente da frequência. Assim como a permanência do estilo desafiou a percepção dos estudiosos das modas de rua originadas em Harajuku, a comunidade brasileira segue desafiando o cenário tido como improvável para a Moda Lolita, realizando as adaptações necessárias nos visuais para a realidade financeira e climática do país.

Se o estilo continuará a vingar aqui no Brasil por mais vinte anos, é algo que só o tempo poderá dizer. Com a renovação constante da cena proporcionada pela entrada de novos adeptos e a consolidação das lojas autorais especializadas, a Moda Lolita mostra ter fôlego para botar a anágua na rua por mais tempo. E mesmo para quem não mais desfila pelas calçadas, a sensação é de que as roupas não apenas conseguem transmitir um ‘sentido de beleza’, como definiu Novala Takemoto, mas se tornam um meio sutil capaz de provocar uma pequena revolução na vida de quem as veste.





# Sentimentos na Moda Lolita



“Empoderada, feliz, livre... Como se naquele momento não existissem problemas e tudo fosse um conto de fadas. Como se eu pudesse flutuar nas mais altas nuvens ou mergulhar nos mais profundos oceanos”

“Minha autoestima melhora, é como se eu pudesse por pra fora me expressar como realmente sou e me sinto, é um estilo sem vulgaridade e com classe, me sinto uma princesa da Disney”





“Lolita me faz sentir bonita/bem. Eu sempre tive problemas de autoestima, não sabia como arrumar meu cabelo, o q ficava bem em mim, etc.... Quando vi um scan da glb senti q havia encontrado o que procurava, quando vesti meu primeiro outfit pela primeira vez na minha vida me senti bonita”

“Eu tinha problemas de autoestima... nunca me senti bonita, estão nunca investi em roupas, mas depois que conheci as modas japonesas no geral, me encontrei finalmente! Me sinto bonita e única.”

“Me sinto eu mesma. Gosto de montar o coord do meu jeito, com coisas que eu gosto e me fazem bem. É me vestindo Lolita que me sinto 100% eu mesma”

“Me sinto protegida de certa forma pelos babados e rendas. Acho que me dá uma sensação de segurança e ao mesmo tempo de reafirmação”

“Uma princesa cheia de ursos do jeito que sempre sonhei, junto com meus amigos todos lindos, é como brincar de boneca sendo a boneca. Amo tudo.”







= “É como se entrasse em um ‘personagem’, me sinto mais livre e confiante do que quando estou “normal”, me sinto especial e vivendo minha própria fantasia, as vezes fico insegura com alguns olhares ainda mais quando saio sozinha ou só eu estou montada, gosto de encontrar crianças e deixar elas maravilhadas ao ver uma “princesa de verdade” ou ‘boneca que anda’”



# Para as Lolitas do Brasil, com carinho

Eu estou no mundo da moda alternativa desde os 14 anos de idade, nos idos de 2006. Quando comecei, era uma adolescente precoce, por estar no último ano do ensino médio, e por isso mesmo desajustada. Sofria um bullying muito pesado por ser mais nova e a 'nerd'. Encontrei nas estéticas uma forma de reafirmar a minha visão de mundo e assim me orgulhar de ser diferente. Ter esse sentimento faz toda a diferença, principalmente quando as sombras de uma depressão começam a perseguir você.

Entrei na Moda Lolita apenas cinco anos depois, em 2011. Fiquei até 2016, quando comecei a achar que estava velha demais para usar o estilo. Pela primeira vez, quando usei as anáguas, pude me sentir bonita de verdade, algo que jamais me aconteceu. Conheci pessoas incríveis, fiz amigos que levei para a vida, me apaixonei duas vezes, tudo por causa da Moda Lolita. Posso dizer com toda a ênfase: não me arrependo de nenhum centavo que gastei com a moda, nem das horas que levei para me arrumar. Faria tudo de novo, e mais.

Durante a pesquisa para esta obra, eu fiquei me perguntando por várias vezes se de fato as pessoas estavam certas ao dizer que "a Moda Lolita morreu". Vi que elas estavam erradas, a partir do instante em que li as respostas do Censo Lolita, pela trajetória da minha pesquisa. Vi pessoas gratas pelas amizades que fizeram, pela auto afirmação recuperada ou melhorada, pelas lições que talvez passassem batidas diante de seus olhos não fosse a experiência da Moda Lolita. Porque, no final das contas, as roupas são realmente o "algo a mais". Uma subcultura é sustentada por sua comunidade, pelos vínculos estabelecidos entre seus adeptos. E eu acredito na força da comunidade brasileira.



Minha orientadora, no ano passado, me provocou a respeito da amplitude da palavra “Moda Lolita” e a relação com seus adeptos. Afinal, alguém ‘usa Lolita’ ou ‘é Lolita’? Acredito que seja algo maior: a pessoa VIVE a experiência Lolita. Isso é especialmente importante quando se fala da comunidade brasileira, onde os jeitos de usar, adquirir itens e realizar encontros são muito particulares em cada estado. Assim, cada bagagem afetiva em relação à Moda Lolita se torna única e intransferível. E foi por causa de vocês, cada uma das Lolitas que conheci deste meu Brasil, que construí o repertório que tornou este livro possível.









# Agradecimentos

Aos familiares que acreditaram na minha trajetória.

Ao meu companheiro, pela paciência e auxílio inesgotável.

A Maria Carmem Jacob, que me incentivou nos tempos sombrios que vieram sem sobreaviso.

A Vanessa Avelar, que não soltou minha mão em momento algum.

A Vitória Barros, Mari Devas, Julieth Michelin, Laura Siqueira, Annah Hel, Amy Sharapova, Beatriz Paixão, Nana Santos, Tay de Lioncurt, Gabriela Mion, Nana Holanda, Emilie Pereira, Priscila Ribeiro e toda pessoa da cena alternativa/Lolita que torceu pra isso dar certo.

À minha orientadora, Carla Risso, por adotar esse coração rebelde e cheio de amor que bate em meu peito.

E a VOCÊ, que tirou uns bons minutos do seu tempo para conhecer o universo que me fortaleceu durante minha trajetória na universidade.

# Obrigada!



