

CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

DANIELA GUEDES DE OLIVEIRA FREIRE PEREIRA

DA ALTA COSTURA À MODA DE RUA: A MODA *PUNK*

São Paulo
2008

CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

DANIELA GUEDES DE OLIVEIRA FREIRE PEREIRA

DA ALTA COSTURA À MODA DE RUA: A MODA *PUNK*

Dissertação apresentada como requisito básico para a obtenção do título de mestre do Curso de Pós-graduação *stricto sensu* em Moda, Cultura e Arte, sob a orientação do professor Dr. Luiz Octávio de Lima Camargo.

São Paulo
2008

DANIELA GUEDES DE OLIVEIRA FREIRE PEREIRA

DA ALTA COSTURA À MODA DE RUA: A MODA *PUNK*

Dissertação apresentada à Comissão Examinadora do Centro Universitário SENAC, como requisito básico para a conclusão do curso de Pós- graduação *stricto sensu* em Moda, Cultura e Arte

COMISSÃO EXAMINADORA

Professor Dr. Luiz Octávio de Lima Camargo
Centro Universitário SENAC
Orientador

Professor Convidado: Dr^a Sênia Regina Bastos
Universidade Anhembi Morumbi

Professor Convidado: Dr^a Elisabeth Murilho da Silva
Centro Universitário SENAC

DEDICATÓRIA

À Zulmira Motta Freire
in memoriam

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Prof. Luiz Octávio de Lima Camargo, pela orientação e formação.

Às professoras Sênia Regina Bastos e Elisabeth Murilho da Silva, pelas valiosas contribuições no exame de qualificação.

Aos professores do Mestrado em Moda, Cultura e Arte, pela formação recebida durante a minha participação no programa.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	3
INTRODUÇÃO.....	5
CAP. 1 – A MODA NO SEU CONTEXTO HISTÓRICO.....	10
A evolução da moda.....	11
Os “beatniks” e o fim da moda de 100 anos.....	23
A Moda da Juventude – Anos 60 e 70.....	27
A Sociedade e a Indústria da Moda.....	39
CAPÍTULO 2 – O MOVIMENTO “PUNK”.....	42
Os Anos 70 e o Nascimento do Punk.....	42
<i>Punk</i> e “Tribos”.....	48
A Roup <i>a Punk</i>	51
O visual <i>Punk</i>	53
A Incorporação do Visual Punk na Indústria da Moda Mundial.....	57
O movimento <i>Punk</i> e a externalização Individual de uma visão de mundo.....	64
CAPÍTULO 3 – O MOVIMENTO <i>PUNK</i> NO BRASIL.....	67
Maio de 1968.....	67
Os Anos 60 e os movimentos jovens no Brasil.....	69
O Brasil e a Contracultura.....	73
O surgimento do movimento <i>Punk</i> no Brasil.....	78
O Movimento Punk em SP.....	81
A dissidência no <i>Punk</i> paulista.....	87
A simbologia da cor preta na moda e a sua incorporação no visual punk.....	88
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	96
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	102

RESUMO

Como os movimentos culturais expressam-se através da moda e como a moda espelha mudanças culturais? Para responder a essa questão, esta dissertação apóia-se em referencial teórico da sociologia, da antropologia e da história da cultura. Do ponto de vista metodológico, escolheu-se o movimento *punk* como objeto de estudo. Com base nos instrumentos da chamada pesquisa exploratória, englobando pesquisa bibliográfica e de imagens, utilizando elementos do método de análise iconográfica proposto por Boris Kossoy, buscou-se mostrar que o movimento *punk*, ao lado de outros movimentos jovens surgidos na segunda metade do séc.XX é, ao mesmo tempo, causa e consequência da transformação de uma moda-consumo em moda-identificação social.

Palavras-chave: Moda; Moda como consumo; Moda como identidade; *Punk*

ABSTRACT

How cultural movements express themselves through fashion and how fashion express social and cultural changes? In order to answer these questions, that research is supported on a theoretical reference based on the contribution of sociology and cultural history. As methodological reference, this study chose the punk movement as object of study. Based on the contributions of the so called exploring research, with annotated bibliography and iconographical analysis of selected images, as proposed by Boris Kossoy. The hypothesis was that the *punk* movement, among others young movements were in the same time cause and consequence in the transformation process of a fashion as consumption on a fashion as social identification.

Key-words: Fashion; Fashion as consumption; Fashion as identity; *Punk*

APRESENTAÇÃO

Durante um longo tempo, a moda para mim era meramente um objeto ligado ao universo da aparência, até que em um dado momento comecei a percebê-la de outras formas e a adotá-la como tema de estudo.

Em novembro de 1986, meu irmão, que estudava medicina veterinária em Alfenas/MG, chegou em casa vestindo uma jardineira jeans, sem camisa, cabelos compridos e ostentando uma tatuagem no peito que acabara de fazer.

Meu pai, ao vê-lo entrando pela porta e antes mesmo de dar-lhe as boas vindas, disse que, a julgar pela aparência, ele de certo estaria chegando antes das férias de final de ano por ter sido reprovado ou desistido do curso.

Foi quando meu irmão tirou de dentro de uma mochila velha uma carta concedendo a ele uma bolsa integral até o final do curso, algo que naturalmente seria privilégio apenas dos alunos com as melhores notas da Universidade.

Nesse momento percebi que a forma de vestir tinha uma força impressionante, sendo capaz até mesmo de confundir. A moda tornava-se para mim um universo permeado por inúmeras possibilidades de abordagem.

Quando decidi estudar moda, tinha dentro de mim alguns questionamentos acerca desse fenômeno: até que ponto através dela eu me revelo e até que ponto eu me escondo? Através da forma de vestir o sujeito assume significados e constrói identidades? O indivíduo através da moda pode expressar sentimentos e opiniões?

Em função dessas e outras indagações resolvi investigar a dinâmica da moda sob um panorama teórico embasado em estudos históricos, sociológicos e antropológicos a fim de que eu pudesse entendê-la na sua complexidade.

Analisando-a nesse trabalho como movimento cultural, por exemplo, e observando algumas “tribos”, em especial os *punks* e sua forma de vestir, percebi que sua indumentária é um reflexo de sua forma de pensar, de ser e de agir. Logo, a partir de então, começo a entender a moda também como forma de expressão. Este foi o meu trajeto até o mestrado.

Ao escolher os *punks* como objeto de estudo em minha pesquisa, além de entendê-los como um grupo de estilo que se expressava através de sua forma de vestir,

verifico a força desse movimento e sua capacidade de causar impacto através do uso de uma indumentária nada convencional.

Contudo, apesar disso, este movimento quebrou preconceitos e paradigmas, uma vez que o mesmo sistema que inicialmente chocou-se com sua aparência e os repudiou, acabou por absorvê-lo através da indústria da moda.

INTRODUÇÃO

Para o senso comum, a palavra moda está diretamente ligada ao universo da aparência e da futilidade. No entanto, o próprio senso comum já percebeu que isso não é verdade. Na moda existe mais do que o fútil. “A roupa faz o monge”, já diz o ditado.

Mas o senso comum não basta. Apenas com os aportes da sociologia, da antropologia e da história da cultura, o termo finalmente atraiu para si outros olhares e novos conceitos, passando a ser visto também como objeto de investigação científica, sendo, a partir de então, abordado ora como um sistema de valores e signos intercomunicantes, vale dizer como forma de comunicação e expressividade.

Esta dissertação insere-se dentro desse propósito, de olhar mais atentamente para o fenômeno moda. O quadro de referência teórico abrange os sociólogos, antropólogos e historiadores da cultura que estudaram esse fenômeno. Mas, a metodologia científica exige que essa reflexão não se faça ao acaso e sim confrontando a teoria e um objeto, escolhendo um campo empírico de observação como objeto de estudo. Para tal, escolheu-se como objeto de observação a roupa *punk*.

Com uma referencial teórico e com um objeto escolhidos, pode-se partir para a etapa seguinte, da problematização, através de questões como:

- O que significa a roupa “punk”? Mais: o que o movimento *punk* quer mostrar com o vestuário extravagante de seus membros?

Partindo deste recorte, aqui o que se pretendeu verificar é de que forma a moda sedimentou sua função de expressão e linguagem, tornando-se um canal para que determinados indivíduos ou grupos pudessem estabelecer um diálogo com a sociedade.

O objetivo desta dissertação é, assim, mostrar como o movimento *punk* foi não somente reflexo como agente da transformação cultural de uma sociedade que, da roupa como expressão rígida de delimitação de classes sociais, pouco a pouco

evoluiu para uma perspectiva da moda como instrumento do indivíduo para identificar-se socialmente, inclusive de forma contestadora.

Para alcançar esse objetivo, foi preciso fazer uma reflexão teórica sobre o período histórico da moda que vai da Alta Costura ao *prêt-à-porter* e a convergência desse novo sistema, o *prêt-à-porter*, com a moda de rua, momento em que a moda finalmente se consagra como forma de expressão do indivíduo.

A metodologia usada neste trabalho foi, em primeiro lugar, a de pesquisa baseada em livros e artigos, apoiada em autores como: Abramo (1994), Bivar (2001), Crane (2006), Mendes e La Haye (2003), Lipovetsky (2003), entre outros. Já o estudo dos punks encaixa-se dentro do que alguns autores (Dencker, 1997; Costa, 2001, Rejowski 1996; Ritchie e Goeldner, 1994) chamam de pesquisa exploratória, que tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, propondo a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores; são realizados especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionais; muitas vezes constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. São especialmente indicados para estudos multidisciplinares, nos quais esta pesquisa se encaixa.

Ao final, percebeu-se que a pesquisa empírica realizada, mesmo exploratória, poderia ter refinado mais seus instrumentos, ter estabelecido algumas categorias mesmo que genéricas para selecionar as perspectivas do estudo. Contudo, não resta dúvida que mesmo o material aqui coletado aleatoriamente, na Internet, já serve para tornar o objetivo desta pesquisa ao menos uma boa hipótese.

Trata-se de uma metodologia flexível o suficiente para se buscar relações entre os diversos aspectos de uma pesquisa. Considerou-se a mesma indicada para o caso dos *punks*, sobre os quais há estudos variados, mas sempre tratando a vestimenta acessoriamente. O estudo dos *punks* acontecerá através de bibliografia e de imagens fotográficas. Com relação às imagens, será feita uma análise e uma interpretação nos termos propostos por Kossoy (2003, p. 116-121), consistindo no cruzamento de informações variadas e oriundas a partir de fontes de natureza escrita, iconográfica, relatos orais e objetos presentes na imagem. Seu método, por isso, é chamado de iconográfico. As conclusões são amplas como amplas são as

possibilidades de exploração dentro destes quatro campos. O conhecer de uma fotografia passa pela informação indireta, ou seja, não somente o que a imagem significa em si, mas o que outras fontes podem falar sobre ela.

Assim sendo, as fotografias dos *punks* e demais imagens aqui apresentadas serão abordadas inicialmente de uma forma pela qual será descrita a cena que representa (análise iconográfica), finalizando com a abordagem do contexto histórico que cercava a imagem (interpretação iconológica).

Ressalte-se que as imagens não foram produzidas na pesquisa, e sim extraídas da Internet, devidamente localizáveis nas referências bibliográficas.

A pesquisa exploratória permite este recurso, destacando apenas os elementos que interessam ao problema pesquisado. Ela é indicada para se levantar hipóteses ou se ilustrar hipóteses já existentes que, posteriormente, poderão ser estudadas de forma metodologicamente mais refinada.

O movimento *punk* foi, como diversos outros movimentos jovens, uma manifestação de rebeldia. Também buscou se diferenciar da sociedade através de sua forma de vestir.

Entretanto, levou ao limite essa diferenciação, apresentando uma vestimenta extremamente agressiva, que mais parecia anunciar o apocalipse. Na realidade o que ele queria era chocar a sociedade. O que se confirma nas palavras de Carmo (2003, p. 205):

Para o jovem sem posses, andar com quem não estava nem aí com a vestimenta e tratar com desdém o consumismo serviram como válvula de escape para a desigualdade social. Sua opção tornava-se justificativa. Usar roupas chocantes principalmente para atrair atenção negativa – assustar ou insultar – também poderia ser, em certo sentido, reivindicação de *status*, ou seja, para marcar posição dentro do meio social. Com uma camiseta rasgada e suja, o punk é admirado por seus colegas. Além disso, os grupos que usam tais roupas querem sair do lugar-comum, o que, para quem quer ser notado, é de enorme importância.

Através de seu estilo, os *punks* estabeleceram uma linguagem com a sociedade, demonstrando seu descontentamento principalmente com relação ao consumismo e a desigualdade social.

Contudo, por sua indumentária pouco convencional e agressiva, construíram uma identidade e conquistaram uma posição de destaque na sociedade.

O mais importante de tudo é que, ainda que tivessem causado repulsa, medo, ou qualquer outro tipo de sentimento negativo, atingiram seu objetivo que era o de chamar a atenção da sociedade para seus valores e crenças, acabando, ao longo desse processo, por ter seu estilo incorporado por ela, através da indústria da moda, conforme ressalta Carmo (2003, p. 205):

O estilo punk conseguiu o que pretendia – provocar emoções perturbadoras e conflituosas: raiva, compaixão, medo e piedade e, embora originado da juventude da classe trabalhadora, em seguida foi assimilado por vários adolescentes das classes média e alta, e assim se tornou estilo que já nada tem de andrajoso.

Dessa forma, tendo como objeto de investigação o movimento *punk*, por entender que o mesmo foi um representante de suma importância para o estudo das modas contestadoras, por sua força, irreverência e capacidade de produzir sentimentos ambíguos, ora aterrorizando, ora encantando, e de transformar preconceito em conceito, o presente trabalho visa discutir a moda também como veículo de expressão cultural.

A fim de que se possa analisar a moda *punk* como reflexo da ideologia de um movimento e do contexto social em que a mesma estava inserida provocando uma discussão acerca desse fenômeno enquanto função de linguagem e comunicação, faz-se necessária uma retrospectiva histórica.

Dentro desse objetivo, o capítulo 1 abarcará o histórico da moda ocidental a partir do início do século XX, em contraposição com os acontecimentos econômico-político-sociais da época, destacando como a mesma, a um só tempo, foi reflexo e agente desses acontecimentos.

Este capítulo, pois, abordará a moda como o reflexo da história, centrando sua discussão em torno da forma com que o vestuário representou os movimentos sociais e culturais das diferentes décadas, até chegar à década de 70, período referente ao surgimento do movimento *punk*.

O capítulo 2 será iniciado com a apresentação do citado movimento: o contexto histórico em que ele surgiu, a motivação, a ideologia, a relação com a juventude da época e suas aspirações, assim como também abordará a forma de se vestir dos *punks*, discutindo o significado da mesma e mostrando como a indústria da moda se apropriou de diversos elementos de sua indumentária.

No capítulo 3, será abordada a identificação do nascimento do movimento *punk* no Brasil, o momento histórico do país e sua relação com o movimento *punk* internacional.

Entretanto, para que haja uma melhor compreensão sobre o seu surgimento no Brasil e no mundo, será feita uma análise de outros movimentos jovens que o antecederam, como por exemplo, os movimentos estudantis de maio de 1968 e outros de contracultura, como os *hippies* e, particularmente com relação ao Brasil, o tropicalismo.

Finalizando este capítulo, será feita uma análise do *punk*, centrada na cidade brasileira onde o movimento mais se destacou, São Paulo, apresentando a ramificação do *punk* paulistano para demonstrar que o mesmo, apesar de estar ligado a um movimento supranacional, apresenta certas particularidades.

As considerações finais trazem um retrospecto do que foi abordado e as possibilidades de novas pesquisas que o tema levanta.

CAPÍTULO 1 – A MODA NO SEU CONTEXTO HISTÓRICO

Recapitulemos alguns fatos históricos já bem conhecidos. No séc.XIX, à medida em que a revolução industrial se instalava, alguns fatos puderam ser observados, assim resumidos por Crane(2008, p.162):

1. A sociedade feudal, marcada pela rígida demarcação das classes sociais em função do nome e do sangue, dá lugar à sociedade burguesa capitalista, em que a posse de bens passava a ser o novo sinal de integração na sociedade. A moda de “classe” dá lugar à moda de “consumo”. Não era mais o sangue que distinguia a condição social dos indivíduos mas sim a posse de recursos materiais, o que fez com que as modas em geral – vestuário, adereços, etiqueta - deixassem de ser a expressão de uma condição pré-determinada para tornar-se a expressão de uma condição desejada. Em outras palavras: a moda, em especial a moda-vestuário, perdeu a sua rigidez e passou a possibilitar que os indivíduos expressassem não o extrato social em que se inseriam mas suas outras aspirações de inserção na sociedade, tornando-se capaz de exteriorizar a visão de mundo de quem a veste, seja indivíduo ou grupo.
2. Se o dinheiro era a nova marca de delimitação de classes, o vestuário não era mais a marca de uma condição social pré-existente mas a de uma condição na qual o indivíduo desejava se inserir. A primeira oficina de alta-costura, estabelecida em Paris, em 1857, por Frédéric Worth, é o marco desses novos tempos. A lógica desse modelo desembocou numa progressiva mudança de estilos de vestuário em que os mais ricos afastavam-se dos emergentes.
3. Enquanto no feudalismo o ritmo de vida modificava-se lentamente e as roupas apresentaram quase nenhuma variação por muitos séculos, no capitalismo, com seu frenético ritmo de vida e com o predomínio da lógica de mercado, a moda passou a acrescentar constante modificação. Assim, na moda de “consumo” há mais diversidade estilística. Essa diversidade, inclusive, é alimentada pelo mecanismo tortuoso de elites que, tão logo imitadas, já demandavam inovações que as distinguissem dos emergentes.

O objetivo deste primeiro capítulo é mostrar que, ao lado dessa lógica que levou à criação da moda-consumo, existe uma outra lógica embutida no processo que levou àquilo que a mesma Crane chama de moda como “identidade social” e que esta nova moda apoiava-se numa cultura juvenil que brotava das ruas, sobretudo em movimentos contestadores, os “beatniks” e posteriormente os “hippies” e os “punks”, o que representou ao mesmo tempo o que ela anunciou como fim da “moda de cem anos”.

A evolução da moda

Em 1914 estoura a Primeira Guerra Mundial, e, ao seu término, diversas mudanças, maturadas nas décadas anteriores, puderam ser percebidas na moda, sobretudo na moda feminina. Dentre essas mudanças, podemos citar: os cabelos femininos foram cortados curtos; as mulheres livram-se do desconforto dos espartilhos e ainda passam a imitar a moda masculina, no estilo conhecido como *garçonne*, conforme Mendes e La Haye (2003, p. 52-53):

O visual *garçonne* ou *jeune fille* desenvolveu-se durante os anos imediatamente após a guerra e chegou ao seu auge em 1926, continuando, com poucas modificações, até 1929. Era um estilo jovial, meio moleque, que, por exigir uma figura pré-adolescente, trouxe uma mudança drástica no físico desejável para a moda e inundou as páginas de moda com adjetivos como “esbelta”.

Com seu estilo revolucionário e inovador, Coco Chanel foi uma das primeiras mulheres a aderir o corte de cabelo curto e lançá-lo como tendência.

Outra inovação da estilista, conforme Mendes e La Haye (2003:50-66), foi adequar-se às mudanças sofridas no período entre guerras, devido à escassez de matérias primas, criando modelos de alta-costura apenas com os produtos então disponíveis e de baixo custo, conforme Pacce (2006, p. 19), confere:

Ela foi criadora de alguns itens clássicos e eternos na moda: correntes de ouro e pérolas em profusão (tudo falso), corte de cabelo e franja reto, sapato bicolor, gola marinheiro, bolsa de matelassê com corrente dourada, vestido preto (que ela adotou como luto, mas acabou virando a salvação de qualquer mulher que se pretende elegante), *tailleur* e N 5, o perfume.

Madeleine Vionnet, também outro destaque da moda do período, foi considerada um gênio do corte enviesado, fazendo uso de materiais fluidos como a seda, o

musseline, o crepe, capazes de proporcionar a roupa uma aparência bastante refinada, o que se confere na Figura 1.

Moutinho e Valença (2000, p. 80-81) ressaltam que Madeleine Vionnet atendia a clientela mais seleta e requintada do entre guerras, momento em que pela primeira vez a moda ficou sob o domínio das mulheres.



Figura 1 – Vestido, de material fluido e corte enviesado, com decote proeminente nas costas permitindo que as mesmas ficassem em evidência, criado pela estilista Madeleine Vionnet. O vestido acima é característico da década de 30, momento em que houve uma grande valorização das curvas femininas. Estilistas buscavam evidenciá-las através de decotes salientando o busto ou mesmo através de decotes que deixavam suas costas desnudas. A década de 30 iniciou-se com a queda da bolsa de valores de Nova York e, conseqüentemente, com uma grande crise econômica mundial. Falência de empresas e desemprego foram características desse período, situado apenas cerca de uma década após outro momento que abalou o mundo: a I Guerra Mundial. Nesse cenário, a moda funcionava como válvula de escape, trazendo uma ostentação cada vez mais distante da realidade que a cercava. As pessoas buscavam viver a vida intensamente, pois, o dia seguinte sempre parecia pior do que o anterior.

De acordo com Mendes e La Haye (2003, p. 71), os anos 30 foram marcados pela grande crise de 1929, queda da Bolsa de Valores de Nova York, que desencadeou uma enorme crise econômica mundial.

Algumas pessoas com alto poder aquisitivo, perderam dinheiro de forma rápida e inesperada, muitos bancos e empresas faliram e o desemprego tomou conta da população atingindo proporções mundiais.

Com a moda não foi diferente, ela sentiu os reflexos da crise e do contexto econômico imposto por ela, podendo ser citada como exemplo a alta moda francesa, que dependia das exportações feitas para os Estados Unidos.

As exportações com a crise diminuíram, encomendas foram canceladas, fazendo com que, dessa forma, estilistas reduzissem os preços de seus produtos e também passassem a lançar mão de produtos mais baratos para o feitiço de suas coleções.

Esse período na moda foi marcado também por uma nova forma de ver o corpo da mulher, de modo que em suas coleções estilistas buscavam valorizá-lo, evidenciando suas formas e seus contornos de maneira discreta e natural.

Conforme Baudot (2002, p. 74), a partir dessa época “uma mulher bem vestida será daqui por diante uma mulher pouco vestida”.

Com a valorização do corpo feminino, os seios também voltaram a ser o foco das atenções e as mulheres passaram a usar sutiãs ou espartilhos feitos com materiais flexíveis.

O vestido que marcou a época foi o de corte enviesado e decote extremamente pronunciado nas costas, fazendo das costas femininas alvo de olhares, admiração e atenção. Os tecidos usados para seu feitiço eram bem menos onerosos do que os usados no período anterior à crise.

O esporte, a vida ao ar livre, a saúde, os banhos de sol passaram a ser muito valorizados, segundo Mendes e La Haye (2003, p. 74-75), o tom da pele passou a ser um ponto importante que, em função dos banhos de sol, deveriam estar sempre bronzeadas e de preferência evidenciadas por roupas na cor branca, bastante usada também no período.

Dessa forma, com a finalidade de adequar-se ao sol e também ao esporte, os saíotes de praia foram reduzidos, as cavas aumentadas, e os decotes dos maiôs, assim como os dos vestidos de noite, podiam chegar até a cintura.

Os óculos escuros também compunham o visual quase que de maneira obrigatória, sendo os de armação de tartaruga os mais desejados e usados.

Conforme Braga (2004, p. 75-76), o cinema também foi de grande importância no período. Hollywood por exemplo, através de suas estrelas como Katharine Hepburn e Marlene Dietrich, influenciou a forma de vestir de milhares de mulheres.

Os filmes hollywoodianos de sucesso serviam como fonte de inspiração para vários estilistas, que aproveitavam para produzir uma moda desejada e lucrativa. Chanel, Madeleine Vionnet, Jeanne Lanvin, Elsa Schiaparelli (conhecida por sua ousadia), foram nomes de muito sucesso na moda da época.

Nos anos 30, o avanço da medicina e a conscientização dos benefícios de uma vida saudável impulsionaram a moda.

Praticar esportes como natação, equitação e tênis passaram a ser sinal de saúde e beleza (figura 2), o que se confirma por Mendes e La Haye (2003, p. 74), ao dizerem que daí surgiu o segmento de *sportwear*, sendo uma moda mais aberta e direcionada para a vida ao ar livre, conforme Figura 2.



Figura 2 - Moda também hoje conhecida como *sportwear*. Na foto observa-se que as mulheres estão usando touca, acessório associado a prática da natação. Ambas de maiô preto, evidenciando suas formas. O homem também com traje de banho demonstra boa forma física. A imagem demonstra a filosofia de vida da década de 30 que valorizava a vida saudável, a prática de

esportes, os banhos de sol e a vida ao ar livre. É importante observar que existe uma complementaridade entre a moda e o esporte, por transmitir a idéia de saúde, descontração, mobilidade, culto ao corpo, juventude e boa forma física. Conforme Mendes e La Haye (2003, p. 74), na década de 30, ocorreram importantes avanços na medicina, que descobriu a importância de se levar uma vida saudável. A moda acompanhou essa tendência, criando novo nicho de mercado: a roupa esportiva. A valorização do corpo, da saúde e da estética também foi uma forma de escapismo, de fuga da dura realidade econômica da época, marcada pela maior depressão econômica da história ocidental. Se o capitalismo dava mostras de debilidade, era necessário adquirir novos valores que não fossem ligados ao dinheiro. Nesse sentido, começou-se a criar a imagem de que a prática de esportes e a valorização da estética estariam associadas a maior destaque social.

Na década de trinta o termo *prêt-à-porter* ainda não era utilizado. Entretanto, nas butiques surgiam produtos em série assinados pelas grandes *maisons*, o que já era um indício de que ele estaria por vir.

Mendes e La Haye (2003, p. 99) apontam que nesta década, as roupas, em função da tensão que antecedia a Segunda Guerra Mundial, passam a apresentar uma linha militar.

Após a 2ª Guerra, houve gradativa adequação da moda ao consumo de massa, uma vez que a alta costura ainda ditou moda até o fim dos anos 50.

Gabrielle Chanel foi um dos ícones desse período conferindo à moda um novo olhar. A estilista é vista no mercado da moda como uma revolucionária, pois inovou em suas coleções, lançando mão de tecidos menos sofisticados, como por exemplo, a malha de jérsei, o que não fazia que seus modelos perdessem a aura de um produto de Alta Costura.

Para ela, era de suma importância satisfazer as necessidades de sua clientela e, portanto, sua moda era também voltada ao conforto e ao dia-a-dia.

Baudot (2002, p. 73) exemplifica que uma mulher poderia usar um *tweed*, (tipo de lã artesanal muito usada por Chanel principalmente no feitiço de casacos) com corte masculino, ou malha, caso fosse montar a cavalo.

Chanel, além do vestuário, lançou bijouterias que, devido à sua beleza e sofisticação, poderiam ser comparadas a verdadeiras jóias, porém compradas a um preço muito menor.

Segundo Baudot (2002, p.74), a estilista destacou-se entre os costureiros da época, pois mesmo ao utilizar como matéria-prima tecidos não usuais, mais baratos, suas criações não perdiam a qualidade, conforme Figura 3.



Figura 3: A moda da *Maison* Chanel. Na primeira foto Chanel está vestida com seu clássico vestido preto e ostenta bijuterias que podem ser confundidas com jóias. A segunda foto apresenta uma das lojas Chanel, associada ao consumo da classe A. A terceira foto mostra a modelo usando óculos escuros, *tailleur*, *legging* e salto, demonstrando como a estilista entendia que seria o vestuário de uma mulher independente financeiramente, elegante e feminista, sem perder a feminilidade. Chanel destacou-se nos anos 40 e no pós II Guerra, período de reconstrução das principais economias ocidentais, destruídas na guerra. Vivia-se o início da Guerra Fria, e, na comparação entre o capitalismo e o socialismo, o primeiro sistema buscava vender a idéia de que, em comparação com o segundo, tinha mais liberdade, democracia, prosperidade econômica, igualdade entre os sexos, além de propiciar maior mobilidade social. Aqueles que trabalhassem com afinco seriam recompensados com maior retorno financeiro e maior mobilidade social. Para evitarem revoltas trabalhistas e revoluções socialistas, os países da Europa Ocidental implementaram políticas visando uma maior distribuição da renda, que propiciava consumo de massa, financiados econômica e ideologicamente pelos EUA, principalmente com recursos do Plano Marshall. Assim, até mesmo os trabalhadores, se cumprissem seus papéis na cadeia produtiva, poderiam prosperar e consumir bens associados à elite (como, por exemplo, produtos Chanel). A política do consumo de massa viria a ser um dos motivos para o desenvolvimento do *prêt-à-porter* e o declínio da Alta Costura.

Mendes e La Haye (2003, p. 101) mostram como os anos 40 foram marcados pela Segunda Guerra Mundial e de forma que a moda teve que adaptar-se a esse novo momento: deveria ser prática e versátil e respeitar a escassez de tecidos da época, optando por tecidos alternativos, como por exemplo, as fibras sintéticas.

Em 1940 as forças alemãs invadiram Paris e diversos estilistas mudaram-se para outros países, fugindo das restrições impostas pela guerra, como o controle de matérias-primas, a redução da demanda, o autoritarismo do governo invasor, a dificuldade de comunicação com o exterior.

Baudot (2002, p. 102) aponta que apesar disso, algumas *maisons* ainda permanecem em Paris e embora Hitler tivesse intenção de transferir a indústria da moda parisiense para Berlim, suas tentativas foram fracassadas.

Apenas para ilustrar o que foi o período e a força exercida pelos alemães, quando Madame Grés apresentou sua coleção com as cores da bandeira da França, os alemães decidiram fechar sua empresa por algum tempo.

Esse período de escassez de tecidos e controle de seu consumo, feito pelo governo, fez com que algumas mulheres transformassem suas roupas antigas em novos modelos. Para se ter uma idéia desse estado de coisas, no ano de 1941 na França, o consumo de roupas era controlado através de cupons, onde cada peça tinha um valor de cupom. O consumidor ao adquirir uma roupa nova deveria entregar um de seus cupons.

Mendes e La Haye (2003, p. 104-105) ressaltam que o total de cupons a serem usados quando convertidos significava algo em torno de pouco mais que um casaco ou algumas peças menores por ano, e que em relação ao vestuário masculino, os excessos também foram contidos, as calças não poderiam ter bainha italiana, os bolsos foram limitados a apenas um e os paletós não poderiam ser de modelo trespicado.

Com as proibições relacionadas ao vestuário, os chapéus, que não sofreram com o racionamento de tecidos e o controle de consumo, passaram a ser usados pelas mulheres como forma de estar na moda e extravasar sua criatividade.

Os mesmos eram adornados com plumas, penas de pássaros, fitas de alfaiataria, etc. Apesar disso, não houve um consumo considerável de chapéus nesse período.

Muitas mulheres, em função de considerar seu preço abusivo, optavam pelo uso de turbantes, redes e lenços, que além de tudo, consideravam mais práticos.

Segundo Mendes e La Haye (2003, p. 107-108), outra forma encontrada por elas para passar por esse período de recessão, foi aderir ao uso de maquiagem e penteados elaborados com o intuito de melhorar sua aparência.

Durante a guerra, os americanos tiveram destaque no campo das peças esportivas, tendo como estilista mais famosa nesse segmento, Claire McCardell, que, em suas coleções, fazia uso de tecidos resistentes, como por exemplo: cambraia, anarruga cotelê, denim e outros.

A estilista foi também responsável por deixar expostos os feixes de metal nas roupas, tornando-se essa, uma de suas marcas.

E que, conforme Mendes e La Haye (2003, p. 119), em função de os americanos destacarem-se na moda esportiva, as mulheres americanas em serviço militar eram as que possuíam os uniformes mais sofisticados, sendo os mesmos desenhados por grandes nomes da Alta Costura americana.

No vestuário masculino americano surge o conjunto *zoot*, que embora tenha surgido desde a década de trinta, aparece de maneira forte durante a guerra.

O *zoot* foi usado por negros de origem latina que queriam demonstrar seu orgulho étnico e sua alienação para o que estava acontecendo no mundo.

Usavam roupas exageradas e extravagantes. Jaquetas muito longas marcando a cintura, ombreiras enormes, tecidos de cores brilhantes e chamativas, listras e xadrez, enormes gravatas, sapato bicolor, etc.

Mendes e La Haye (2003, p. 122-123) acrescentam que os músicos de jazz, como, por exemplo, Dizzy Gillespie e Louis Armstrong., assim como Malcom X foram adeptos desse visual e que *zoot* apesar de ter tido alguns atritos com policiais e militares, através do que denominaram de “*motins dos zoot*”, foram capazes de sobreviver ao período da Guerra, influenciando mais tarde o vestuário dos *zazous*.



Figura 4 – O visual zoot era marcado pelo exagero: jaqueta longa, ombreiras enormes calça, marcando a cintura, sapato bicolor, suspensório, gravata e chapéu. Foi uma das primeiras “modas de rua”, sendo, de certa forma, uma forma de o negro norte-americano protestar contra a realidade que o cercava e de destacar sua raça das demais através do vestuário. Na época, em boa parte dos estados nos EUA, os negros eram obrigados a se sentarem no banco de trás dos ônibus, sem se misturar com os brancos; viviam em bairros só de negros e mestiços; não freqüentavam bares, restaurantes e lojas de brancos; tinham empregos piores e ganhavam menos; eram perseguidos por movimentos como a Klux-Klux-Klan ou pela polícia. Na verdade, já demonstravam que a propaganda oficial de que os EUA eram a nação da liberdade e da igualdade era uma falácia.

Os autores Mendes e La Haye (2003, p. 125-126), ainda descrevem que, após a guerra, os países europeus estavam prejudicados economicamente, sendo que no Reino Unido, o racionamento continuava prejudicando o desenvolvimento das indústrias, e os Estados Unidos eram os detentores do poder econômico, disponibilizando, através do Plano Marshall, ajuda financeira para a recuperação econômica europeia e enquanto os europeus estavam em processo de recuperação, os Estados Unidos, em função da sua experiência com o segmento de roupas

esportivas, começa a produzir outras linhas de roupas, como por exemplo, os biquínis. Em 1945 Paris volta a ser a o ápice da moda no mundo.

Cria-se o *Théâtre de la Mode*, uma exposição em que foram usadas bonecas pequenas feitas com armações de arame vestidas com novos modelos da alta costura. Dessa forma, muitos estilistas famosos expuseram seus modelos, dando indícios de que a moda parisiense estava ressurgindo.

Segundo Moutinho e Valença (2000, p. 175-176), Christian Dior e Cristóbal Balenciaga são os estilistas de destaque deste período, sendo ambos considerados mestres da Alta Costura de então. Balenciaga, marcado pelo feitio refinado e pelos estilos avançados e modernos de seus vestidos de corte impecável. Já Dior produzia modelos mais românticos, destacando-se seu modelo *New Look*, que possuía saias rodadas indo abaixo dos joelhos, cinturas finas e apertadas, ombros estreitos, sendo quase uma releitura dos trajes femininos do século XIX.

A moda ao final da década de 40 foi caracterizada por duas silhuetas que dominaram o período, sendo uma marcada pelas cinturas finas e saias imensamente rodadas bem abaixo dos joelhos podendo chegar quase até o tornozelo, e outra quase igual à primeira, porém diferenciando-se por possuir uma saia justíssima com uma enorme fenda na parte de trás apenas para possibilitar a movimentação das pernas.

De certa forma, as mulheres buscavam retornar ao estado pré-guerra, uma vez que, durante a II Guerra, foram obrigadas a limitar seu consumo ao uso de roupas fabricadas com tecidos mais baratos.

Em 1947, através de seu modelo inicialmente batizado de “Linha Corola”, e que ficou conhecido como “New Look”, conforme figura 5, Dior traduziu bem o que se poderia esperar da moda pós-guerra: abundância e requinte, em contraste com a escassez e a simplicidade do período anterior.

O estilista, ao criar o *new look*, foi perspicaz: as mulheres, mesmo após a Segunda Guerra Mundial, continuavam usando os mesmos trajes sérios que usaram durante a guerra.

Dessa forma, Dior buscou criar algo que resgatasse a feminilidade esquecida naquele período, o que é confirmado por Pacce (2006, p. 31-33):

Dior entendeu que era o momento de a feminilidade vir à tona. Fez o *tailleur Bar*, o primeiro de uma série que valorizava o luxo e partes cobiçadas do corpo da mulher: os ombros eram doces, a saia, muito volumosa, e o busto em evidência realçava a cintura, que de tão fina, passou a ser cintura de vespa. Simultaneamente ele lançou outra marca registrada: a aplicação de rosas de seda em acessórios e roupas.

Não economizando nos tecidos, e avesso ao racionamento imposto pela guerra, o modelo proposto pelo estilista, tinha como principais características a cintura justíssima, os corpetes armados com barbatanas e a amplitude das saias, e que possuíam, conforme Mendes e La Haye (2003, p. 126) em média, de 6 a 8 metros de tecido, fora a bainha com cerca de 8 metros de roda, conforme Figura 5.



Fonte: Mendes e La Haye (2003, p. 124)

Figura 5 – Dior criou seu modelo, que ficou eternizado e conhecido como *New Look*, em 1947, dois anos após a guerra. Cintura marcada, corpetes armados com barbatanas e amplitude nas saias, ressaltando a feminilidade. Na imagem, dada a abundância de tecidos, percebe-se que o estilista não estava preocupado em economizar. Certamente uma forma de demonstrar que havia

acabado o período de contenção e economia da guerra. Os anos 50 foram marcados por um período de reconstrução das economias destruídas na guerra e pelas políticas de consumo de massa. Nos países ocidentais havia emprego para todos, com boa remuneração. Esse ambiente favoreceu o chamado “baby boom”, isto é, a explosão demográfica decorrente do aumento dos nascimentos e da diminuição da mortalidade (devido ao fim das guerras, avanços na medicina, melhorias na saúde pública,..). O crescimento vegetativo era bem visto pelos governos dos países em reconstrução, que tinham sofrido um decréscimo populacional na guerra. Assim, criações que valorizavam a feminilidade encontraram eco na realidade social, que estimulava a constituição de famílias e o conseqüente aumento populacional.

Moutinho e Valença (2000, p. 144-147) apregoam que, parcialmente influenciados pela moda de 1860, os vestidos apresentavam saias franzidas, drapeadas e armadas que iam até as canelas, com enchimento nos bustos e quadris para acentuar as curvas femininas. Sapatos de salto alto, gargantilhas, bijuterias finas e chapéus completavam o figurino tido como elegante pelos estilistas de então. Ainda de acordo com os autores, essa época foi marcada pela valorização da feminilidade.

Baudot (2002, p. 140-147) aponta Dior como o ícone da moda do período, liderando várias tendências e inovando a cada coleção. Ao abrir sua *maison*, financiada por um magnata dos tecidos, Marcel Boussac, ele atinge um sucesso imediato e sua nova empreitada ganha fama e notoriedade logo na primeira coleção.

Futuramente lança perfumes com sua marca e posteriormente, abre uma *maison* em Nova York para vender o *prêt-à-porter* de luxo.

Assim como ele, outros estilistas também se destacaram na moda da década de 50: Grès, Balenciaga, Pierre Balmain, Chanel, Givenchy, entre outros, transformando o período no apogeu da alta costura.

Laver (2000, p. 260) ressalta que é nesta época que surgem os “Costureiros Associados”, grupo composto por estilistas como Piguet, Fath, Paquin, Caven e Jean Dessès, que se uniu a 07 (sete) profissionais da moda de confecção, tendo como objetivo a edição de alguns de seus modelos e distribuição dos mesmos, para algumas lojas devidamente selecionadas e que pode-se dizer que foi uma das primeiras iniciativas em que os criadores de moda passaram a contrabalancear o “sob medida” com o “já pronto”, rumando para uma moda mais acessível.

Em 1955 a grife “Jean Dessès-Diffusion”, por exemplo, passou a confeccionar vestidos de forma seriada e distribuí-los para algumas lojas da França e da África do Norte, já dando indícios de como seria a moda nos próximos anos. Já era o embrião do prêt-à-porter que brevemente iria dominar a moda.

Nos anos 50, no entanto, ao passo em que alta-costura estava no auge em Paris, nos Estados Unidos a indústria de confecção estava em franco desenvolvimento, sendo um dos maiores produtores de roupas desse segmento, tornando-se um mercado atraente também para compradores locais, antes restritos apenas à moda parisiense.

Laver (2000, p. 261) observa que as jovens americanas passaram a buscar uma moda que as representasse, descartando modelos semelhantes aos usados por suas mães.

Algumas modas jovens basearam-se no *sportswear* americano (calças cigarretes, jeans, sapatos que pareciam sapatilhas de balé), outras se inspiravam na moda de grandes costureiros, como a camisa de Chanel em estilo masculino com abotoaduras, precursora da moda unissex.

Os “beatniks” e o fim da moda de 100 anos

No final dos anos 50, no auge da Guerra Fria, jovens escritores começaram a inovar na escrita e no estilo, fazendo textos improvisados e espontâneos, encarando o conservadorismo moral em vigor nos EUA e arriscando uma nova maneira de enfrentar o mundo.

Essa geração, que passaria a ser reconhecida como “*beat*”, desempenhou uma reformulação no comportamento, desenvolveu a ampliação da consciência por meio de experiências alucinógenas e ganhou a admiração de uma parcela da juventude ocidental insatisfeita com a sociedade em que viviam.

De acordo com o artigo “Os Vagabundos Iluminados”, do Caderno Cultural (2007)¹, o movimento *beatnik* rejeitava os valores burgueses e criava uma maneira “alternativa” de viver e de pensar. Eram os *beats*, os marginalizados, os que eram chamados de “vagabundos” pela sociedade burguesa.

¹ Disponível no site: http://www.pco.org.br/conoticias/ler_materia.php?mat=1287/ - Artigo publicado em 4 de novembro de 2007. Acesso em: 28 de ago 2008.

Eles buscavam uma alternativa à racionalização, a busca por si mesmo, a viagem interior nos níveis mais profundos da auto-análise.

O movimento *beat* provocou alterações imensas na consciência dos indivíduos a tal ponto que culminou no movimento *hippie* dos anos sessenta, tópico 1.2, deste capítulo.

Ao romper padrões sociais, os *beats* surgiram para contestar a ordem estabelecida. Rejeitavam os valores do capitalismo, baseados na valorização do consumo e do materialismo, e buscavam repensar o Homem, enquanto livre e humano.

Os *beats* caminhavam em sentido contrário ao estilo americano de vida, pois, ao invés de se estabelecerem em raízes e garantias de uma vida “burguesa”, buscavam algo acima do valor do dinheiro, alguma coisa que não se podia comprar.

E esse algo foi traduzido em novas experiências, como forma de preencher o vazio existencial e a depressão do pós-guerra.

A partir deles surgiram diversas tendências juvenis, pois foi no nascimento da contracultura, que se adotou a liberdade do ser, a independência, a luta a favor das minorias e as manifestações contra a guerra, conforme relata Gumes (2003, p. 08).

Até os bens de consumo passariam a existir em seu papel de comunicação, não seriam mais meros objetos de consumo, incluído nestes, a vestimenta, a moda usada como contestação, transformação e revolução.

Jovens intelectuais baseavam-se na moda das ruas, o denominado visual *beatnik*, que contestava o consumismo exagerado, a guerra e o anticomunismo, conforme Figura 6.

Estes usavam uma moda desleixada: suéteres *sloppy joe*, jeans desbotados e sujos, além de pés calçados com sapatilhas de balé, sandálias ou até mesmo pés descalços.



Figura 6 – Visual *Beatnik* estilizado. Terninho com camisa social e sem gravata, óculos escuros, sapato social, cabelos levemente compridos. Os *beatniks* valorizavam a cultura e admiravam filósofos como Sartre. Utilizavam a vestimenta como forma de se destacar do resto da população, que vivia no ritmo fabril do capitalismo. Esse movimento jovem, que questionava os valores da sociedade ocidental, como o consumo exagerado, as constantes guerras ideológicas e a obsessão anticomunista, pode ser considerado como o movimento que inspirou as revoluções juvenis posteriores. A partir deles, o jovem passou a adotar uma postura mais participativa frente à sociedade, questionando e lutando por seus ideais, deixando atitudes passivas de épocas anteriores. Os *beatniks* eram os jovens do *baby boom* da década de 50, e viviam sob a tensão de uma possível III Guerra Mundial, fruto da Guerra Fria. Sua atitude de se diferenciar através do vestuário faz com que possamos considerá-lo o primeiro movimento consistente de moda de rua, que seria seguido por inúmeros outros a partir de então, como os *hippies* e *punks*, por exemplo.

Moutinho (2000, p. 188) atenta que a juventude, e seu novo olhar para com a moda, impulsiona e fortalece a indústria de roupas de *prêt-à-porter*, tornando-se um público que irá consumir fortemente esse estilo que ganhará o mercado da moda.

Ao fazermos essa breve análise histórica da moda, vimos que a mesma foi dominada por um longo período, entre meados dos séculos XIX e XX, pela Alta

Costura. Tal fase foi denominada por Lipovetsky (2004, p. 69) como “moda dos cem anos”.

Crane (2006, p. 276-277) justifica que, durante esse tempo, a Alta Costura, com seus grandes costureiros, ditou a moda, definindo, para a sociedade, o conceito de beleza e de bom gosto, sendo acessível apenas aos endinheirados e copiada pelas costureiras que faziam as roupas das classes sociais não tão abastadas.

Em que pese a moda ter apresentado uma variação progressiva desde o início do século XX, essa ditadura dos cem anos de que falou Lipovetsky, sobreviveu mesmo às primeiras tentativas de massificação e industrialização da moda.

Entretanto, a partir dos anos 60 do século XX, a Alta Costura perdeu espaço para o *prêt-à-porter* que, utilizando um processo produtivo mecanizado em contraste com a produção artesanal do estilo então preponderante, passa a dominar a indústria da moda. Assim, ao longo do século XX, a moda caracterizou-se por um sistema bipolar, segundo Lipovetsky (2004, p. 112-113), onde de um lado estava a Alta Costura, e, de outro, a confecção industrial, sendo que esta última passou de subordinada a dominante a partir de meados do século em questão.

Não resta dúvida de que os progressos tecnológicos com relação ao vestuário propiciaram a produção seriada de artigos de alta qualidade a preços menores. Contudo, também deve ser considerado o novo estado da demanda que, embalada pelo fim da II Guerra mundial, cresceu consideravelmente.

Havia o desejo do novo que tomava conta de todas as classes sociais, agora com possibilidades de realizar seus sonhos de consumo frente a essa nova realidade.

Outro ponto importante nesse contexto de adequação da moda, conforme Lipovetsky (2004, p. 113-115), foi o surgimento de uma cultura juvenil ávida por mudanças, sem muita preocupação com a perfeição, mas com a criatividade espontânea dos estilistas e do poder da roupa em causar impacto.

Assim, as razões do sucesso da roupa “pronta para vestir” estão calcadas numa trinca de fatores: progresso tecnológico, crescimento econômico no pós-guerra e o surgimento de uma nova geração de indivíduos ansiosos por mudanças.

A lógica da substituição da moda-consumo por moda-identidade social era o sinal do fim da moda marcada pela possibilidade de consumo.

A Moda da Juventude – Anos 60 e 70

De acordo com Moutinho e Valença (2000, p. 188), a partir dos anos 60 a moda passou a ser dominada pelo gosto e anseios da juventude que, motivada por ideais de liberdade e embalada pelo *rock and roll*, ritmo característico do período, passa a usá-la como forma de expressar seu descontentamento para com a sociedade de consumo e a política dominante.

Nesse momento, sobretudo a partir de maio de 68, a moda consolida-se como forma de linguagem e expressão, principalmente através dos novos movimentos contestadores.

Assim sendo, ao usar uma determinada indumentária, a juventude estabelecia uma forma de comunicar-se com a sociedade, muitas vezes como meio de criticá-la. Esses jovens sinalizavam a necessidade de mudanças sociais na forma de se vestir. Buscavam uma aparência menos elitista e mais livre.

Segundo Moutinho e Valença (2000, p. 188), “mostravam sua repugnância pelos confortos burgueses, adotando a aparência das classes mais pobres: *blue jeans*, roupas sem gravata e jaqueta de couro”.

Vários acontecimentos influenciaram esse novo comportamento da juventude: os assassinatos de John Kennedy, de seu irmão, do líder negro Martin Luther King Jr., bem como a guerra do Vietnã, despertaram na ala jovem da população uma indignação e um anseio pela igualdade social, racial e pela paz mundial.

Surgem movimentos de contracultura, dentre eles o movimento *hippie* (figura 9) de origem americana, tendo repercutido também na juventude de outros países, composto por um grupo de jovens que tinham como características a vida em comunidades próximas a natureza, a propagação da paz e do amor, o uso de drogas e o sexo de forma livre (BRAGA, 2004, p. 89-90).

Seu visual era o espelho dessa liberdade: cabelos compridos, homens de calças jeans boca de sino, batas e camisas podendo ter estampas com motivos indianos.

Moutinho e Valença (2000, p. 189) acrescentam que as mulheres usavam saias compridas cabelos longos quase sempre enfeitados por flores.

Tão contestadores como os *punks*, os *hippies* exerciam seu protesto também na forma de vestir, porém de uma outra forma.

Ao passo em que os *punks* exerciam seu protesto através de uma indumentária que chocava, os *hippies* valiam-se de flores e da suavidade de tecidos fluidos para exercê-lo e pregar a paz e o amor.

A moda passa então de sua forma singular para uma forma pluralizada, com inúmeras formas e possibilidades. O contexto econômico também favorável torna essa juventude capaz de consumir e fazer parte de uma nova fatia do mercado.

Se antigamente não se render à moda significava pertencer a uma classe social menos favorecida, nesse novo momento tinha a conotação de liberdade. Mendes e La Haye (2003, p. 196) demonstram que alguns criadores de moda buscaram inspiração na realidade da época para compor suas criações, dando a elas um visual antiautoritário e contestador, demonstrando que a moda poderia ser um veículo capaz de espelhar os sentimentos de toda uma geração.

Nesse período surgem novas formas e novos estilos como a minissaia, cuja criação é atribuída à Mary Quant, estilista que a colocou no mercado junto com André Courrèges (tendo sido chamado mais tarde de estilista da era espacial por seus modelos com características futuristas).

Segundo Braga (2004, p. 87-89), nesse período surge também a moda unissex, caracterizada principalmente pelo uso de camisas de gola e calças jeans que poderiam ser usadas tanto pelos homens como pelas mulheres.

Apesar de nesse período a mulher ainda ser socialmente enxergada numa condição de subordinada aos homens, sendo-lhes atribuídas inclusive menores salários, muitas vezes relativos a um mesmo trabalho feito por eles, havia um grande progresso na forma de vestir e de pensar por parte destas, que pouco a pouco iam conquistando seu espaço na sociedade.

Além dessa moda unissex citada anteriormente, a *lingerie* proporcionava as mulheres maior liberdade de movimentos, ainda mais se usadas com suas mínimas saias, principal símbolo da moda dos anos 60.

Com relação à moda masculina (Mendes e La Haye, 2003, p. 177), a mesma sofreu influências do grupo musical *The Beatles*, sendo que a mesma caracterizou-se pelo uso de terninhos (Figura 7), roupas coloridas, blusas de gola alta, cabelos compridos e corte com franja.



Figura 7- Os *Beatles* marcaram a geração 60. Na foto, vemos os 4 integrantes do grupo musical vestidos com terninhos blusa de gola alta e corte com franja. Na imagem seguinte pode-se perceber sua influência sobre a juventude. A década de 60 foi marcada pela conquista do espaço, com o homem tendo chegado à lua. Diversas inovações tecnológicas surgiram, como a pílula anticoncepcional, e outras se popularizaram, como a TV e a geladeira. As inovações trouxeram maior comodidade para a vida cotidiana e revolucionaram os costumes: aumento da liberdade sexual, principalmente para as mulheres; surgimento do movimento feminista, que lutava pela igualdade entre os sexos; movimentos pelos direitos das minorias e dos negros; movimentos pacifistas, principalmente contra a Guerra do Vietnã. O crescimento do poder da comunicação de massa, principalmente a TV, expandiu os movimentos juvenis. Os *Beatles*, por exemplo, tornaram-se conhecidos mundialmente, de forma que sua mensagem, basicamente de amor e paz, e seu visual *beat*, espalharam-se entre os jovens ocidentais. Assim, a moda de rua também se beneficiou da mídia.

Os Beatles fizeram mais do que música, apesar de serem a banda de *rock'n roll* mais conhecida do mundo. Eles fizeram moda, influenciaram toda uma geração, até mesmo nos cortes de cabelo, e em todo o mundo (Figura 7a).



Figura 7a – A influência dos *Beatles* na moda. Na foto a jovem aparece com o cabelo cortado tendo como referência o corte usado pelos *Beatles*. A foto nos remete a década de 60. Cabelo curto, gola alta, cores fortes, maquiagem “carregada”. Os anos 60 foram marcados pela revolução dos costumes, principalmente das mulheres, que buscavam igualdade de direitos e foram beneficiadas pela descoberta da pílula anticoncepcional. A partir do momento em que passaram a controlar sua sexualidade, as mulheres iniciaram movimentos feministas, visando obter mesmo *status* social que os homens. A figura acima demonstra a moda unissex, símbolo da igualdade sexual.

Sob a roupa se oculta a ideologia, voltada à idéia de bandos e tribos. Do termo *beat* verte-se a origem dos *Beatles*, e esta influência ultrapassou décadas e chega aos nossos dias com a mesma magia dos anos 60.

Até os dias de hoje é comum vermos pessoas usando suas roupas e cortes de cabelo, demonstrando a força do movimento. Nesse novo contexto, a Alta Costura vai perdendo espaço para o *prêt-à-porter*, fazendo com que alguns estilistas passem a adotar essa nova modalidade e acabem se rendendo a ela.

A indústria de confecção, em função da demanda e da sua capacidade de produção em larga escala, vai ganhando espaço no mercado. Conforme Mendes e La Haye (2003, p. 196), para se ter uma idéia das transformações em curso, em 1968, um dos maiores estilistas do mundo, Balenciaga, fechou seu ateliê e declarou o fim da Alta-Costura.

As indústrias contratavam e buscavam estilistas a fim de empregá-los e colocar no mercado suas criações. Embora o *prêt-à-porter* tivesse como base a produção em massa, a mesma tinha qualidade, variedade e era capaz de atender as exigências do mercado.

Moutinho e Valença, (2000, p. 202-208) destacam que, dentre os estilistas que se destacaram no período, estão Yves Saint-Laurent, com seus vestidos estilo trapézio; Pierre Cardin, com suas roupas extravagantes; e Paco Rabanne, com seus modelos confeccionados com o uso de materiais alternativos.

Os autores Moutinho e Valença (2000, p. 34-35) ainda afirmam que a moda dos anos 70 continuou sendo influenciada pela juventude e, embora parte dela buscasse uma forma mais prática de se vestir, outra parte buscava um visual mais romântico, levando alguns estilistas a buscar referências nos anos 30 e 40 para compor suas criações.

A silhueta dominante passou a ser longilínea e esbelta, tomando lugar da anterior, mais rígida e triangular imposta pela minissaia. As saias midi e máxi, bem como as calças, passaram a fazer parte do guarda-roupa feminino e os quadris evidenciados pelas calças apertadas ganharam destaque.

A moda *hippie* (Figura 8), surgida na década anterior, continuava presente. No Brasil, em especial, nos anos de 60 e 70, esse movimento chegou até nós, acompanhando a tendência das sociedades urbanas ocidentais, aquilo que usualmente se chama de revolução dos costumes.

Tal movimento tinha eco nos importantes veículos de informação, sobretudo a recém-democratizada televisão. Os mesmos transmitiam a moda *hippie*, com os homens e mulheres andando descalços, ambos de cabelos compridos e usando bijuterias.

Alguns homens podiam usar calças boca de sino e camisas estampadas com flores coloridas. Já algumas mulheres usavam saias compridas e fitas no cabelo.

A partir daí surgem os vestidos de cortes retos, longos e campestres, assim como as roupas futuristas.

O jeans e a camisa sem gola passaram a ser de uso de ambos os sexos e os tecidos apresentavam imagens de símbolos populares. Neste permeio, a Alta Costura continuava a perder cada vez mais espaço.

A moda continuava voltada para as ideologias. Mendes e La Haye (2003, p. 196) apontam que, dessa forma, a paixão e a valorização de temas referentes à natureza estavam presentes nas criações de vários estilistas da época, uma vez que o movimento *hippie* colaborou para o crescimento do movimento ecológico, responsável por revigorar o artesanato nos Estados Unidos e no Reino Unido.

Roupas com apliques feitos em crochê e tricô eram bem vindas nas coleções, tendo como referência o figurino alternativo dos *hippies*.



Figura 8 – A Moda *Hippie* apoiava a ecologia. Acima, um casal em meio a natureza. A mulher está com vestido comprido e de corte reto, com um detalhe em jeans na parte de baixo, tecido tão usado no período. O homem abraçado a ela traz, como principal referência do movimento *hippie*, o uso de cabelos compridos. A imagem representa a década de 70, quando boa parte dos jovens protestava, com sua aparência, contra a realidade. Guerras, cujas únicas vítimas eram os próprios jovens, que não viam sentido nas mesmas; aumento da poluição, causado pela produção desenfreada de bens que objetivavam unicamente satisfazer a uma lógica irracional de consumo; queda na qualidade de vida da população; ocorrência de catástrofes naturais, como enchentes, degradação de rios e chuva ácida, além da extinção de espécies da fauna e da flora preocupavam a juventude *hippie*.

Nesse período a mulher buscava também um visual que se assemelhasse ao masculino, de certa forma buscando maior igualdade entre os sexos. Usava calças, blazers e até suspensórios até então restritos ao público masculino.

De acordo com Moutinho e Valença, (2000, p. 235-236), as calças jeans podiam ser combinadas com camisas *lacoste*, por exemplo, feitas em modelo unissex.

Por falar nisso, as calças jeans nunca estiveram tão em evidência como na moda das décadas de 60 e 70 e a boca de sino era a marca da juventude.

Não havia nada mais representativo na moda jovem do período do que elas que, a partir do fim dos anos 70, tornaram-se o uniforme da juventude do mundo ocidental.

Não importava se era jeans lavado em pedra, encolhido, desbotado, branqueado ou escovado, o que fazia que o jovem se afirmasse como tal era possuir uma peça qualquer desse material em seu vestuário.

Nas décadas seguintes o jeans popularizou-se de tal modo que perdeu essa característica de representar a juventude, pois, em função de sua praticidade e conforto, tornou-se uma peça comum aos guarda-roupas de todas as classes e idades, o que ocorre ainda até nos dias atuais.



Fonte: Mendes e La Haye (2003, p. 194).

Figura 9 - Visual feminino dos anos 70. Criação de Yves Saint Laurent. Terno feminino. Nessa década a mulher já começava a obter uma maior igualdade no mercado de trabalho frente aos homens. O modelo da foto demonstra a moda unissex, simbolizando a mulher executiva, bem sucedida e independente. A década de 70 foi marcada por crise econômica mundial e pela sensação de pessimismo frente a economia. Os benefícios oriundos da lógica do consumo de massa estavam se esgotando e as grandes empresas ocidentais estavam demitindo e passando por problemas financeiros. A Alta Costura já havia perdido seu papel de “criadora de moda” para o *prêt-à-porter*. A moda de rua já existia, mas ainda restrita a grupos de jovens, como os *hippies*, por exemplo.

A década de 70 foi marcada pela crise do petróleo, que abalou a economia mundial e acelerou a inflação.

A indústria da moda também sofreu as consequências da crise tendo que adaptar-se a esse novo momento.

Mendes e La Haye (2003, p. 195-196) apregoam que a busca por uma moda mais artesanal foi uma forma de não depender de máquinas e equipamentos movidos a petróleo e derivados, para o feitiço de seus produtos.

E que outros acontecimentos marcantes no período foram a Guerra do Vietnã, que embora chegando ao fim, trouxeram à tona o problema dos conflitos raciais; os protestos estudantis na Europa e Estados Unidos; além de atentados terroristas em algumas partes do mundo, como na Espanha, através do grupo separatista basco ETA, e na Irlanda, com o IRA.

A década de 70 presenciou o declínio da Alta Costura e a diminuição de sua clientela enquanto o *prêt-à-porter* dominava a produção de roupas.

A classe dominante passou a diferenciar-se das classes menos favorecidas através das marcas caras que poderiam ser encontradas no *prêt-à-porter*, e não somente por usar produtos da Alta Costura.

Segundo Mendes e La Haye (2003, p. 196-197), a partir do momento em que essas marcas tornavam-se acessíveis à população menos favorecida, ela buscava novas marcas que a pudessem distingui-la das classes com menor poder aquisitivo.

Os estilistas viram-se obrigados a adaptar-se a esse novo contexto do mercado e da moda. Jean-Paul Gaultier, estilista convidado para trabalhar com Pierre Cardin, tinha como referência a moda usada em Londres.

Dentre seus modelos podemos citar as calças de *patchwork* de couro coloridas, criações essas, assim como várias outras de suas coleções, capazes de atingir o público jovem que já despontava como um grande mercado consumidor.

Mendes e La Haye (2003, p. 202-203) ressaltam que Kenzo, estilista japonês, chegou a Paris por volta de 1964, trazendo uma moda que mesclava as roupas típicas de vários países, como por exemplo, mantôs afeganes, túnicas romanas e outras, fazendo uma moda contemporânea e de estilo inovador.

Também ressaltam que, fora esses estilistas que se destacaram e que se estabeleceram em Paris, havia ainda Rei Kawakubo, outra estilista japonesa, Karl Lagerfeld, Christian Lacroix, dentre outros, todos de grande importância para a moda e suas transformações.

Ainda na década de 70, apesar de Paris continuar sendo o centro da moda, outros centros se formaram dando destaque a estilistas que não se fixaram em Paris, mas que de certa forma exerceram influência na moda parisiense.

Dentre esses, podemos citar os ingleses Sheridan Barnett, Helen Robinson e Vivienne Westwood (que se destacou por suas roupas feitas em couro e borracha e por ser a preferida dos *punks*).

Os italianos, fiéis ao seu estilo clássico, também tiveram destaque na moda de então, sendo Gianni Versace, Valentino, Giorgio Armani e Nino Cerutti foram alguns nomes importantes do período.

Mendes e La Haye (2003, p. 207-210), descrevem que, embora nem todos os grandes estilistas japoneses tenham se fixado em Paris, como Yohji e Kansai Yamamoto, eles participavam da moda e dos desfiles parisienses, o que contribuiu para que se tornassem ainda mais conhecidos no mercado.

Na moda americana, Calvin Klein, Ralph Lauren e Perry Ellis destacaram-se principalmente pelo conforto de suas peças.

A moda nova iorquina da época voltava-se para o natural, refletindo, de certa forma, o interesse pela natureza e pela ecologia. O *blazer* usado por mulheres também marcou a moda americana do período.

Com relação aos trajes de noite, principalmente os usados em boates famosas de Nova York, os mesmos eram compostos em sua maioria por calça jeans bem justa ao corpo e malhas com muito brilho.

A indumentária feminina buscava muitas referências na moda masculina. As camisas femininas estilo de homem, eram usadas com saias, podendo ter seus punhos dobrados e usados com abotoaduras.

Outra característica marcante na moda do período foi a capacidade que a mesma possuía de demonstrar diferentes estilos, passando a evidenciar a forma como as pessoas viam o mundo: os *hippies*, os fãs dos *Beatles*, os admiradores de artistas do cinema, enfim, cada estilo passou a ser associado a uma forma do vestuário, seguindo uma tendência surgida desde a década de 50 (quando os jovens passaram a se vestir como seus ídolos do cinema – James Dean e Marilyn Monroe, por exemplo). De certa forma essa explosão cultural colaborou para o declínio da Alta-Costura.

Pode-se dizer que a moda dos anos 80 tem início em meados de 1978, tendo como pano de fundo a música disco, embalada por uma sociedade com enorme necessidade de aparecer e ostentar.

A valorização e a busca do corpo perfeito lotavam as academias de ginástica e os músculos eram exibidos por homens e mulheres.

A moda *hippie* dos anos 70 foi deixada para trás, dando lugar a uma moda espetacular, onde não faltavam brilho e exagero.

Moutinho e Valença, (2000:261-262), diferenciam:

As roupas tornaram-se contrastantes, podendo ser largas ou justas, sensuais ou comportadas, curtas ou compridas, em cores discretas ou vibrantes. Os jeans continuavam sendo as peças preferidas dos estudantes e eram usados com camiseta, óculos escuros e blusas de moletom no inverno. A vontade de chocar, característica de uma parcela da juventude da década de 60, deu lugar a uma nova geração chamada *yuppie* (figura 12), que se caracterizava pelo uso de roupas mais sofisticadas e comportadas.

Nesse período os americanos que buscavam *status* iam em busca de roupas da alta costura européia, uma vez que o dólar nos anos 80 estava bastante valorizado.

As grifes caras eram usadas como forma de demonstrar o poder de compra do indivíduo e sua condição social favorável. Jóias, bolsas, principalmente da grife Chanel, relógios da marca Rolex, canetas Mont Blanc, entre outras coisas eram objetos de cobiça e desejo daqueles que tinham a necessidade de demonstrar seu potencial econômico.

Conforme Moutinho e Valença, (2000, p. 263), havia certa disputa por parte desses indivíduos e uma vontade incontrolável de destacar-se dos demais, sendo que se destacava quem primeiro possuísse as novidades lançadas pelas grifes do momento. Oscar de la Renta, Ralph Lauren, Calvin Klein e outros são destaques do período.

Lipovetsky (2004, p. 171) analisa esse momento da seguinte forma:

Em tal problemática, o valor de uso das mercadorias não é o que motiva profundamente os consumidores; o que é visado em primeiro lugar é o *standing*, a posição, a conformidade, a diferença social. Os objetos não passam de “expoentes de classe”, significantes e discriminantes sociais, funcionam como signos de mobilidade e de aspiração social.

Moutinho e Valença, (2000, p. 263) completam que, dessa forma, a moda e seus acessórios colaboravam para que o indivíduo se colocasse através de sua aparência frente à sociedade, permitindo que a mesma pudesse identificar a que classe social ele pertencia.

Apesar dessa busca desenfreada pelo *status*, esse período foi também marcado pelo desenvolvimento de algumas culturas que se opunham a esse estado de coisas. O movimento *punk*, por exemplo, embora tenha tido destaque a partir de 1976, projetou-se mundialmente nos anos 80, principalmente a partir da moda inglesa.

Mas por que um movimento nascido nos EUA ganhou notoriedade a partir da Inglaterra?

Segundo Bivar (2001, p. 31), a economia internacional no final da década de 70 estava em crise principalmente em função do 2º choque do petróleo, que havia aumentado consideravelmente seu preço, e em consequência disso, o índice de desemprego também alcançou proporções alarmantes, atingindo principalmente, países como a Inglaterra, sobretudo a sua classe operária.

E Abramo (1994:45) confere que a juventude inglesa, composta por muitos filhos desses operários, viu seus sonhos e perspectivas oferecidas pela prosperidade do capitalismo do pós-guerra acabarem.

Esse movimento configura-se a partir dessa juventude sem grandes esperanças de um futuro melhor e que, ao sair do ciclo básico de estudos, encontrava-se desempregada, presenciando o encerramento de boa parte dos serviços públicos, em função da política liberal de desestatização de Thatcher.

Sem dinheiro, emprego e prontos a protestar contra os valores conservadores da sociedade inglesa, esses jovens exteriorizavam seu descontentamento de forma agressiva, furiosa e desordenada com intuito de chocar a sociedade.

Abramo (1994:43-44), ainda expõe:

São grupos fundados em atitudes como a rejeição de aparatos grandiosos e de conhecimento acumulado, em troca da utilização da miséria e aspereza como elementos básicos de criação, uso da dissonância e da estranheza para causar choque, o rompimento com os parâmetros de beleza e virtuosismo, a valorização do caos, a cacofonia de referências e signos para produzir confusão, a intenção de provocar, de produzir interferências perturbadoras da ordem. Uma postura anarquizante, como diz Yonnet.

Vistos como anarquistas e comportando-se como tais, tinham a intenção de chamar atenção, buscando chocar a sociedade através de sua aparência. Usavam na sua maioria roupas pretas, rasgadas, jaquetas de couro, calças pretas ajustadas ao corpo, além de uma maquiagem muito carregada em tons de preto, e acessórios feitos de correntes e alfinetes.

Bollon (1993, p. 128-129) detalha que o cabelo era penteado e cortado ao estilo moicano, arrepiado e podendo ser colorido. Gostavam de usar *piercings*, muitas vezes aplicados no rosto.

Um fenômeno interessante ocorrido na moda *punk* foi que, após um momento inicial de negação por parte da sociedade, essa mesma sociedade passou a aceitá-la, na medida em que o estilo *punk* era englobado pela moda de massa e pelas *griffes*.

A Sociedade e a Indústria da Moda

Para Braga (2005, p. 38), a imprensa também contribuiu para a difusão da roupa produzida em série, citando a revista *Vogue* que, em 1952, já destacava o “pronto para vestir”.

Lipovetsky (2004, p. 110) completa que, se ao longo dos anos 50 a “moda pronta” copiava as formas da Alta Costura, no início dos anos 60 ela verdadeiramente se impõe, adotando em suas criações a audácia, a juventude e o novo.

Em 1959, Pierre Cardin apresenta a primeira coleção de *prêt-a-porter*, tendo sido o primeiro costureiro a desfilá-la nesses moldes.

Após a iniciativa de Cardin, foi a vez de Yves Saint-Laurent abrir a primeira loja baseada nesse segmento. Também em 1959, Daniel Hechter lança o estilo Babette e o manto tipo sotaina, Cacharel introduz o chemiser (tipo de camisa masculina com gola) para mulheres, enquanto Mary Quant cria, em Londres, o *Gingor Group*, que está na origem da mini-saia.

Para Lipovetsky (2004, p. 110), além desses, vários outros estilistas abraçaram o *prêt-a-porter*, como Michele Rosier, revolucionando os trajes de inverno, Emanuelle Kahn e Elie Jacobson, todos na origem do *sportswear*, defendendo um vestuário livre e jovial.

Aos poucos, os estilistas da Alta Costura perceberam a importância e a força desse momento na moda, bem como a necessidade em aderir a mudanças para não serem excluídos do mercado e que nos dias de hoje, se observarmos a moda e seus segmentos sob a forma de uma pirâmide, veremos que a Alta Costura encontra-se no topo, onde seus produtos estão com preços cada vez mais elevados, porém consumidos por um público cada vez menor.

Segundo Crane (2006, p. 286-287), se em 1955 a *maison* Dior possuía cerca de 25.000 clientes, em 1989 as maiores *maisons* mundiais – Dior e Yves Saint-Laurent

– juntas possuíam algo em torno de apenas 200 clientes, em sua maioria senhoras norte americanas e árabes.

Apesar disso, algumas casas de Alta Costura ainda se mantêm em atividade: Valentino, Chanel, Dior, Versace, Lacroix, Givenchy, Balmain, Balenciaga, Yves Saint-Laurent e Lanvin são alguns desses exemplos.

Jones (2005, p. 39), assegura que essas marcas, em sua maioria, diversificaram seus produtos lançando perfumes, cosméticos e acessórios como forma de atingir novos consumidores e obter outras formas de lucro que não somente através do vestuário.

Logo, pode-se concluir que a confecção de roupas de alto luxo deixou de ser a única (e principal) fonte de renda dos grandes ateliês, passando a ser apenas um dos muitos segmentos explorados por essa indústria.

Para Braga (2004, p. 87), outra explicação para a mudança nos rumos da moda dá-se pela igualdade de acesso que o *prêt-à-porter* proporcionou: a moda tornou-se mais justa e democrática, acompanhando os rumos da sociedade ocidental desenvolvida, que apresentava uma economia próspera, baseada na democracia, no consumo de massa e na inclusão social.

Enquanto na Alta Costura, para estar na moda era necessário seguir as tendências ditadas pelos grandes estilistas, a moda aberta rompe com esse autoritarismo.

O consumidor passa a apresentar certa autonomia, movido por um comportamento mais livre, não necessariamente copiando o último modelo em voga, ditado pelos costureiros, mas readaptando-o.

Existe uma moda, porém sua percepção social é mais lenta. O dito “fora-de-moda”, também passa a ser menos radical, havendo maior liberdade na forma de vestir.

Lipovetsky (2004, p. 75) sintetiza bem a diferença entre Alta Costura e o *prêt-à-porter*.

A heterogeneidade das toaletes, consubstancial à ordem aristocrática, onde o fausto ostentatório é um imperativo social destinado a marcar com brilho a dessemelhança humana e social, foi substituída, no começo do século XX, por uma moda de

tendência “homogênea”, que repousa na própria rejeição do princípio da exibição majestosa e superior da hierarquia.

Analisando o período de transição pelo qual passou a moda, da Alta Costura ao *prêt-à-porter*, veremos que a mesma foi sensível às mudanças sociais, econômicas e tecnológicas de então.

Lipovetsky (2004, p. 69-70), aponta que as peças da Alta Costura, que antes só eram usadas por mulheres da alta sociedade e com alto poder de compra, passaram a fazer parte da vida de outras mulheres pertencentes a outras classes.

A moda ocidental, com o passar dos anos e com o advento do *prêt-à-porter*, tornou-se mais igualitária e, dessa forma, podemos entender que a história da moda ocidental está diretamente ligada à história das sociedades ocidentais democráticas

Hoje, jamais poderíamos imaginar uma mulher ativa, independente e inserida no mercado de trabalho, usando espartilhos extremamente apertados ou mesmo saias, excessivamente longas e rodadas, vestimentas típicas da mulher do século XIX, quando a roupa espelhava o papel submisso e reprimido da mulher na sociedade.

CAPÍTULO 2 – O MOVIMENTO “PUNK”

No capítulo 1, buscou-se contextualizar o fenômeno da moda, muito além da futilidade que a faz ser vista e entendida como algo ligado apenas à aparência, demonstrando que a mesma pode ser estudada como uma manifestação cultural, representando as diversas fases históricas. A seguir, o que se pretende é abordar a maneira como o vestuário reproduziu as transformações sociais, políticas e econômicas da década de 70, devendo ser vista no contexto de novos modos e modas de ser, de pensar e de agir do indivíduo, frente a essas transformações.

Para atingir esse objetivo, tomou-se como exemplo o movimento *punk* verificando de que maneira a moda foi capaz de representar esse movimento de expressão cultural.

Os Anos 70 e o Nascimento do Punk

A palavra *punk* em inglês significa madeira podre e, segundo Carmo (2003, p. 124), também pode significar algo sem valor, sujo, sem qualidade.

O movimento *punk* surgiu inicialmente nos Estados Unidos, mas ganhou extensão mundial a partir da Inglaterra, entre 1976 e 1977.

Segundo Carmo (2003, p. 124), foi assim denominado, no ano de 1972, quando um crítico americano chamou de *punk* o conjunto *New York Dolls*, uma banda americana que foi uma das precursoras do movimento *Punk*, foi também o nome dado a uma revista lançada em Nova York em 1975, conforme McNEIL e McCAIN (2006, p. 59), que fez uma entrevista com o conjunto de *rock Ramones*.

McNEIL e McCAIN (2006, p. 43-44) sintetizam a realidade que cercava o nascimento do *punk* nos Estados Unidos:

As coisas tinham entrado em colapso. A gente tinha perdido a guerra do Vietnã pra um bando de caras com bastões e pijamas pretos. O vice-presidente Spiro Agnew teve que renunciar porque foi pego aceitando subornos na Casa Branca. E Richard Nixon teve os ladrões de Watergate arrombando a sede nacional dos democratas porque era paranóico demais. Quer dizer, o (...) Nixon tinha ganho a eleição com a maior vitória da história. Ele era simplesmente demente. E daí teve que renunciar. E então o presidente Gerald

Ford disse pra cidade de Nova York se danar quando ela foi à falência. Quer dizer, Nova York declarada falida! Comparado com o que estava acontecendo no mundo real, decadência era meio antiquado. Assim, o punk não tinha a ver com decadência, o punk tinha a ver com o apocalipse. Punk tinha a ver com aniquilação. Nada deu certo, então vamos direto pro Armagedon. (...) E foi assim que a gente se comportou.

Entretanto, foi a partir da Inglaterra que o movimento ganhou projeção mundial, principalmente devido à grande aceitação dos jovens ingleses aos seus princípios e devido ao sucesso da banda *Sex Pistols* e de seu vocalista, *Sid Vicious*, conforme Figura 10.



Figura 10: Banda *Sex Pistols*. Roupas pretas, símbolo do luto, coturnos de guerra, cabelos espetados como espinhos, jaquetas de couro, símbolo nazista na camisa. Os *punks* surgiram no fim da década de 70. A Inglaterra foi o pólo irradiador do movimento. A realidade daquele país na época era solo fértil para o surgimento do movimento que se apresentava como se o mundo estivesse para acabar. O país da rainha, que tinha sido a maior potência mundial por mais de um século, vivia uma forte estagnação econômica, trazendo poucas perspectivas para seus jovens. Na tentativa de mudar a economia, a 1ª Ministra Margareth Thatcher, comandou uma forte mudança na economia, de cunho liberal, privatizando, desregulamentando mercados e diminuindo as políticas sociais. O jovem *punk*, oriundo de classes sociais menos favorecidas, vivia o próprio fim do mundo: não havia emprego e o governo estava reduzindo as políticas sociais.

Segundo McNeil e McCain (2006), desiludidos com a realidade social, política e econômica e embalados pela música, os *punks* colocavam-se contra o exagero e o estrelismo do rock progressivo que dominava a década de 70, caracterizado pela necessidade de um grande aparato empresarial onde eram necessárias grandes somas de dinheiro para se manter no mercado, e contra o otimismo florido, romântico e alienado da “geração paz e amor”, dos *hippies*.

Esse sentimento de repúdio ao movimento hippie é expressado por Mary Harron, ex-escritora de matérias especiais da revista *Punk* (*apud* McNEIL; McCAIN, 2006, p. 77):

Na verdade não tínhamos nenhum motivo para sermos idealistas, e eu estava farta da cultura hippie. As pessoas estavam tentando manter aqueles ideais de paz e amor, mas eles estavam muito desvalorizados. Além disso, era a época em que era bacana ser capitalista, e você não entrava mais naquela. Estava esgotado, mas, como os hippies defendiam o que era bom, ninguém podia deixar pra lá e dizer “isso acabou”. Era como se você fosse forçado a ser otimista, interessado e bom. E a acreditar em paz e amor. E embora talvez eu acreditasse, me resenti por todo mundo me dizer no que acreditar. Eu não gostava da cultura hippie, achava nauseante, afetada, sentimental e com carinha de smiley. Aí Richard Hell chegou e disse: “É isso que somos, somos a geração vazia. Acabou.”

Segundo Abramo (1994), sua música era marcada pela simplicidade, sem técnicas elaboradas de som e solo, e ainda muito mais gritadas do que cantadas, pontuando as experiências do dia a dia dos jovens nas ruas. Possuíam uma estrutura simples básica que dispensava enormes produções e recursos sonoros.

De acordo com Bollon (1993, p. 133-134), ela era apenas agressão, ataque e barulho, além de totalmente desprovida de significados. Na realidade, quanto mais mal tocada mais agradava seus espectadores:

Uma espécie de monstruoso ataque aos sentidos, contra qualquer sentido possível, no final do qual só restariam alguns gritos inarticulados e quase sempre inaudíveis. Aqui também não se pode dizer que sua música quisesse realmente “provocar”. Ela não procurava demonstrar nada, estabelecer nada, sugerir nada: contentava-se, se podemos dizer assim, como antimúsica, em aniquilar tudo o que a cercava e pudesse lhe fazer concorrência.

Fazia o vácuo à sua volta, em proveito de uma pura agitação desordenada, quase um motim em tamanho reduzido, sobre o qual moças e rapazes saltavam ritmadamente de pés juntos – era sua maneira de “dançar” que chamavam “pogo”- como incríveis ioiôs humanos ou bolas vivas de borracha, ao mesmo tempo que se empurravam uns aos outros numa briga confusa. Mais punk do que isso, como imaginar?

Para Carmo (2003, p. 124), eles faziam uma música simples onde através dela pudessem expressar seus sentimentos e opiniões sem restrições. Tinham como lema o “faça você mesmo”. Para eles a emoção era muito mais importante e valorizada do que a técnica.

Nancy Spungen, ex-namorada de Sid Vicious e supostamente assassinada pelo cantor, Eliot Kidd, ex-vocalista da banda *Demons* e Malcom McLaren, ex-empresário dos *Pistols* reforçam a idéia. Para Spungen (*apud* McNEIL; McCAIN, 2006, p. 49):

O punk começou nos anos sessenta com bandas de garagem como Seeds, Question Mark e Mysterians. Punk é apenas o bom rock & roll básico (...). Não é uma música muito enfeitada e intrincada – não tem sintetizadores, é apenas rock básico dos anos cinqüenta e começo dos sessenta.

Para Kidd (*apud* McNEIL; McCAIN, 2006, p. 49):

A única coisa que fazia a música diferente é que a gente estava levando as letras aonde elas nunca tinham chegado antes. A coisa que faz a arte interessante é quando um artista tem uma dor incrível ou uma fúria incrível. As bandas de Nova York estavam muito na dor, enquanto as bandas inglesas estavam muito mais na fúria.

E para McLAREN (*apud* McNEIL; McCAIN, 2006, p. 28-29):

Eu era pelo menos uma geração mais velho do que a geração que eu empresariava. Eu não era da geração dos Sex Pistols, era da geração dos anos sessenta. Por isso minha relação com os Sex Pistols era uma ligação direta com aquela opressiva angústia existencial, motivo primordial pra fazer qualquer coisa no rock & roll (...), e com aquele espírito amador de faça-você-mesmo típico do rock & roll. (...) Lá pelo começo dos anos setenta, a filosofia era de que você não podia fazer nada sem um monte de dinheiro. Então minha filosofia se voltou pra “(...) a gente não se importa se não sabe tocar e não tem instrumentos realmente bons (..)” No fundo, acho que foi isto que criou a raiva – a raiva era simplesmente por causa do dinheiro, porque a cultura tinha se tornado corporativa, porque a gente não a possuía mais, e todo mundo estava desesperado para tê-la de volta. Essa era uma geração tentando fazer isso.

Bollon (1993, p. 156-157) ressalta que um ícone da música *punk* foi a banda *Sex Pistols*, conforme abordado neste mesmo tópico e visto na Figura 10 acima. Esta banda chamava a atenção não só por sua música como também pela forma pouco convencional que se vestiam seus integrantes, para os padrões da época, homens vestidos com roupas femininas, uso de roupas rasgadas, apetrechos de guerra tais como capacetes, coturnos e suásticas nazistas.

Segundo Carmo (2003, p. 127), o grupo *Sex Pistols* tornou-se símbolo do movimento ao colocá-lo em evidência nos veículos de comunicação, porém, “apesar de sua força espontânea aparente, o grupo fora idealizado pelo modista e radical dono de butique de roupas e discos Malcolm (*sic*) McLaren, que, em 1975, já havia empresariado o conjunto New York Dolls”.

Discordando da visão de que o *Sex Pistols* foi criado apenas com o intuito comercial, podemos citar o próprio McLaren (*apud* McNEIL; McCAIN, 2006, p. 26-27).

:

Pra mim, a noção oficial de mau precisava ser redefinida. E a noção de bom significava coisas que eu absolutamente achava que tinham de ser destruídas (...) Quando saí da escola de arte, no começo dos anos setenta, isto pra mim significava Brian Ferry. Significava calças de veludo verde. Significava os hippies, coisas jovens e brilhantes, realismo socialista, a bandeira americana, televisão e pós-graduação. (...) saberia que havia uma lista de coisas “boas” e de coisas “más”, e esta lista foi o começo pra eu decidir de que forma usar o “mau” e como fazê-lo funcionar de uma maneira que pudesse transformar definitivamente a própria cultura popular. Nesta lista havia um nome – os Sex Pistols, que significavam todos os tipos de coisa pra mim. Ele surgiu a partir da idéia de uma pistola, uma pin-up, uma coisa jovem, um assassino com um visual legal – uma pistola de sexo. E lançar essa idéia na forma de uma banda de garotos que podiam ser considerados maus era perfeito, especialmente quando descobri que esses garotos tinham a mesma raiva que eu. E possivelmente podiam me ajudar a continuar sonhando e me fazer recusar pra sempre a voltar pro que me aterrorizava – a normalidade.

Assim, por detrás de um objetivo meramente capitalista, havia uma visão artística, e a conjugação das duas coisas só foi possível porque existiam jovens com a mesma visão de mundo.

Para Carmo (2003, p. 126), a música e a estética *punk* interligam-se através dos mesmos princípios estéticos, ou seja, uso de materiais rudimentares ou ainda sem valor.

Outro elemento importante a ser analisado é a ideologia do movimento. Quais as inclinações políticas? Qual a ideologia que os orientava? Bollon (1993, p. 135-138) indica que não se consegue defini-los com precisão:

Mas quem seriam aqueles zumbis? E a que nível era possível, era preciso, interpretá-los? Seriam eles “sérios”? Ou irrisórios? Violentos, talvez perigosos? Ou simplesmente espetaculares? Seriam eles imorais? Cínicos? Ou, por que não, por uma estranha ironia invertida, paradoxalmente “morais”? Diante deles, a razão era obrigada a confessar sua impotência. Seu espírito cambiante, imperceptível, parecia ser feito apenas de contradições. Eles brincavam de esconder com os significados. Esquerda-direita, fascismo-democracia, bom-mau gosto, música-antimúsica, etc., numa espécie de desejo de confusão absoluta, eles faziam todas as referências perderem seu sentido, eles “enlouqueciam” literalmente todas as bússolas habituais da sociedade. Davam a impressão de que sua única meta e seu único prazer era desestabilizar tudo, tornando tudo igual, irrisoriamente equivalente, numa espécie de “buraco negro” do sentido onde tudo mergulhava e era anulado.

McNeil (2006, p. 96) confirma as palavras de Bollon:

O punk foi assim: isso é novo, isso é agora, apoteótico, poderoso. Mas não foi politizado. Quer dizer, talvez isto seja um lance político. O que quero dizer é que o grande lance do punk foi não ter nenhum compromisso político. Teve a ver com liberdade verdadeira, liberdade pessoal. Teve a ver com qualquer coisa que ofendesse um adulto. Ser simplesmente tão ofensivo quanto possível.

Bivar (2001, p. 47-50), no entanto, enxerga no movimento similaridades com o anarquismo:

Mas o punk não é só visual, só música crassa. É também uma crítica e um ataque frontal a uma sociedade exploradora, estagnada e estagnante nos seus próprios vícios. Os punks não querem mais esperar o tão prometido fim do mundo. Eles querem o apocalipse agora, em 1976.

Em 1976 o punk é mais revolução de estilo que político. Mais sentimento que consciência. Quando a imprensa começa a usar de retórica para explicar o punk, chamando o movimento de político, Johnny Rotten retruca: “A imprensa não sabe o que diz. Como é que posso ser político se nem sei o nome do primeiro-ministro! “

Mas o punk é político na medida em que tudo, na sua época, obedece a uma certa política. O punk não escapa à política de seu tempo. E qual é, então, a política do punk? Ora, o anarquismo.

E Carmo (2003, p. 126-128) concorda com Bivar, ao afirmar que:

Ao expor o grotesco, ao insultar a sociedade de consumo, ao desprezar os partidos políticos e ridicularizar a felicidade artificial, os punks representam um soco na sociedade tradicional. Exibiam - se a morbidez, o sentimento de vazio existencial, sintoma da sociedade doente. À medida que assume uma posição anarquista, o movimento se torna político.

Portanto, para Carmo e Bivar, ainda que não se denominassem políticos e até negassem qualquer inclinação nesse sentido, simpatizando-se mais com a tese de que o movimento era mais uma revolução de estilo, negação do sistema e da sociedade do que propriamente um movimento político, a ideologia *punk* apresenta traços anarquistas.

***Punk* e “Tribos”**

O que leva um grupo de pessoas a se vestirem da mesma forma? E por que geralmente são os jovens que se vestem de maneira igual?

Para Hollander (2003, p. 228), esses grupos (ou tribos) podem identificar-se por mesmo grau de instrução, idade, tipo de trabalho ou ainda por uma mesma posição ideológica.

O jovem, ao buscar se inserir numa sociedade de adultos, busca a proteção de um grupo de iguais, encontra sua força na coletividade:

Todo mundo odeia parecer um tolo; mas particularmente parecer o único tolo (...) Esta sensação parece mais forte entre os mais jovens, para quem parecer corretamente vestido – isto é, como todo o mundo – é seu impulso mais forte em termos de vestuário. Na escola, ceder visivelmente à fantasia imaginativa particular é socialmente perigoso; assim, grupos de estudantes terão fortemente a aparência intercambiável até nos grampos para o cabelo e nas fivelas dos cintos, competindo apenas por uma margem, a pequena variação que acrescenta um toque (...) individual à mesmice dominante; e esta variação, também, deve ser a correta.

No mesmo sentido Crane (2006, p. 370) detalha:

Certas subculturas adolescentes criam looks que alcançam tanto sucesso ao expressar a identidade adolescente que se acredita terem o poder de pronunciar como o adolescente médio vai se vestir nas próximas estações. De acordo com uma profissional da moda, “os jovens criam seus próprios códigos e os comunicam a outros. Eles realmente passaram a tomar decisões”.

A atualidade da juventude, assim, consiste em estar mais próxima dos problemas presentes. Abramo (1982, p. 46) afirma que, por isso, os jovens são “dramaticamente atentos aos processos de desestabilização e dispostos a tomar partido neles”.

O fato é que, nas modernas sociedades ocidentais, existe uma infinidade de estilos que compõem diferentes tribos (ou gerações), que abrigarão indivíduos que possuam as mesmas crenças e mesma forma de pensar. Nesse processo de formação de tribos, a juventude deu origem a muitas delas.

No ocidente, o século XX, principalmente a partir dos anos 40, caracterizou-se pelo aparecimento de novas gerações que conseguiram expressar seus anseios e vontades de forma precisa, muitas vezes buscando referências em outras tribos que lhes despertassem admiração e respeito.

Diversos grupos ficaram famosos, inclusive exercendo influências na moda, como os *Hells'Angels*, tribo de motoqueiros, tidos como baderneiros, com seus blusões de couro, calças jeans, correntes como pulseiras, tatuagens, que cultuavam as motociclistas *Harley Davidson* e buscavam a liberdade.

Os “degenerados”, como eram conhecidos nos anos 40 os *zazou*, jovens que gostavam de jazz, que faziam uso de uma indumentária própria (usavam calças apertadas, longos paletós, sapatos sem engraxar, gravatas de lã, cabelos maior do que o normal para a época e untados com azeite usado na culinária).

Os *teddy-boys* surgem em meio à juventude inglesa nesse mesmo período possuindo uma atitude mais agressiva do que a dos *zazous*. Tinham a postura de “durões” e usavam jaquetas de veludo compridas muito coloridas, além de um topete enrolado na cabeça.

Nos anos 50 aparecem os *beatniks*, que entre os jovens americanos, foram o grupo contestador que durante a guerra da Coréia se refugiou, no seio da sociedade. Usavam barba, cabelos curtos, calças jeans ou em tom de cáqui, longos suéteres e sandálias.

Quanto aos *Beatles*, por exemplo, aderiram ao “beat”, porém de uma forma mais dócil, usando calças ou ternos de veludo, às vezes com camisa de renda, cabelos maiores, e tinham o objetivo de, através de seu visual, levar suas mensagens aos jovens dos anos 60.

E que, ainda na década de 60, pode-se dizer que na esteira do maio/68 (capítulo 3, tópico 3.1), aparecem os *hippies*, com seu visual florido, bordado artesanalmente, calças boca de sino, batas e cabelos compridos, pregando a volta à natureza e espalhando seu ideal de paz e amor.

Thamer (1988, p. 19) lembra que na década de 80 surge o *new wave* como se fosse uma releitura dos *punks*, porém de uma forma menos agressiva.

O mesmo autor completa ao citar os *yuppies*: jovens inseridos no mundo dos negócios, mas que gostavam de uma moda mais despojada e confortável, podendo usar paletó com calça jeans, por exemplo, conforme Figura 11.

Na Europa, aparecem simultaneamente aos *yuppies* os *preppies* (estudantes), que partiam da proposta do estilo inglês, mas possuíam seu estilo próprio (usavam, por exemplo, camisas pólo com calça de flanela e outras igualmente confortáveis e descontraídas).



Figura 11: A moda *yuppie*. Cabelos curtos e bem penteados, terno, camisa social e gravata, falando ao telefone e preocupado com a hora. Para o *yuppie*, “tempo é dinheiro”, uma vez que esse jovem não está preocupado em mudar o mundo ou em protestar contra ele. Está perfeitamente enquadrado no sistema e tem por objetivo acumular riqueza e obter *status* social. Essa moda reflete meados da década de 80, marcada pela alta nas bolsas de valores e o aumento do ritmo econômico no Ocidente. O comunismo entra em colapso e demonstra que está perdendo a Guerra Fria, uma vez que se torna comum jovens fugirem de países do leste europeu e rumarem para os países capitalistas.

A Roupas *Punk*

Thamer (1988, p. 18) ressalta que especificamente com relação ao movimento *punk*, que apareceu incisivamente em Londres, em meados da década de 70, para ganhar força em todo o Ocidente, a partir do sucesso da banda *Sex Pistols*, o “uniforme” que distinguia a tribo era o mais chocante possível.

E que na realidade, a vestimenta dessa tribo se apropriava também de elementos surgidos em décadas anteriores, como as calças jeans e a jaquetas de couro, usadas pelos motociclistas, por exemplo, e adicionava a eles alguns elementos que os caracterizava e identificava tais como: uso de metais, alfinetes, navalhas, correntes, *piercings*.

Mendes e La Haye (2003, p. 228) detalham que suas roupas tinham um ar surreal, calças com correntes, *piercings*, tatuagens pelo corpo, cabelos arrepiados, estilo moicano, coloridos em tons *pink*, verde limão, abóbora formavam o visual dessa tribo, tendo, posteriormente, seus elementos incorporados nas coleções de muitos estilistas, como Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, por exemplo.

Trajes sadomasoquistas, feitos em cetim de algodão preto, elementos trazidos do vestuário militar e de roupas fetichistas, anéis de metal, alfinetes, zíperes e tiras, sendo caracterizado principalmente por sua ausência de gênero, feminino ou masculino.

O *punk* pode ser visto como um movimento de grande interligação entre cultura popular, moda e subculturas adolescentes.

Os jovens faziam uso de uma indumentária e, através dela, manifestavam seu deboche e descontentamento frente a um determinado estado de coisas.

Assim, os *punks* vestiam-se da mesma forma porque, como toda “tribo”, estabeleciam uma relação de identidade comum através da aparência, conforme Figura 12.

Enfim, seja qual for a “tribo”, é importante salientar que a mesma é formada por indivíduos que possuem a mesma forma de pensar e que estabelecem entre si algum tipo de identidade, além do que usam a moda como forma de comunicar-se, fazendo dela seu veículo de expressão, podendo incentivar novos grupos a fazer uso de seus códigos de vestuário, desde que se identifique com ele.



Figura 12: A moda dos *Punks*. Na imagem acima, observa-se um grupo de jovens pertencentes ao movimento *punk*. Usam cabelo moicano, coturno, roupas pretas e calças rasgadas. Percebe-se que eles usam roupas parecidas que compõem um mesmo estilo. De certa forma, a foto passa uma mensagem de identidade de construção de um estilo. Para pertencer e compartilhar das mesmas ideologias o grupo parece uniformizar-se. A foto reflete o sentimento juvenil: enquanto indivíduos não são percebidos pela sociedade, mas, enquanto grupo, aparecem, chocam e amedrontam.

O visual *Punk*

Conforme demonstrado no tópico 2.2.1, os jovens usam a moda como linguagem visual. Dessa forma, estabelecem com o espectador um diálogo em que são capazes de manifestar sua forma de pensar.

Para Bollon (1993, p. 127), em relação à indumentária *punk*, ao fazerem uso de determinados elementos contestadores e símbolos considerados tabús como, por exemplo, a suástica vermelha e preta nazista, os distintivos soviéticos em cirílico, o

retrato rasgado da rainha da Inglaterra ladeado por itens pornográficos, além de camisetas escritas com palavras de uma única sílaba (*Hate, War,..*), grafadas com letras de fogo, como em filmes de terror, e ainda ilustrando caveiras, esqueletos e todo um arsenal de acessórios mais usados para cumprir a finalidade de chocar do que de enfeitar, eles buscavam chamar a atenção, externar seu descontentamento frente a um determinado estado de coisas.

Brincavam com suas imagens e tinham em seu estilo uma forma de fugir da realidade que os cercava.

Assim, segundo Bollon (1993, p. 131), com seu grito de guerra, "*No Future*", muitas vezes estampados em suas camisetas, demonstravam sua descrença e desesperança frente a um futuro melhor, coisa que para eles não existia mais.

O fato é que ainda que de forma agressiva rebelde e contestadora, foram capazes de atingir uma singularidade e expressar sua identidade através de um estilo, conforme se pode constar por Abramo (1982, p. 105):

A atuação punk consiste, então, em primeiro lugar, na montagem de uma identidade distintiva que se expressa através de um estilo de aparecimento, que se a apresenta como uma alternativa de diversão e também como uma denúncia, uma fala colérica, "um grito urbano".

De acordo com Thamer (1988, p. 18), não se sabe exatamente o que quer dizer a moda *punk*, contudo existem os que a vêem, pelo predomínio do preto em suas roupas, como algo que representa angústia, drama, infelicidade:

Não se sabe exatamente o que traduz essa moda, mas existem divagações a respeito. Há os que pensam que ela simboliza, ao lado da androginia e da opção pelo preto, angústia e ansiedade e que, com seu aspecto trágico-dramático, representa infelicidade. E mais: o medo e a insegurança da década reafirmaram esse estilo de vestir carregado de violência e agressividade.

Outros, como Bollon (1993, p. 138), a interpretam como uma moda chocante, desordenada e assustadora.

Enfim, sejam quais forem as diferentes opiniões relacionadas a ela, não se pode negar a força de seu estilo e seu poder de revolucionar uma juventude contestadora e em busca de novos valores.

Com relação a sua indumentária, a mesma possuía características bastante revolucionárias, agressivas e rudimentares, muitas vezes fazendo uso de materiais provenientes do lixo urbano e industrial, usando tecidos de plástico, calças rasgadas, em muitos casos com pernas ligadas por uma *martingale* (espécie de faixa que prendia as pernas) que dificultava o andar, botas militares com enormes plataformas, outros usavam camisas de força com os punhos amarrados nas costas, ou ainda camisetas rasgadas e com aparência suja e descuidada (BOLLON, 1993, p. 128-134).

Seus acessórios seguiam os mesmos princípios, e sobretudo com a intenção de chocar, furavam suas faces com alfinetes, tatuavam seus corpos e faces, faziam uso da cor preta tanto na roupa quanto na maquiagem, seus cabelos podiam ser arrepiados e coloridos em tons chamativos como o *pink*, o laranja, o verde, o amarelo, todos em tons vibrantes.

Thamer (1988, p. 18) acrescenta que pregos, navalhas, luvas com pontas de aço, materiais em couro preto também eram comuns na composição de sua moda, além de peças desgastadas, rasgadas propositalmente, presas por alfinetes, uniformes de pára-quedistas, casacos pretos, munhequeiras de couro tacheadas no pulso, coturnos, botas nazistas ou de vaqueiro com esporas.

Quanto a roupa feminina, Bollon (1993) aponta que esta seguia os mesmos padrões de exagero e provocação: usavam uma maquiagem carregada em tons escuros, lábios pintados nas cores púrpura ou azul sombrio, além dos dentes manchados com aparência de estragados. Gostavam de corseletes e blusas bastante decotadas, apertadas no busto, que os deixava em evidência.

Saias muito curtas, usadas em muitos casos com cintas ligas e meias rendadas, podendo ser rasgadas de forma irregular, além de saltos agulha, que eram usados, porém, sem muita preocupação com a elegância.

Suas roupas eram feitas com materiais pobres, tecidos sintéticos, plástico ou borracha. Através do visual punk proliferou-se o uso de couro, correntes, zíperes e roupas esfarrapadas, conforme Figura 13.



Figura 13: O visual *punk* se utiliza de correntes, pulseiras com tachas, cabelos moicanos, cintos com tachas, roupas escuras e couro. Na foto, 2 mulheres de feições orientais. Na placa da loja, percebe-se que são punks de país oriental (provavelmente o Japão). O *punk* se globaliza nos anos 80. Os jovens marginalizados pelo capitalismo marcam sua posição através da moda. Os anos 80 foram marcados pela prosperidade econômica nos países desenvolvidos, mas a política liberal também excluiu muitos jovens do mercado de trabalho que também não foram amparados por políticas assistenciais. O objetivo do visual era chocar a sociedade e chamar a atenção para seus integrantes.

Bollon (1993, p. 139) acrescenta:

Era muito simples: tudo o que o “bom gosto” rejeitava, tudo o que a “moral” reprovava, tudo o que normalmente a razão dissuadia, via-

se nelas e neles, os punks, num espetacular desejo de contradição, sistematicamente reavaliado, levado ao pináculo de seu universo e mesmo exemplificado – como se, invadidos por uma verdadeira vertigem de abjeção e de infâmia, eles só ficassem satisfeitos se sujando, se aviltando, tornando-se desconsiderados tanto para os outros como para si mesmos. Numa embriaguez infinita de mostrar seu lado sombrio, eles se faziam piores do que pudessem imaginá-los.

McNeil (2006, p. 14) declara que o modo de vestir era uma forma de provocar a sociedade de consumo. O uso de artefatos nazistas, por exemplo, tinha essa função, desmistificando a tese de que o movimento *punk* tinha similaridade com os ideais nazistas e esclarece:

Os Ramones cantavam que eram nâzis na canção “Today Your Love/Tomorrow The World”, mas não eram nâzis. Veja bem, toda a cultura dos anos setenta era baseada em ser “legal”. Você tinha que ser legal. Não foi por acaso que as carinhas de Smiley viraram o símbolo dos anos setenta. Então, quando os Ramones cantavam que eram nâzis, na verdade estavam dizendo: “Nos recusamos a ser legais.”

Segundo McNEIL e McCAIN (2006, p. 20), segue no mesmo sentido Genya Ravan, produtora do primeiro disco da banda *punk* Dead Boys:

Os Dead Boys ficaram na maior emoção porque os levei pro Electric Lady Studios, onde Jimi Hendrix e Patti Smith gravaram. Mas no primeiro dia de gravação eles entraram, e me virei e vi as (...) suásticas. Suásticas por tudo (...) Então me virei pra Johnny Blitz, o baterista, e disse: “TIRE ESSAS (...) COISAS”. Ele disse: “Nem sei o que elas significam.” Eu disse: “ (...) Significam a quase aniquilação de uma raça. (...) Ele tirou as suásticas. Quer dizer, eu sabia que os Dead Boys não eram nâzis. Sabia que eram jovens punks. Qualquer coisa que fosse “ruiiiiimm” eles eram a fim de fazer. Eu já tinha sido assim uma vez. Mas não com suásticas.

A Incorporação do Visual Punk na Indústria da Moda Mundial

Segundo Mendes e La Haye (2003), a moda, que até meados do século XX era ditada pela Alta-Costura, passa a assumir uma nova postura a partir da década de 60, com o predomínio do *prêt-à-porter*.

O aumento da demanda determinada pelo fim da II Guerra Mundial (quando os consumidores tiveram que conter seus anseios de consumo), bem como o surgimento de uma juventude que buscava inovações, são alguns dos fatores que explicam esse domínio do *prêt-à-porter*.

Lipovetsky (2004, p. 115) inclui também a ocorrência de um processo de democratização no ocidente, quando surge uma maior liberdade entre as pessoas e a aparência deixa de ser imposta por uma norma única, passando por uma diversidade de modelos estéticos. Nesse momento, até mesmo o dito “fora de moda” torna-se menos radical:

Após a Segunda Guerra Mundial, o desejo de moda expandiu-se com força, tornou-se um fenômeno geral, que diz respeito a todas as camadas da sociedade. Na raiz do *prêt-à-porter*, há essa democratização última dos gostos de moda trazida pelos ideais individualistas, pela multiplicação das revistas femininas e pelo cinema, mas também pela vontade de viver no presente estimulada pela nova cultura hedonista de massa. A elevação do nível de vida, a cultura do bem estar, do lazer e da felicidade imediata acarretaram a última etapa legitimação e da democratização das paixões de moda. Os signos efêmeros e estéticos da moda deixaram de aparecer, nas classes populares, como um fenômeno inacessível reservado aos outros; tornaram-se uma exigência de massa, um cenário de vida decorrente de uma sociedade que sacraliza a mudança, o prazer as novidades. A era do *prêt-à-porter* coincide com a emergência de uma sociedade cada vez mais voltada para o presente, euforizada pelo novo e pelo consumo.

Foi nos anos 60 e 70 que os jovens “roubaram a cena” e a moda praticamente centrou-se nessa geração nascida após a II Guerra Mundial e que tinha anseios de mudar o mundo.

Nesses anos eles começam a entrar no mercado de trabalho formando uma nova classe de consumidores composta pelo público jovem. Esse momento veio a coincidir com os movimentos estudantis de 1968. Nessa época as mudanças foram aceleradas, talvez motivadas pela insegurança relacionada ao futuro em função dos acontecimentos políticos e sociais de então.

E que, segundo Lipovetsky (2004, p. 117), com a pílula anticoncepcional surge a liberdade sexual:

O parecer não é mais um signo estético de distinção suprema, uma marca de excelência individual, mas tornou-se um símbolo total que designa uma faixa de idade, valores existenciais, um estilo de vida descolado, uma cultura em ruptura, uma forma de contestação social.

Foi uma época de mudanças onde a liberdade era buscada a qualquer preço, fato esse que se estendeu também à moda, que buscava maior liberdade de movimentos e direito de escolha. Babados e rendas, dão lugar a vestidos justos e curtos e calças *saint-tropez*. Os jovens dos anos 60 buscavam romper com os ditames da sociedade da época e a moda jovem não fugiu desse contexto.

Era época dos *Beatles* que, além de marcarem a música, também influenciaram a moda jovem. Era o surgimento de uma cultura juvenil, e com ela uma dinâmica democrática individualista.

Segundo Lipovetsky (2004, p. 127), surgem as modas jovens minoritárias, (*zazous*, *Saint-Germaindes-Prés*, *beatnikes*) as primeiras “antimodas”, embaladas por uma cultura anticonformista, manifestadas em seus comportamentos, gostos e formas de vestir:

Com certeza, normas francamente hostis aos cânones oficiais ganharam corpo socialmente, mas longe de destruir o princípio da moda, só tornaram mais complexa e diversificaram sua arquitetura geral. O novo lance é o acúmulo de critérios absolutamente incompatíveis, a coexistência de parâmetros profissionais e de critérios “selvagens”, o desaparecimento de uma norma legítima impondo-se a todo o conjunto social. É o fim da era consensual das aparências.

Para Mendes e La Haye (2003), o movimento *hippie*, por exemplo, buscava inspiração no passado, trazendo estampas florais, estilo romântico sapatos plataformas.

Os movimentos musicais compunham o mundo com diferentes estilos e havia por parte dos jovens uma vontade de diferenciar-se não só no campo da música como também no do vestuário, buscando uma imagem marcante que os caracterizassem.

Assim, a antimoda marca definitivamente a queda da “moda dos cem anos”, abordada no capítulo 1, sendo marcada por uma profusão de estilos, falta de regras e liberdade de criação.

A partir de então as ruas passam a expor suas vontades e impor seu estilo, passando a servir de inspiração para as vitrines.

Conforme Bivar (2003, p. 31) sabe-se que o final da década de 1970 foi conhecido como um período bastante conturbado, em função da decadência econômica, das disfunções políticas e da formação de uma sociedade que se via cada vez mais fragmentada.

Com relação à moda, a mesma espelhou esse momento de desesperança de maneiras diferentes: havia a princípio o desejo de se preservar a cultura e certa insegurança com relação a algo que parecesse novo, fazendo com que o estilo tradicional e clássico fosse mantido, contudo, no decorrer da década, a moda torna-se mais independente sem a necessidade de seguir padrões pré-estabelecidos.

De acordo com Thamer (1988, p. 6), os criadores passam a desenvolver suas coleções de forma mais espontânea e a mesma passa a assumir características de expressão e linguagem. Através da roupa o indivíduo tanto pode assumir personagens como revelar seus sentimentos e forma de pensar.

Particularmente é importante atentar para o fato de que a roupa teria, nesse sentido, a capacidade de fazer conhecer a personalidade, o "eu" interior de cada um, detonando a transparência de caráter para seu próximo e conseqüentemente para o mundo. Por outro lado o indivíduo também encontra a possibilidade de ocultar-se através de suas roupas buscando para si significados e uma aparência de algo que gostaria de ser e não é.

No caso dos *punks*, Thamer (1988, p. 18-19), assim se manifesta:

O movimento veio da periferia, que se sente cansada de tomar contato com os lançamentos, e não pode comprá-los. Então, cria um estilo todo seu, fantasiando-se com o que está a seu alcance, e usando o que tem a ver com sua cabeça.

Assim, enquanto parte da sociedade criava a sua própria moda, a indústria, que antes ditava as regras do vestuário, passou a se inspirar no visual das ruas.

Estimulados pelos aspectos negativos do período, alguns estilistas surgem com uma proposta totalmente diferente, mais voltada ao estilo contestador dos *punks*, conforme figura 14.

Segundo Mendes e La Haye (2003, p. 226), não se pode negar que o visual dessa nova tribo nada tinha de conservador, tradicional e clássico.

Pelo contrário, a sobriedade percebida no estilo tradicional opunha-se a esse estilo revolucionário e agressivo, que até poderia ser entendido como sombrio, mas sóbrio jamais.



Figura 14: A moda *punk* e seu estilo contestador. Cabelos espetados, como espinhos e corte moicano, roupas pretas, de couro, calças camufladas ao estilo dos militares, tatuagens, pulseiras com tachas pontiagudas, camisas com estampas de caveira, simbolizando a morte. A década de 80 simbolizou o triunfo do capitalismo neoliberal frente o socialismo. Para os *punks*, que não acreditavam em nenhum dos dois sistemas econômicos, era como se fosse o fim do mundo. Para eles o que deveria prevalecer era a ausência de regras, a anarquia. Contudo, o visual agressivo acabou sendo incorporado pelo sistema.

O fato é que revolucionário, contestador, anárquico, sombrio, ou seja lá qual for a denominação que melhor se aplique a eles, não tardou para que a indústria da moda logo buscasse referências nesse movimento para compor muitas de suas coleções.

A busca pelo novo pode ser a matriz que regula o movimento vicioso, o que é característico, também, da própria dinâmica do fenômeno moda e isto encontra respaldo nas palavras de Lipovetsky (1989, p. 34): "As classes inferiores correm para imitar os outros que lhes são superiores, e estes, por sua vez partem em busca de algo novo que os diferencie".

Assim, a mesma sociedade que inicialmente os repudiava, passou a fazer uso de uma moda baseada em seu estilo, o que se confere nas palavras de Mendes e La Haye (2003, p. 226):

Embora, no início, a reação do público ao punk tenha sido de susto e medo, à medida que a década avançava, aspectos do estilo começaram a ser comercializados e a ter seu nível elevado, até, por fim, ser filtrado para a moda de massa e para a alta moda. Em 1977, Zandra Rhodes criou uma coleção "Chic Conceitual", com vestidos de jérsei de rayon rasgado, decorados com alfinetes de contas, correntes e diamantes aleatórios.

Essa atitude por parte de muitos *designers* de moda, de buscar referências na vivência de grupos de estilo que compunham o cenário de ruas, capitais, e cidades como no caso dos *punks*, já sinaliza uma inversão do processo criativo, onde estilistas passam, através de suas criações, a decodificar mensagens trazidas das ruas, de forma a produzir questionamentos por parte da sociedade, conforme Mendes e La Haye (2003, p. 226):

Embora, no início, a reação do público ao punk tenha sido de susto e medo, à medida que a década avançava, aspectos do estilo começaram a ser comercializados e a ter seu nível elevado, até, por fim, ser filtrado para a moda de massa e para a alta moda.

Um desses questionamentos está relacionado ao conceito de beleza, por exemplo. O bizarro passa a ser incorporado e aceito na moda, contrapondo-se a elegância da Alta Costura, e ao mesmo tempo a alta moda passa a incorporar e aceitar referências trazidas da moda de rua.

Mendes e La Haye (2003, p. 229) relatam:

Em 1981, Vivienne Westwood, e Malcolm Mc Laren mudaram o nome de sua loja para "World's End" e, no mesmo ano, Westwood exibiu sua primeira coleção, muito influente, "Pirata", composta de camisas de pirata, culotes e botas largas, de salto achatado. Esta atraiu compradores de alta moda, além de fãs da subcultura, e

serviu de combustível da identidade new romantic de astros pop como Adam Ant, David Bowie e Boy George.

Vivienne Westwood, segundo Mendes e La Haye (2003, p. 229), estilista ícone da moda *punk*, é um exemplo clássico desse momento marcado pela moda de rua como inspiração da moda de *griffe*.

Ela que inicialmente limitava-se a construção da indumentária *punk*, por volta de março de 1983, passa a exhibir-se em Paris, incorporando definitivamente o vestuário das ruas à indústria da moda.

A roupa, que de certa forma permitiu que o movimento *punk* se manifestasse através da construção de seu próprio estilo e que assim pudesse manifestar seus sentimentos e opiniões frente à sociedade, agora o incorpora, tomando-o como referência para a construção de muitas coleções de moda

Estilistas e muitos de *griffes* famosas vêm no estilo um forte aliado, o que se confere nas palavras de Seeling (2000, p. 420):

Os punks dos anos 70 nunca teriam imaginado que a utilização de alfinetes-de-ama podia ser introduzida na alta costura - a atriz (*sic*) britânica Liz Hurley, até então desconhecida, deve ao seu aparecimento num *safety-pin-dress*, desenhado por Versace, o contrato de publicidade no valor de um milhão de dólares para a firma Estée Lauder, assim como um status internacional.

Para Carmo (2003, p. 203), o sistema capitalista adaptou-se aos movimentos de contestação social, absorvendo-os, reinterpretando-os e transformando-os em produtos lucrativos:

O chamado sistema absorveu e incorporou os que queriam transformar e destruir, ou os transformou em produto e dinheiro para ficar ainda mais forte e poderoso. A criação contestadora foi absorvida e expandida para fora dos grupos de onde primeiramente se originou e assim desagregou-se ou diluiu-se. Nesse processo de diluição, os agentes do mercado exercem importante papel, no sentido de que passam a se apropriar das inovações a fim de dar continuidade à ininterrupta e lucrativa produção de novidades. Diante disso, os grupos contestadores passam a preocupar-se em tentar evitar a transformação do seu estilo em modismo, já que isso diluiria seu propósito expressivo. Mas estão em permanente perigo de ser novamente apropriados e digeridos pela indústria cultural e, assim, padronizados e devolvidos à normalidade como produtos da moda. A vanguarda logo vê ser esvaziado o significado original de seus gestos estilos.

Segundo Carmo (2003, p. 204), nesse sentido, nem mesmo o *punk* escapou da indústria da moda:

Mesmo os grupos mais radicais enfrentam o problema. Os punks criaram sinais repugnantes, como a suástica nazista e o lixo do consumo como seus símbolos de identidade, na crença de escapar à incorporação pelo mercado. Mas, passado o primeiro impacto, a indústria e a mídia começaram a perceber a possibilidade de tirar proveito do espaço aberto por eles. A joalheria H. Stern, por exemplo, criou uma coleção denominada new wave, reproduzindo fielmente as formas e desenhos inventados pelos punks como seus adornos originais. O que fora objeto de agressão acabou se convertendo em jóia cara.

Desse modo, no sistema capitalista, os movimentos de contestação pagam um preço alto quando ganham visibilidade na sociedade: após o primeiro impacto, transformam-se em modismo juvenil, perdendo seu aspecto revolucionário inicial.

O movimento *Punk* e a externalização Individual de uma visão de mundo.

Muito se fala no poder que a moda tem de fazer com que através dela o sujeito possa revelar ou mesmo esconder seus sentimentos, opiniões e visão de mundo. Para entender melhor a raiz desse processo, bem como em que momento o indivíduo evidencia essa possibilidade, é necessário um retorno histórico.

Olhando para trás, entre a Idade Média e a Era Moderna, por exemplo, observam-se mudanças e avanços significativos.

Mesquita (2004, p. 22) esclarece que dentro desse panorama está a expansão econômica e a ampliação do comércio, tendo como foco principal a burguesia.

Ocorreram evoluções significativas na indústria têxtil, aumentando a rotatividade de matéria-prima e especializações na área de costuras, bordados, alfaiataria, ou seja, avanços científicos e tecnológicos que favoreciam o entendimento de fenômenos da natureza de forma a aceitarem o antropocentrismo moderno, deixando de lado o teocentrismo que predominava na Idade Média.

Acoplado a isso, segundo Mesquita (2004, p. 23), fortificava-se uma cultura que estimulava a busca de prazeres fúteis, da estética, da beleza material, a reafirmação da idéia de que o presente é melhor do que o passado, bem como o novo superior a

tradição, além da competição de classes. Na medida em que a burguesia ascendia economicamente ao poder, a classe dos emergentes ou “novos ricos” da época também desejava ser reconhecida socialmente.

Com relação à moda, a nobreza modificava sua roupa de forma a distinguir-se das classes por ela entendida como inferiores.

É natural que, com todas essas mudanças supracitadas, no cenário em que o indivíduo está inserido, ele acabe tendo a atitude de se modificar a fim de acompanhar esse processo evolutivo.

Aqui, o que justamente se pretende é analisar de que forma o sujeito se modificou e como essas modificações puderam ser vistas na sua forma de usar moda e através dela ser capaz de revelar ou esconder seus sentimentos, atitudes, opiniões e forma de pensar.

Conforme Mesquita (2004, p. 15), a ligação entre roupa e atitude é uma idéia muito mais antiga do que se pode imaginar, tendo nascido praticamente com a própria moda, apesar de ter obtido força nos anos 50, em função de sua produção em maior escala, tornando-se possível a um maior número de pessoas; o que se confere na descrição comportamental de AMARAL (*apud* MESQUITA, 2004, p. 18):

Quando um menino enche páginas e páginas e páginas de caderno com uma assinatura, ele está em busca da sua própria personalidade, de uma assinatura que seja difícil, definitiva, que o marque como um ser humano, como um homem. Portanto que assinatura seja um reflexo dele mesmo. Com a moda é a mesma coisa.

De acordo com Sant’anna (2001, p. 89), após maio de 1968 as identidades ganharam uma positividade muito grande e a subjetividade tornou-se prova de autenticidade.

O indivíduo passa a perceber que tem a possibilidade de se representar através da moda de forma única e individualizada, podendo criar-se e recriar-se de forma livre.

O sujeito, então, caracteriza-se através dela na medida em que, de acordo com sua forma de vestir, constrói um discurso capaz de expressar algo sobre si mesmo, podendo revelar ou esconder algo a seu respeito.

Para Crane (2006, p. 22), a moda é motivo de maior importância na construção social da identidade:

As roupas, como artefatos, “criam” comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes. Por um outro lado, os estilos de roupas podem ser uma camisa-de-força, restringindo (literalmente) os movimentos e gestos do indivíduo, como foi o caso do vestuário feminino durante a era vitoriana. Por séculos têm-se usado uniformes (militares, policiais ou religiosos) para impor identidades sociais aos indivíduos de forma mais ou menos voluntária.

Ao traçar-se um paralelo entre a citação da autora e a forma de vestir do movimento *punk*, conclui-se que através da moda eles encontraram uma maneira de desabafar e protestar frente a um determinado estado de coisas, valores, hábitos, comportamentos, ou seja, suas roupas permitiram que os integrantes do movimento afirmassem suas “identidades sociais”.

Na realidade, sua vestimenta revelava um desejo de mostrar seu lado sombrio. Ao fazerem uso de roupas rasgadas, por exemplo, demonstravam o sentimento de descaso e desleixo que tinham com relação aos acontecimentos mundanos, e, sobretudo com relação a eles mesmos.

Sua indumentária anunciava algo catastrófico, mórbido, suicida, sádico e cruel, sentimentos carregados por eles e transportados para sua aparência.

Através de seu modo de vestir, buscavam uma forma de confusão absoluta e o desejo de nada significar, produzindo assim, questionamentos relacionados aos valores da sociedade e demonstrando sua oposição aos mesmos.

CAPÍTULO 3 – O MOVIMENTO *PUNK* NO BRASIL

Neste terceiro capítulo buscar-se-á identificar o nascimento do movimento *punk* no Brasil, o momento histórico do país, sua relação com o *punk* internacional e como a indústria brasileira da moda incorporou elementos do movimento.

Entretanto, para melhor entender o surgimento dos *punks* no Brasil e no mundo, é importante que se faça uma análise de outros movimentos jovens que o antecederam, como por exemplo, os movimentos estudantis da década de 60, bem como quais fatores foram responsáveis pelo nascimento e desenvolvimento dos mesmos.

Maio de 1968

No final dos anos 60, estudantes da América Latina, Europa, Estados Unidos e Japão opunham-se não só ao cenário político e social como também ao sistema educacional e cultural de seus países. Esses jovens manifestavam-se principalmente contra as autoridades, eram grupos marcados pela rebeldia e por ideais revolucionários.

Segundo Abramo (1994, p. 39):

A juventude agora aparece como um foco de contestação radical da ordem política, cultural e moral, empenhada numa luta contra o *establishment*, reivindicando uma inteira reversão do modo de ser da sociedade. Maio de 68 e Woodstock se configuram como tentativas juvenis diferentes, porém interligadas, de pôr em curso uma transformação radical da sociedade e produzir o advento de uma “nova era”.

Foi a partir de 1968, ano marcado principalmente por intensas transformações sociais, com a greve geral ocorrida na França, que a revolta juvenil/estudantil espalha-se tomando proporções mundiais.

Apesar de inicialmente ter surgido com o intuito de contestar a situação arcaica do ensino superior, ela toma nova forma, vindo a contestar o desenvolvimento do capitalismo, o consumo, a guerra, a estrutura do poder. Nesse contexto, Carmo (2000, p. 78-79), enxerga no movimento estudantil francês o embrião do ideal *punk*: a anarquia:

Anárquico desde o início, os revoltosos não tinham dirigentes nem hierarquia. A ausência de disciplina partidária estava de acordo com o movimento que desaprovava os profissionais da contestação e a esquerda tradicional. Recusavam a atitude de uma minoria de dirigentes separados das massas, concentrados nos aparelhos clandestinos. Os jovens rebeldes não pertenciam a sindicatos, partidos ou pequenos grupos. Para eles a consciência política deveria brotar da espontaneidade das massas. Com a crítica ao mundo desencantado e burocratizado, o movimento adotou como bandeira o triunfo do desejo.

Embora tenha explodido em diversos países ao mesmo tempo, os acontecimentos que marcaram esse período assumiram características diferentes em cada país, segundo Abramo (2000, p. 39):

Na segunda metade da década de 60, a ebulição juvenil explode através de inúmeros acontecimentos, com uma significativa dimensão de simultaneidade internacional (Morim, 1986): as comunidades hippies, o psicodelismo, a proposição de amor livre, os festivais de música que se tornam verdadeiros *Happenings* de libertação e “vertigem” (Yonnet, 1985), as manifestações pelo fim da guerra do Vietnã, a luta contra os regimes opressores nos países de Terceiro Mundo, desenvolvidas em grande parte por grupos políticos cujos manifestantes são bastante jovens (Ianni, 1968), os movimentos estudantis, a ocupação das universidades, as barricadas de Paris etc. Os Estados Unidos viveram em 1968 uma revolta estudantil tão intensa quanto a francesa: recusa a ir à Guerra do Vietnã, recusa à sociedade de consumo. Na verdade, estavam fartos do ambiente artificial de conforto vendido pela ideologia oficial e pela publicidade (...) O movimento estudantil explodia e tomava conta das ruas em quase todos os cantos do planeta. Difuso, o processo deixou desorientados os analistas políticos. Cada uma das “revoluções estudantis” se afastava de modelos previsões e explicações simplistas. As manifestações eclodiram em Santiago, Belo Horizonte, Valência, Madri, Polônia, Iugoslávia, para citar algumas. Nesse período, a Organização das Nações Unidas (ONU) chegou a contabilizar manifestações estudantis em cerca de cinquenta países. As reformas políticas da Primavera de Praga, na Checoslováquia, foram brutalmente sufocadas por tanques soviéticos (...).

Além dessas revoltas, também podem ser citadas as rebeliões ocorridas nas universidades de Berkeley, Columbia e Los Angeles (EUA), as passeatas estudantis ocorridas no México, dentre outras, Carmo (2000, p. 76-77) completa ao descrever as rebeliões brasileiras:

No Brasil, lutava-se contra a ditadura militar, contra a reforma educacional, o que iria mais tarde resultar no fechamento do Congresso e na decretação do Ato Institucional nº 5. Até o Japão sofreu um radical protesto estudantil, com uma espécie de “milícias universitárias” em choque com policiais protegidos com capacetes, bombas e escudos. Na Espanha enfrentava-se a ditadura franquista (do general Francisco Franco); na Itália, combatiam-se o autoritarismo da universidade e a cultura mercantilizada.

Mas apesar da forma diferente que possuíam esses acontecimentos, segundo Carmo (2000, p. 75-76), tinham como semelhança os motivos que os desencadeavam, ou seja, o anti-conformismo, os questionamentos relacionados principalmente ao funcionamento das suas respectivas sociedades e a oposição que manifestavam frente ao autoritarismo.

O fato é que os estudantes tinham anseio por mudanças. Em sua maioria, esses jovens não protestavam por iniciativa de partidos políticos, não eram organizados em sindicatos e manifestavam seu descontentamento frente ao modo de existência social de forma espontânea.

Eram contra a racionalidade excessiva que, segundo eles, seria capaz de levá-los à infelicidade, conforme Carmo (2000, p. 81):

Pairava um sentimento comum entre esses jovens daquela década; uma perda da inocência e uma noção mais abrangente de que a realidade chocava as mais caras fantasias juvenis. Percebia-se que os mais importantes valores de seu meio social eram mentirosos.

As revoltas dos anos 60 produziram mudanças culturais e comportamentais dentro dos países nelas envolvidas que refletiram de maneira muito forte na formação dos jovens gerando, a partir de então, diversos movimentos juvenis posteriores (dentre eles, os *punks*).

Os Anos 60 e os movimentos jovens no Brasil

Não resta dúvida de que maio de 68, marcado por movimentos estudantis iniciados na França, foi um ano de transformações importantes e que, principalmente, atingiram proporções mundiais.

Contudo, não se pode esquecer que, no Brasil, antes mesmo de surgirem ecos desses movimentos franceses, uma juventude já se mobilizava a fim de protestar frente a um determinado estado de coisas e mostrar-se favorável aos avanços culturais e as transformações dos costumes.

O que se confere nas palavras de Carmo (2000, p. 82-84):

No início da década de 60, toda uma geração presenciou o movimento de renovação cultural e de engajamento político no Brasil que atingiu a música popular, o teatro, a poesia e o chamado cinema novo. O CPC da UNE criou uma usina de cultura para jovens iniciantes no mundo acadêmico (...) Conta a jornalista Zuenir Ventura que a “presença do palavrão nos teatros, nos salões, nos livros foi um fenômeno de 68”. O ano foi de delírio coletivo. “Questionavam-se os valores institucionais do ‘casamento burguês’: monogamia, fidelidade, ciúme, virgindade.” Devia-se partir para a arriscada aventura da experimentação existencial. Era como se tudo fosse permitido.

Essa juventude, engajada também no contexto político do país, de acordo com Carmo (2000, p. 85), opunha-se veementemente à ditadura militar.

Eram moças e rapazes, muitos deles filhos da classe média brasileira, que, revoltados com o autoritarismo vigente na época, não hesitaram em sair às ruas e protestar a fim de demonstrar seu descontentamento.

Essas manifestações estudantis foram marcadas por muita violência por parte dos militares e muita revolta por parte desses estudantes, que veio a piorar após a morte de um estudante (atingido e morto pela polícia militar no Rio de Janeiro), conforme verifica-se por Carmo (2000, p. 85):

A morte do estudante Edson Luís numa manifestação no restaurante Calabouço, no Rio de Janeiro, foi o grande estopim que incendiou a cidade. O Rio pára no enterro do estudante morto pela Polícia Militar. O sepultamento se dá à luz de velas e archotes improvisados feitos com jornais, ao som do Hino Nacional cantado pela massa e aos gritos das palavras de ordem “Abaixo a ditadura”.

Após a morte do jovem, a situação se agrava e com ela a forma de se manifestarem. Os estudantes saem às ruas, tomados por um sentimento de revolta e indignação, e passam a protestar de forma violenta.

De posse de paus e pedras ocupavam o centro da cidade, atirando objetos, quebrando instituições financeiras, carros e tudo o mais que aparecia.

Em resposta, os policiais tinham atitudes ainda mais violentas, que vieram a resultar em mais dois estudantes baleados e mortos no Rio de Janeiro.

Segundo Carmo (2000, p. 86), essas manifestações se espalharam por outros estados, mas foi no Rio de Janeiro, que ela teve mais força e foi lá também que se deu a passeata dos Cem Mil, composta pela classe intelectual, artística e estudantil e tendo reunido até então o maior número de manifestantes em uma passeata.

Esse movimento estudantil, a princípio motivado pelos anseios de uma juventude que buscava o direito de cursar uma universidade e ter maior possibilidade de emprego, passa a ter conotações políticas, uma vez que esses jovens indignados com a forma repressiva e violenta com que eram tolhidos em suas manifestações pelos policiais, passam a reagir e a questionar a política e o poder dos militares.

Após a Passeata dos Cem Mil, as movimentações tornam-se ainda mais violentas e a ditadura militar decreta o AI-5, Ato Institucional que conferia ao Presidente da República plenos poderes: o Congresso Nacional foi fechado por tempo indeterminado, qualquer reunião de cunho político foi proibida, prisões poderiam ser decretadas quando houvesse manifestações contrárias ao governo, instaurou-se a censura (que se estendia também à música, ao teatro, ao cinema proibindo previamente qualquer alusão que fizessem à política vigente), segundo Carmo (2000, p. 89):

O *Jornal do Brasil* destacava na primeira página de sua edição do dia 14 de dezembro de 1968 o “clima” de opressão que se viveria após a decretação do AI-5. Com a censura imposta em todos os veículos de comunicação, a partir desse momento tinha-se que interpretar as notícias nas entrelinhas.

O fato é que a decretação do AI-5 só veio a agravar a revolta estudantil e a batalha travada entre eles e os militares.

Contudo, apesar da rigidez do governo e da forma violenta com que eram combatidos pelos militares, esses jovens não se intimidavam, mantinham seus ataques e passam a montar estratégias de combate como, por exemplo, os seqüestros praticados por eles, podendo ser citado o do embaixador dos Estados Unidos, Charles Elbrick, conforme relato de Carmo (2000, p. 97):

Numa atitude audaciosa, relatada por Fernando Gabeira no livro (e filme) *O que é isso, companheiro?*, em 4 de setembro de 1969, no Rio de Janeiro, militantes de organizações de guerrilha urbana MR-8 e ALN, atuando em conjunto, seqüestraram o embaixador dos Estados Unidos Charles Elbrick.

Ao promoverem esses seqüestros, tinham por objetivo libertar presos políticos que estavam sendo torturados nas cadeias por não revelarem informações a despeito de outros jovens revolucionários.

Dessa forma trocavam suas vítimas pela liberdade de seus companheiros e de acordo com Carmo (2000, p. 96):

Essa atitude mudaria o rumo do movimento revolucionário e do regime militar, pois “criara-se uma das mais temíveis armas revolucionárias depois da Segunda Guerra”. Se matar embaixadores era rotineiro, seqüestrá-los como arma política na libertação de presos constituía fato quase inédito em todo o mundo. Nossos jovens se tornam alvo de atenção mundial: a Brigada Vermelha, na Itália, imitou a ação.

Esses jovens idealistas e destemidos, em sua maior parte filhos da classe média e freqüentadores dos colégios e universidades de maior prestígio do país, sofreram conseqüências graves ao final desse processo.

A resposta militar deu-se de forma ainda mais violenta: muitos desses jovens, ao final da década de 60, estavam mortos, presos ou exilados do país (CARMO, 2000, p.104).

Na década de 70 a ditadura ainda impera e os reflexos das atitudes e ideologias da juventude da década anterior podem ser vistos nesse período.

Carmo (2000, p. 114) encerra:

O furacão contestador dos anos 60 deixou seu rastro em toda a geração dos anos 70. De início, sob um clima introspectivo, valorizava-se o direito à diferença, o “estar na sua”, na continuidade dos movimentos *underground* e das experiências de vida em comunidades naturalistas.

E Abramo (2000, p. 39), conclui, ao dizer que a juventude desse período pode ser apontada como uma nova classe social, que se permitia buscar a liberdade, o prazer e buscava construir uma nova ideologia baseada em novos valores que se opunham aos valores pré-estabelecidos pela sociedade adulta.

Uma vez que essa geração não se mostrava receptiva, nem tampouco disposta a servir a uma civilização industrial tecnocrática repleta de regras e normas, uma vez que esses jovens criticavam o sistema produtivo, defendiam a liberdade e propunham novos hábitos de consumo.

O Brasil e a Contracultura

Paralelamente às contestações juvenis relacionadas à sociedade, à política e à economia citadas anteriormente, ocorriam também movimentos de contracultura no Brasil e no mundo.

Para Roszak (*apud* ABRAMO, 2000, p. 40), a contracultura pode ser entendida como um movimento de “negação da sociedade tecnocrática e expressa a recusa em se integrar a ela, formulando uma nova constelação de práticas, valores e referências”.

Assim, os movimentos de contracultura opunham-se ao sistema vigente da cultura ocidental e propunham uma nova forma e um novo estilo de vida.

Em 1967, em Nova York, ocorria o “verão do amor”. Jovens contrários à Guerra do Vietnã manifestavam-se através do lema “faça amor, não faça guerra”, pregando a paz e o amor, conforme expõe Carmo (2000, p. 50):

Ocorreu verdadeira revolução nos costumes. Havia necessidade de quebrar velhos tabus e destruir valores estabelecidos. Paz e amor; desbunde; aqui e agora; contra o poder das armas, o poder da flor (flower power), o poder gay (gay power), a liberação feminista (women’s lib) e o poder negro (black power). Manifestações e palavras de ordem foram sedutoras o suficiente para mobilizar multidões de jovens nas mais diversas partes do mundo.

O movimento que bem representa essa época é o *hippie*, que surgiu nos Estados Unidos e logo atingiu proporções mundiais. Os *hippies* acreditavam que seriam capazes de “mudar o mundo”: acabar com o autoritarismo, as guerras, a discriminação racial e, principalmente, consolidar uma nova visão de mundo.

E Carmo (2000, p. 53), completa que esses jovens pregavam a paz, a liberdade sexual, a vida em comunidade, o respeito à natureza, opunham-se às guerras, ao preconceito racial e ao consumo alienado da sociedade e recusavam alguns avanços científicos que haviam colaborado para a criação da bomba atômica.

Dentro desse contexto, a música teve papel de destaque. Através dela, de suas letras, jovens manifestavam sua forma de pensar. Surgem os *Beatles*, os *Rolling Stones*. No final da década, no Festival de *Woodstock*, destacam-se Janis Joplin e Jimi Hendrix.

Carmo (2000, p. 58) acrescenta:

Dotado de uma estranha vibração, o rock arrepiava os poros. Um som que expressava modos de ser e de se vestir e que excitava todo o corpo, com a dança e experiências sensoriais em novos níveis. Mais contido, Bob Dylan, com suas canções de protesto, era um porta-vozes de tudo que estava acontecendo.

No Brasil, paralelamente aos protestos estudantis, também explodia a contracultura baseada nos mesmos moldes dos movimentos surgidos em outros países. Jovens contestavam o sistema, a indústria cultural, a censura, etc.

Em 1967/68, segundo Ridenti (2000, p. 195/196), surgiu o movimento tropicalista no Brasil, tendo como expoentes Caetano Veloso e Gilberto Gil, representantes da música popular brasileira.

Contudo, além de artistas da área musical, o tropicalismo também foi composto por outras classes artísticas, como por exemplo, Helio Oiticica, artista plástico também simpatizante do movimento.

De acordo com Celso Favaretto, o surgimento do movimento tropicalista ocorreu com Caetano entoando a canção “Alegria, alegria” e Gilberto Gil cantando “Domingo no parque”, ambos no Festival da Canção de 1967, da TV Record de São Paulo.

Ridenti (2000) relata:

Nasceu como moda; dando forma a certa sensibilidade moderna, debochada, crítica e aparentemente não empenhada. De um lado, associava-se a moda ao psicodelismo, mistura de comportamentos hippie e música pop, indiciada pela síntese de som e cor; de outro, a uma revivescência de arcaísmos brasileiros, que se chamou de `cafonismo`. (...) Quando justapõe elementos diversos da cultura, obtém uma suma cultural de caráter antropofágico, em que contradições históricas, ideológicas e artísticas são levantadas para sofrer uma operação desmistificadora. Esta operação, segundo a teorização oswaldiana, efetua-se através da mistura dos elementos contraditórios - enquadráveis basicamente nas oposições arcaico-moderno, local universal – e que, ao inventariá-las, as devora. Este procedimento do tropicalismo privilegia o efeito crítico que deriva da justaposição desses elementos.

Para Ridenti (2000, p. 200), o tropicalismo não significava uma ruptura completa com o nacionalismo, pois, da mesma forma que ele, buscava a formação de um Brasil desenvolvido, porém, diferentemente de seus preceitos, em sintonia com o resto do mundo.

A afirmação do autor pode ser confirmada (p. 202-287), uma vez que o movimento toma como referência a ideologia *hippie*, além de comungar com a anarquia do movimento estudantil francês de 1968:

Na entrevista que me concedeu, José Celso Martinez Corrêa também destacou o caráter de provocação anarquista de suas peças e do tropicalismo em geral. (...)

Essa aproximação da violência anarquista era compartilhada, no plano cultural, pelos tropicalistas. Por exemplo, Caetano Veloso via no “sabor anarquista” o aspecto que mais identificava o movimento estudantil francês de 1968 ao tropicalismo (...).

Ao se formular questões acerca do movimento e sua articulação em torno de questões políticas, segundo o autor não há uma única resposta para tal pergunta, visto que não existe uma interligação mecânica entre os campos das artes e da política.

Entretanto não se pode falar em nenhum movimento cultural nas décadas de 60 e 70 no Brasil sem que os mesmos tenham algum posicionamento político, haja vista as afirmações de Caetano Veloso (*apud* RIDENTI, 2000, p. 202) de que tinha

verdadeira repulsa ao regime militar brasileiro e que considerava os tropicalistas os maiores inimigos da ditadura.

Ridenti (2000, p. 204) alerta por outras palavras que não se pode afirmar que os tropicalistas fossem militantes de esquerda:

Essa identidade de setores da extrema esquerda com o tropicalismo não era gratuita: eles tinham em comum o combate à ditadura e especialmente à esquerda tradicional, quer no seu aspecto político – cujo principal paradigma foi o PCB – , quer no aspecto estético, cujo referencial por excelência foi a proposta dos CPCs da UNE, formulada majoritariamente por jovens militantes ou simpatizantes do PCB. Mas esse aspecto comum – de ordem negativa – não significa que haja uma comunhão política entre eles, em termos afirmativos.

Caetano identifica o tropicalismo como um movimento livre e acima de ideologias políticas e movimentos sociais, figura 15.



Figura 15 - Movimento Tropicalista. O tropicalismo tomou como referência os movimentos contestadores juvenis europeus e americanos como os *beats* e os *hippies*. Na foto, os jovens misturam o visual dos dois movimentos, uma vez que dois deles usam cabelos “tigelinha” estilo *beat*, com um visual mais despojado, próximo dos *hippies*, como o jeans, a camisa florida e a barba (em Gil), com tênis. Os anos 60 no Brasil foram marcados pelo golpe militar, pela ausência de democracia, pela repressão, pelos jovens engajados e por suas formas de manifestação (passeatas, protestos, roupas e música). O

tropicalismo apresentava uma moda contestadora que, juntamente com a música, era sua principal forma de expressão.

O que havia era o desejo de se obter um desenvolvimento cultural buscando o que houvesse de mais avançado industrialmente, ou seja, segundo Ridente (2000, p. 213):

A preocupação, típica da cultura política dos anos 60, é com a superação do subdesenvolvimento brasileiro. Na entrevista de 1996 ao *Roda-Viva*, Caetano constata que o Brasil ainda é um “país que nunca conseguiu se transformar em sociedade saudável, que apresentasse um mínimo de justiça social e tampouco se mostrou um país capaz de gerar grande riqueza material”. Ou seja, o Brasil continua subdesenvolvido, embora, por outro lado, seja “um país de uma originalidade enorme. Então, a gente fica com essa ilha suspensa aqui, falando português no espaço imenso da América, sem saber se tem o direito ou não de ter esperanças”.

Quanto a moda feminina no Tropicalismo, nota-se os tons alegres de laranjas, rosados, verdes, vermelhos e azuis, vibrantes, de cores chamativas, em contraste com as cores sóbrias da moda, conforme figura 15a.



Figura 15a – A Moda Tropicália. Na foto, vemos nove jovens mulheres usando vestidos estampados, com cores berrantes, cabelos compridos, inspirados na moda *hippie* internacional. O tropicalismo teve como referência o movimento *hippie* e as cores berrantes trazem uma referência ao efeito psicodélico do uso das drogas, forma de manifestação *hippie*. O Brasil da década de 60 vivia sob forte repressão.

A moda berrante chocava a classe conservadora que dominava o país. O tropicalismo tinha uma estratégia parecida com os futuros *punks*: buscava chocar e chamar a atenção pelo visual diferente.

O surgimento do movimento *Punk* no Brasil

O movimento *punk* surge no Brasil entre o fim da década de 70 e o início da década de 80, dentro de um cenário político e econômico instável, marcado por incertezas.

Abramo (1994, p. 82), aponta que na política, imperava a ditadura militar, nessa época buscando uma transição “lenta, segura e gradual” para a democracia, com os militares perdendo a força.

E na economia, surgia a crise da dívida externa e o aumento da inflação e do desemprego, de forma que os jovens viam suas possibilidades de acesso ao estudo de qualidade e de ingresso no mercado de trabalho tornando-se cada vez mais difíceis.

De acordo com Costa (2000, p. 43-44), os meios de comunicação de massa foram os grandes responsáveis pela formação do movimento no Brasil, visto que as primeiras informações acerca desse movimento chegaram ao país através de jornais, revistas especializadas, discos:

Assim, em 1977 a imprensa brasileira começou a produzir materiais sobre o *punk* europeu e, ao mesmo tempo, a denunciar a sua presença no Brasil. A revista “Isto É”, por exemplo, publicou a reportagem: “Há futuro nos *punks*? Há muita animação na Europa, mas aqui o movimento custa a pegar”. A reportagem dizia: No Brasil, o *punk* só se manifesta através do visual e algumas caretas (...) e, se na Europa é um caso de polícia, aqui virou curtição tropical (...). Uma grande confecção (ELLUS) lançou a moda punk em São Paulo (...). No Rio uma confecção de prestígio, a Blu-Blu, lançou uma camiseta simples com a estampa da palavra *PUNK*.

A reportagem indicava que enquanto no Brasil o *punk* é mais diversão e produto absorvido de forma rápida e simples pela indústria da moda, na Europa, o movimento atinge conotações mais sérias.

Costa (2000, p. 44) faz menção ao repórter que produziu a reportagem e que, segundo ele, ao entrevistar os *punks* europeus, sentiu-se como se estivesse em um cenário do filme “Laranja Mecânica”.

A reportagem, através do relato do movimento *punk* europeu, ressalta a necessidade do mesmo em provocar, produzir insultos, demonstrar sua oposição ao sistema e a descrença frente à democracia e aponta que, apesar da posição rígida do movimento e sua resistência frente ao sistema e à sociedade, a mídia e a indústria da moda já buscavam se apropriar do movimento.

Nesse sentido, o *new wave* podia ser considerado como o *punk* domesticado e comercial, Costa (2000, p. 45) acrescenta que “O *punk*, ou pelo menos parte deste, via nova onda (*new wave*) já desdobrara-se mundialmente através de sua comercialização”.

Sendo assim, ao analisarmos o início do movimento *punk* brasileiro, observamos que a imprensa tinha dúvidas com relação à seriedade do movimento e a possibilidade da sua inserção na cultura nacional, segundo Costa (2000, p. 46): “O “Jornal do Brasil” chegou a noticiar o “refluxo” do movimento a nível internacional” : “ (...) O *punk* está passado”.

O jornal “A Folha de São Paulo”, em 1978, publicou um artigo intitulado de “A República Tupiniquim, a vanguarda do *punk*,” que faz a seguinte afirmação, segundo: Costa (2000, p. 46):

(...) *punk* surge como uma contradição inexplicável, no momento em que a ordem natural é cultivada em todo o planeta das mais diversas formas – zen, ioga, macrobiótica etc. (...). Tudo indica que não há lugar para semelhante disparate na cultura brasileira, a menos que voltássemos aos tempos que antecederam ao Tropicalismo.

Também nesse período, O “Jornal da Tarde” publicou um artigo intitulado de “A ameaça *punk*”, assinada por Marco Antônio Lacerda, que destoa do superficialismo com que a mídia tratava o movimento, onde Costa (2000, p. 46-47) relata::

(...) em seu artigo “A aventura *punk*”, Lacerda aponta que “a palavra *punk* está circulando há séculos na Inglaterra e posteriormente na América, sempre ligada a conotações negativas de rejeição e de

exclusão social, de práticas opostas à moral e aos bons costumes”. Ele afirma que a “garotada *punk* inglesa não tem feito outra coisa senão continuar uma tradição de séculos”, ou seja, transformar os atributos de rejeição social em virtudes positivas. Isso significa, na prática, tomar esses atributos na forma de expressão de um tipo de arte. Na opinião de Lacerda, os *punks* ingleses, ao assumirem um “estigma”, utilizaram os seus valores e os atributos negativos atribuídos pelo conjunto da sociedade como uma forma de expressão, não apenas de um estilo de arte, de música, mas principalmente de determinados comportamentos e atributos.

Entretanto, a reportagem de Lacerda era uma exceção, uma vez que a maior parte da imprensa preferia retratar o *punk* apenas por seu lado mais sombrio.

O “Jornal do Brasil” publicou uma reportagem de Robert Evans denominada “A violência *punk* – drogas e assassinato na rota dos escravos da liberdade total”, que defendia a moral e os bons costumes como valores sociais básicos que estavam sendo corrompidos por uma juventude rebelde.

Os punks e principalmente os “Sex Pistols” são chamados de subversivos e niilistas e apresentados como responsáveis por transformarem os jovens em anarquistas, violentos, drogados e dados a comportamentos sexuais não ortodoxos conforme aponta Costa (2000, p. 49).

Quanto aos *punks* brasileiros, o “Jornal da Tarde”, no artigo “A ameaça *punk*”, apresenta uma primeira visão do movimento nacional mais realista e menos caricatural do que aquela apresentada pela Revista “Isto É, apud Costa (2000, p. 49):

Desde que a música e a moda que exalta o sujo, e o grotesco, criadas na Inglaterra há menos de dois anos, chegaram a São Paulo, os nossos punks trataram de imitá-las com fidelidade. Os guardas da segurança da estação do metrô, no Largo São Bento, já não se surpreendiam com os adolescentes vestidos de sujo; com suas grossas correntes penduradas à cintura ou ao pescoço. Longe dali, em São Caetano, também a vizinhança do Clube Sberog não se espantava tanto com freqüentadores dos bailes punks, que travavam violentas lutas ou amanheciam dormindo na calçada. Ou ainda, drogados, subiam nos telhados vizinhos, ou simplesmente usavam os jardins das casas próximas para se amar.

A partir daí, o movimento *punk* tupiniquim passou a ser retratado pela imprensa apenas relacionado à violência e à barbárie, de forma que, incompreendidos, os punks nacionais eram temidos e rejeitados pela sociedade burguesa tradicional, conforme Carmo (2000, p. 50):

Gradativamente, o movimento, particularmente o de São Paulo, é rotulado como aquele que assusta e agride, sendo essa a tônica de várias matérias que passaram a ser produzidas. Tanto isso é verdade que, em 1982, alguns *punks*, preocupados em mudar essa “imagem”, procuraram os meios de comunicação a fim de tentar revertê-la.

Costa (2000, p. 50) acrescenta que, paradoxalmente, se eram temidos pelas classes mais abastadas e conservadoras, o *punk* passou a atrair os jovens da periferia das grandes cidades, excluídos da sociedade de consumo, cercados por uma realidade violenta, carente e sem perspectivas, para quem a idéia de transgredir regras era algo sedutor.

O Movimento Punk em SP

Os punks apareceram em diversas cidades brasileiras. Contudo, foi em São Paulo que o movimento ganhou força.

Como São Paulo é a maior cidade do Brasil e a quinta maior do mundo, transformava-se no terreno perfeito para o nascimento e florescimento do movimento, o que Bivar (2001, p. 94) diferencia:

Com todas as lutas que se travam nela - desde a luta pela sobrevivência até a luta pelo poder – seus dirigentes e sua população mal têm tempo para outras preocupações como a do bem-estar de toda a comunidade e um acordo justo para abreviar a distância cada vez maior entre riquíssimos e paupérrimos. Em 1982 calcula-se uma população de cerca de 12 milhões de habitantes (contando com os satélites do ABC). Gente de todo o Brasil e de todo o mundo. Brancos, negros, latinos, judeus, arianos, árabes, nórdicos, orientais e miscigenados em geral.

Dessa forma, em função de suas características, de seu tamanho, de ser ela o local onde tudo acontece e onde se tem maior acesso a informação, a cidade de São Paulo teve o *status* de pioneira na formação de grupos que se construíram através

de referências trazidas de grupos estrangeiros, como por exemplo, da Inglaterra, onde o movimento originou-se.

Costa (2000, p. 46) aponta, conforme já foi dito, que a imprensa teve um papel bastante importante na divulgação do movimento. O “Jornal da Tarde”, por exemplo, através do artigo escrito por Marco Antônio de Lacerda, fala da constituição do movimento bem como de suas divergências no exterior. A revista “Pop”, editada pela Editora Abril, também foi uma das primeiras publicações a dar espaço para o tema.

E que, ao entrevistar alguns integrantes do movimento, fica clara a importância do ano de 1978 para a consolidação do *punk* paulistano, uma vez que nesse período, jovens que pertenciam principalmente às periferias e subúrbios da cidade de São Paulo mostravam-se interessados pela ideologia, pela música e pelo comportamento do movimento *punk* internacional.

Os *punks* de São Paulo surgem em meio a um contexto de crise e desemprego, tendo se desenvolvido principalmente nas periferias da cidade, onde a maior parte da juventude encontrava dificuldades de acesso ao mercado de trabalho ou, apesar de trabalharem, não enxergavam grandes perspectivas de futuro (trabalhavam como *office-boys*, auxiliares de escritório, operários, comerciários, e outros empregos modestos), conforme pode-se constatar por Bivar (2001, p. 97):

Os que não trabalham é porque realmente emprego não está fácil. Todos querem trabalhar. Uma certa manhã na Punk Rock – loja nas Grandes Galerias (centro de SP) onde os punks se reúnem – alguém levantou a idéia de que o Brasil devia criar o salário – desemprego. Gordo, do grupo Anarcólatras, fez uma expressão de espanto, riu e disse: “Não diga isso! Se isso acontecer aí é que ninguém mais trabalha neste país! O que nós queremos é emprego!”.

De acordo, ainda com Bivar (2001, p. 47), a maior parte dos indivíduos que constituíam o movimento tinha, em média, 18 anos e passava pela adolescência, período que naturalmente os jovens buscam respostas e até mesmo soluções para suas insatisfações.

O movimento *punk* de São Paulo, embora tenha buscado referência no movimento estrangeiro, principalmente na Inglaterra onde o movimento originou-se, assumiu características próprias adaptadas a sua realidade local.

Com relação a sua ideologia, não existem diferenças significativas na sua essência, até mesmo porque os *punks* brasileiros entendem que o *punk* é um movimento internacional segundo Bivar (2000:96): “A rebelião *punk* de São Paulo não é uma cópia importada do *punk* de fora, mas uma identificação adaptada à realidade local”.

Bivar (2001) continua ao dizer que embora o movimento paulista apresentasse seu visual bem parecido com o usado pelos *punks* estrangeiros, como uma espécie de “carimbo”, comum a todos os indivíduos que compunham o movimento, tinha pequenos traços que o tornava característico da região.

Seus cabelos, por exemplo, embora muitas vezes cortados ao estilo moicano, nem sempre ou quase nunca vinham acompanhados das tintas coloridas usadas para pintar os cabelos arrepiados dos *punks* estrangeiros.

Já a indumentária era semelhante à internacional, e que, conforme Bivar (2001, p. 96):

Em São Paulo o movimento manifesta sua rebeldia já a partir do uniforme (tudo preto: o blusão de couro, o jeans, a camiseta, o tênis ou o coturno; os botões com emblemas dos grupos ou das *gangs*), do comportamento agressivo, da música contestatória e acelerada, seca e ensurdecidora.

E que, segundo o autor Bivar (2001, p. 104), esses grupos tinham tanto na forma de vestir como na música uma maneira de chamar a atenção e protestar contra o sistema:

Na entrevista com as bandas, a repórter do Estadão quer saber o porquê da forma agressiva do punk se vestir. Tikiinho, guitarrista da *Lixomania*, responde: “É a única maneira de chamarmos a atenção para o caos em que vivemos. Se eu fosse mais um *Office-boy* da rua 7 de Abril, você não estaria me entrevistando”.

Movidos pela necessidade de estabelecer uma identidade dentro de um espaço complexo e dotado de constantes variações, de satisfazer desejos relacionados ao consumo (muitos deles estimulados pelos meios de comunicação), de buscar espaços para compartilhar experiências e anseios frente à falta de perspectiva futura, Abramo (1994, p. 82) confere que os jovens buscavam a formação de grupos articulados em torno de um estilo próprio.

Esses jovens, através de seus grupos de estilo, elegeram seu espaço de atuação e identificaram suas preferências, sejam elas na moda, na cultura ou na música, conforme figura 16.



Figura 16 – Banda Punk de São Paulo / 1977 – Deserdados - Revolução, Agora! O movimento *punk* nacional surgia timidamente no final da década de 70. O estilo lembra o *punk* internacional, mas claramente adaptado à realidade local. Roupa preta, atitude e olhar agressivos, como se estivesse em guerra, semelhante à proposta internacional. Contudo, o gorro de lã, o pano cobrindo o nariz e a boca, tal qual um bandido, e o uso de “seta”, arma típica de meninos brasileiros que praticam a caça a pássaros, trazem o toque nacional ao estilo. A proposta do grupo também parece um pouco diferente. Ao invés da anarquia e da aparente falta de preocupação com a política que caracteriza o *punk* anglo-americano, o conjunto brasileiro fala em revolução e se auto intitula “deserdados”. Assim, fazendo referência ao *status* social de seus integrantes, jovens de comunidades desassistidas pelo governo. No Brasil do fim dos anos 70 e início dos anos 80, surgia uma forte crise econômica que duraria toda década de 80, marcada pela hiperinflação, por períodos de desemprego e pela falência do Estado, que se via cada vez mais impossibilitado de ajudar os “deserdados”, que nunca estiveram entre as prioridades de nenhum governo do período.

Dessa forma, desenvolveram e criaram um estilo independente e alheio à rigidez do mercado. Abramo (1994, p. 83) aponta:

É com essas criações que eles manifestam sua *posição no mundo* e as questões com que se debatem. Num meio onde a principal forma de comunicação se dá cada vez mais através da imagem e as identidades sociais se expressam principalmente através da ostentação de artigos de consumo, é pela construção alegórica da própria imagem e com o uso *estranho* de determinados objetos, que esses grupos vão tentar se movimentar nesse universo.

Desses grupos de estilo, os *punks* foram os pioneiros nas cidades brasileiras e os que motivaram o aparecimento de novas tribos capazes de assumir uma identidade própria que os diferenciasse.

Conforme Abramo (1994, p. 83), impulsionados por eles e seu efeito impactante, surgem outros grupos podendo ser citados: carecas, *darks*, metaleiros, *rappers*, etc.

Fora isso, propuseram uma maior atuação da juventude e uma forma de expressão menos conformista e pacífica com relação a questões que discordavam, como por exemplo, questões sociais.

Contudo, talvez uma das suas características mais marcantes tenha sido a formação de um movimento jovem composto por indivíduos vindos das classes mais populares da sociedade, o que se verifica nas palavras de Abramo (1994, p. 85):

Nesse sentido, penso que é mais interessante considerar que, no Brasil, os punks constituem uma “subcultura” derivada da cultura juvenil internacional, que assumiu os contornos da classe proletária, ao contrário de serem uma “subcultura da classe operária” que teria assumido uma conotação juvenil, conforme a definição dos pesquisadores de Birmingham para os grupos juvenis ingleses.

Apesar disso, o *punk* não ficou restrito a uma única classe: jovens da classe média também sentiam-se atraídos por sua ideologia e muitos também aderiram ao movimento, principalmente os que ainda pertenciam ao segundo grau e os que freqüentavam universidades.

Esses jovens que integravam o movimento organizavam-se de forma a compor um estilo espetacular que, dentro de um determinado espaço urbano, os fizesse ser notados.

Abramo (1994, p. 87) esclarece:

O sentido mais comum do termo “estilo” remete a um modo peculiar de expressão e atuação. A etimologia mostra que o termo vem da palavra latina *stilus*, que designava um instrumento de escrita um (um objeto pontiagudo para escrever sobre cera) e que, por derivação, passou a denotar a maneira de escrever. Desse uso, a palavra tomou uma acepção mais genérica de um conjunto de traços que caracterizam uma forma de expressão. Atualmente, o termo tem uma gama bem variada de aplicações, mas todas de alguma maneira referindo-se a um modo distintivo, que pode ser reconhecido, de fazer algo (*International Encyclopaedia of the Social Sciences*).

Onde, o estilo é construído de forma consciente e com a finalidade de diferenciar-se, ou seja, um determinado elemento de estilo pode ter características que o tornam alheio a padrões pré-estabelecidos, sendo capaz de construir identificações por meio de características próprias e que são construídas através de suas próprias escolhas.

Para Clark (*apud* ABRAMO, 1994, p. 88), segundo os pesquisadores de Birmingham o estilo subcultural, através de seus próprios objetos de escolhas que o diferem do padrão dominante, configura-se de forma expressiva, construindo uma identidade própria:

Segundo a análise desses pesquisadores, os jovens das subculturas inglesas “adotam e adaptam materiais – bens e mercadorias – e os reorganizam dentro de estilos distintivos que expressam a coletividade de seu *ser-como-grupo*.

Cada objeto selecionado por esses grupos deverá estar de acordo com os ideais e valores dos mesmos, uma vez que colaborarão para a formação de suas identidades. Abramo (1994, p. 88) coloca:

Tais elementos são retirados de seu contexto original e reorganizados num novo e inusitado conjunto, como num processo de *bricolage* (conceito inspirado em Lévi-Strauss) através do que adquirem novos significados.

O movimento *punk*, por exemplo, teve seu estilo construído em torno da classe trabalhadora inglesa. Essa juventude sem perspectivas e sentindo-se encarcerada pelo sistema seleciona objetos na composição de seu estilo que não apenas a identifique, mas, que também tenham algum significado, ou seja, que sirvam como meio de expressão, daí o motivo pelo qual se vestiam de forma agressiva.

Fischer-Mirkin (2001, p. 178-179), confere que, na verdade, eles viam na roupa uma forma de desabafar. O autor detalha:

A vestimenta *punk* tem a intenção de incitar uma reação de choque, negativa. A mulher que tira suas referências de moda dos *punks* parece estar expressando o seu forte desprezo pela sociedade ou uma sensação de autodestruição ou mesmo abuso. Ela transmite também que precisa de atenção, mesmo negativa. Por outro lado, é possível usar alguns itens específicos da vestimenta *punk* para obter um efeito dramático ou para modificar o visual de acordo com as suas próprias especificações.

A dissidência no *Punk* paulista

Apesar de apresentar a mesma raiz, o *punk* paulistano caracterizou-se por apresentar subdivisões, ou seja, havia diferentes correntes de pensamento e comportamento dentro dele.

Entre 1978 e 1982, de acordo com relatos de integrantes pertencentes ao movimento, houve uma mudança no que chamaram de “ideologia *punk*”:

Segundo Costa (2000, p. 51):

Em 1982, algumas lideranças que atuavam na região metropolitana de São Paulo, através de fanzines, bandas, debates com a imprensa, tentaram congregar os *punks* em torno do que eles chamaram movimento *punk*. Naturalmente, esse movimento *punk*, que eles buscavam construir, tornou-se incompatível com o niilismo anárquico e violento, a agressão como forma de expressão, o uso de suástica nazistas etc.

Essa mudança não foi bem recebida por uma parte do movimento, o que acabou por gerar conflitos entre os *punks* que circulavam na cidade de São Paulo e os *punks* dos subúrbios (ABC e Zona Leste de São Paulo).

Os *punks* da cidade através de fanzines, bandas, conversas com a imprensa tentavam dar uma nova forma ao movimento, algo em torno de um comportamento menos agressivo, mais adequado a realidade e naturalmente menos anárquica violenta e niilista do que o apresentado até então.

Costa (2000, p. 51-59) afirma que tinham como principal objetivo serem vistos de forma menos marginalizada tanto pela imprensa, e pela mídia, como pela sociedade.

Contudo a reação dos *punks* do subúrbios, foi de revolta, repulsa e negação para com essa nova forma de colocar-se dos *punks* da cidade.

E acrescenta que no Brasil, o ano de 1981 foi marcado pela polêmica construída em cima do *new wave*, ou seja, essa problemática foi levantada pela crença de que o mesmo seria uma nova denominação do *punk* somente para superar a rejeição sofrida pelo meios de comunicação, destacando que:

Em toda a parte, noticiou-se o surgimento de clubes *new wave* e a criação de um “comportamento” que se espalhou na arte, na música e na moda. No Brasil, ele teria chegado através de São Paulo, via Nelson Mota e a Paulicéia Desvairada.

Criou-se um estado de tensão ainda maior entre os grupos acima citados, uma vez que a ala mais radical dos *punks*, o dos subúrbios não admitia que os demais cedessem as transformações relacionadas a ideologia e ao comportamento inicial do movimento, bem como negavam a comercialização de suas roupas e artigos por lojas e boutiques.

Costa (2000, p. 60) ainda aponta:

Caiafa assinala que, em 1982, no Rio de Janeiro, com a reativação do rock e sua banalização através do *new wave*, os *punks* dos subúrbios lançaram o seu brado de revolta e desobediência. O *new wave*, segundo a autora, apontava para a possibilidade da assimilação do *punk* pela moda, pela mídia, e para sua morte: “é a despreocupação e a diversão, numa ausência total de questionamento, ao aproveitar tudo o que a sociedade investe e divulga, sendo a música do consumo por excelência (...)”.

A simbologia da cor preta na moda e a sua incorporação no visual punk

No meio do visual agressivo do movimento, destaca-se o uso da cor preta. Seja nas roupas, nos coturnos ou na maquiagem, o preto predominava entre os *punks* brasileiros e internacionais.

Thamer (1988, p. 64) ressalta que a moda brasileira dos anos 80 incorporou a cor preta inspirada nos punks:

O gênero *dark*, que veio reforçar ainda mais a preferência do brasileiro pela roupa preta, pode ser considerado um dos fenômenos fortes da moda dos anos 80, e uma continuação da idolatria à cor de escolha da linha *punk*.

Aqui então, se depara com as indagações:

Qual o motivo da associação do *punk* com a cor escura?

Existe alguma simbologia das cores?

Braga (2005, p. 51) simplifica ao indicar que:

A cor, ao longo da História da Humanidade, desde mesmo a Pré-História, sempre foi um meio de expressão artística. Portanto, as sensações cromáticas tornam-se uma maneira de interpretar as próprias cores.

Ainda Braga (2005, p. 51), ressalta que o indivíduo pode reagir de formas diferentes a diferentes cores, atribuindo às mesmas um significado simbólico, relacionando-as, muitas vezes, a sentimentos diversos.

E, o próprio Braga (2005, p. 54-55) explana a forte presença do simbolismo da cor:

No âmbito da tradição popular, o arco-íris é símbolo de riqueza por ter, em suas extremidades, um caldeirão de dinheiro e ouro, além de a lenda reza que, quem passa por baixo dele, terá imediatamente o seu sexo trocado. Na contemporaneidade, sob a ótica comportamental, essas cores se tornaram símbolo da cultura gay. A “bandeira do arco-íris”(rainbow flag) que, originalmente, tinha oito cores, foi criada pelo artista norte-americano Gilbert Baker, em 1978. Os significados das cores eram sexualidade (rosa forte), vida (vermelho), poder (alaranjado), sol (amarelo), natureza (verde), arte (azul), harmonia (anil) e espírito (violeta).

Farina (1982, p. 23) caminha no mesmo sentido, afirmando que “Vicent van Gogh deu a seus quadros sensações cromáticas deslumbrantes, que correspondem a intensas cargas emotivas e psicológicas de seu autor”.

E segundo Braga (2005, p. 53), as cores das roupas que usamos são capazes de contribuir para que possamos transmitir nossas mensagens sem a necessidade do uso da linguagem verbal.

Desse modo, quando uma pessoa está vestida de vermelho, por exemplo, pode-se ter a sensação de que está apaixonada ou ainda traduzindo sua sensualidade, em virtude de ser essa uma cor quente, relacionada à carne, a paixão e ao sexo.

E assim como essa associação ocorre com o vermelho, acontece também com outras cores.

Sendo assim, elas, vão criando simbologias e ganhando significados, conforme já abordado por Braga (2005, p. 53).

Ovsiankina (*apud* FARINA, 1986, p. 106), indica que:

(...) os sujeitos que preferem as cores quentes se caracterizam por uma relação muito íntima com o mundo percebido; são receptivos e abrem-se facilmente às influências exteriores. (...) Os indivíduos que se inclinam às cores frias nunca se adaptam espontaneamente ao ambiente, possuem sempre uma atitude de distância em relação ao mundo. Emocionalmente são frios e reservados (...)

Lacroix (*apud* SEELING, 2000, p. 120-121) sintetiza o significado da cor preta para a moda:

O preto é o início de tudo, o ponto de partida, a silhueta, o recipiente – e depois o conteúdo. Sem as suas sombras, o seu relevo e a sua protecção (*sic*), parecer-me-ia que as outras cores não existem. O preto é ao mesmo tempo a soma de todas as cores. É volúvel, cambiante, nunca é o mesmo. Existe um número infinito de tons de preto: o preto suave das roupas transparentes, o preto apagado e triste do crepe de luto, o preto nobre e profundo do veludo, o preto profuso do tafetá ou o preto forte da seda (*faille*), o preto esvoaçante do cetim, o preto oficial e alegre do verniz. O preto faz que a lã pareça carvão, dá ao algodão um ar rústico e confere aos tecidos novos um toque insinuante.

Farina (1986, p. 113), resume a simbologia da cor preta:

Associação material: sujeira, sombra, enterro, noite, carvão, fumaça, condolência, morto, fim, coisas escondidas. *Associação afetiva:* mal, miséria, pessimismo, sordidez, tristeza, frigidez, desgraça, dor, temor, negação, melancolia, opressão, angústia, renúncia, intriga.

Da simbologia das cores, percebe-se que não foi por acaso que os *punks* adotaram, consciente ou inconscientemente, o preto como visual.

Um movimento niilista, que não acreditava no presente e no futuro, que teve seu principal ícone morto antes de completar 22 anos (*Sid Vicious*) e que viu sua banda mais famosa desfazer-se no auge (*Sex Pistols*), não poderia ter adotado outra cor como símbolo.

Com relação à incorporação do vestuário *punk* à indústria da moda nacional, esse fenômeno ocorreu da mesma forma que no exterior. Segundo Fontes (2008), o crescimento da indústria da moda brasileira a partir da década de 90 fez com que a moda nacional refletisse as tendências internacionais.

Assim, se o visual *punk* foi incorporado por grandes estilistas, como Versace e Westwood por exemplo (ver capítulo 2), no Brasil grifes como Cavallera, Sommer e Triton e estilistas como Alexandre Herchcovitch buscam o *punk* como referência em muitas de suas criações.

Conforme teoriza Carmo (2003, p. 204), adornos *punks* tidos como contestadores como o *piercing* e as tatuagens, que simbolizavam a revolta contra o sistema, hoje se tornaram moda e são usados por jovens que não têm nenhum ideal de contestação, estando completamente integrados à sociedade de consumo.

Carmo (2003, p. 205), ainda acrescenta:

(...) as extravagâncias foram logo assimiladas pela moda oficial, em busca de novidades. E o próprio estilo punk foi “recuperado” através do seu equivalente, conhecido como new wave, uma versão mais chique e comportada do original (CARMO, 2003, p. 205).

Fontes (2008), ainda destaca que tal situação trouxe um fato novo ao movimento *punk* nacional, que foi o surgimento de uma divisão entre aqueles que coadunam com os ideais do movimento e aqueles que adotam o visual negro, de coturnos, *piercings* e tatuagens apenas como estilo: os *punks* idealistas passaram a apresentar verdadeiro xenofobismo contra os adeptos apenas do visual.



Figura 17: Sex Pistols e desfile Ellus. Nas fotos acima podemos verificar como a moda incorporou o punk. Na foto da esquerda, o cantor aparece sem camisa, de pulseira, com calça preta e cinto com adorno de metal. À direita, o modelo aparece sem camisa, com pulseira, calça preta, cinto com adorno de metal e, pendurados no cinto, um crucifixo e uma plaqueta de metal igual a que os soldados utilizam na guerra para serem identificados caso sejam desfigurados ao morrer. Como foi demonstrado, a referência à guerra era uma das principais marcas dos *punks*.



Figura 18: Modelos em desfile da marca Triton. Criados pela estilista Karen Fuke. Os sapatos pretos de couro, com adornos em metal, o uso de correntes, a maquiagem preta, as pulseiras e cinto pretos com tachas, os coletes e o espartilho são referências claras aos *punks*.



Figura 19: Casal punk.



Figura 20: Desfile Rodarte. Na foto anterior, aparece um casal punk. Na foto acima aparece uma modelo da grife Rodarte. A modelo usa meia-arrastão tal qual a moça *punk*. O vestido rodeado por corrente também faz referência à moda *punk*.

Conforme visto no decorrer deste estudo, a moda e o corpo são importantes meios de comunicação do ser com a sociedade. É uma forma de diálogo estabelecido por imagem, cuja mensagem leva a reflexões, aspirações e ou frustrações. Mesmo que a roupa não determine a complexidade de valores da vida, ela pode dar indícios do que se pretende ao criá-la.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta dissertação é, assim, mostrar como o movimento *punk* e a sua moda foram não somente reflexos como agentes da transformação cultural de uma sociedade que, da roupa como expressão rígida de delimitação de classes sociais, pouco a pouco evoluiu para uma perspectiva da moda como instrumento do indivíduo para identificar-se socialmente, inclusive de forma contestadora.

Mostrou-se aqui que, até a queda do feudalismo, vestia-se conforme a inserção social pelo sangue. Com a ascensão da burguesia, o dinheiro passou a ser o critério para a escolha de roupa. Com o surgimento das modas de rua, a roupa passou a ser a forma de expressão de estilos de vida, de aspirações socioculturais e mesmo sociopolíticas.

Assim sendo, foi feita uma análise do seu percurso histórico, desde a Alta Costura até a moda de rua, passando pelo *prêt-a-porter*. A partir de então, traçou-se um paralelo entre a moda e os principais acontecimentos econômico-político-sociais dos países ocidentais, a partir do ano de 1914, ano em que aconteceu a I Guerra Mundial, até as décadas de 60 e 70, momentos em que o *prêt-à-porter* e a moda de rua chegam à verdade de si mesmo.

As grandes transformações das sociedades dos anos 20, 30 e 40 foram aqui abordadas e comparadas às modificações por que passava a moda, que via, gradativamente, o declínio da Alta Costura como elemento dominante e a ascensão do *prêt-a-porter*.

Após a 2ª Guerra, esse movimento acentuou-se, incentivado pelo aumento do poder aquisitivo e pelo consumo de massa, embora a Alta Costura ainda se mantivesse até o fim dos anos 50. O padrão de moda era o das elites e sua contínua mudança era necessária para afugentar os emergentes.

A partir desses anos-50, a moda-consumo cedia espaço àquilo que Crane chamou de moda-identidade. Nessa época, a moda já começava a se apresentar como elemento de expressão de sentimentos. Nesse sentido, podemos citar o visual *zoot*, com indumentárias exageradas e extravagantes, como jaquetas muito longas marcando a cintura, ombreiras enormes, tecidos de cores brilhantes e chamativas,

listras e xadrez, enormes gravatas, sapato bicolor,... Esse visual foi usado por negros de origem latina com o intuito de demonstrar seu orgulho étnico e sua alienação para com o que acontecia no mundo.

Ao final dos anos 50, a Guerra Fria, impulsiona jovens escritores, que começaram a inovar na escrita e no estilo, com textos improvisados e espontâneos, encarando o conservadorismo moral em vigor nos EUA e arriscando uma nova maneira de enfrentar o mundo.

Era o nascimento da geração *beat*, com suas transformações, reformulações de comportamento e alterações do estado de consciência, que desempenharam papel fundamental sobre o movimento *hippie* e, conseqüentemente, sobre todos os movimentos de contracultura que viriam a surgir.

A partir daí, a moda verdadeiramente ganhou impulso como símbolo de contestação, transformação, revolução, enfim, como elemento de expressão de grupos e indivíduos.

Nos anos 60 a Alta Costura foi ultrapassada pelo *prêt-à-porter*, e ainda que os avanços tecnológicos que propiciaram a produção seriada dos produtos pertencentes à Indústria da moda tivessem colaborado para o advento desse novo sistema, a que se lembrar da importância dos movimentos jovens nesse processo. Uma juventude que ansiava por mudanças, que queria expressar suas verdades e que deu origem a um novo mercado de consumo.

E foi em maio de 68, que a moda assumiu de vez características de linguagem e expressão, sobretudo através dos novos movimentos contestadores de contracultura, como por exemplo o *hippie*, que influenciou a juventude de vários países do mundo e que através de sua forma de vestir, adornados com flores, cabelos compridos e soltos, calças boca de sino, batas coloridas etc.. transmitiam sua mensagem de liberdade, paz e amor.

Na década de 70, surgiu o movimento *punk*, levando ao extremo a utilização do vestuário como forma de contestação e de demonstração de repúdio à realidade que o cercava. Tal movimento, com sua indumentária aterrorizante para os padrões da época, teve um impacto tão forte sobre uma parcela da juventude que comungava

com sua ideologia, que, embora nascido nos EUA e crescido na Inglaterra, espalhou-se por vários países, inclusive o Brasil.

Assim, buscando demonstrar de que forma a moda poderia ser utilizada como um elemento de expressão e de comunicação de grupos ou indivíduos, foi escolhido como exemplo neste trabalho, o movimento *punk*, em função da forma com que ele usava sua indumentária como meio de se comunicar com a sociedade.

Entretanto os *punks* chocavam através de sua aparência, esta composta por roupas pretas, rasgadas, jaquetas de couro, calças coladas ao corpo, maquiagem carregada em tons de preto e acessórios feitos de correntes, alfinetes, piercing, tachas e zíperes.

Esse movimento pode ser visto como um elo de ligação entre cultura popular, moda e subculturas adolescentes, onde jovens faziam uso de uma indumentária e através dela, manifestavam seu deboche e descontentamento frente a um determinado estado de coisas.

O fato é que, ainda que de forma agressiva, rebelde e contestadora, foram capazes de atingir uma singularidade e expressar sua identidade através de um estilo, pois, através da roupa, o indivíduo tanto pode assumir personagens como revelar seus sentimentos e forma de pensar.

Assim, a antimoda marca definitivamente seu espaço por uma profusão de estilos, falta de regras e liberdade de criação, com as ruas passando a expor suas vontades e impor seu estilo, passando a servir de inspiração para as vitrines e para os criadores.

A indústria da moda, que inicialmente não tinha nada em comum com o movimento, incorporou-o, tomando-o como referência para a construção de muitas de suas coleções.

Ao traçar-se um paralelo entre a expressão de comunicação e a forma de vestir do movimento *punk*, conclui-se que através da moda eles encontraram uma maneira de desabafar e protestar com relação a aquilo que os desagradava frente a uma sociedade com valores, hábitos e comportamentos contrários aos seus. Suas roupas permitiram que os integrantes do movimento afirmassem suas “identidades sociais”.

Na realidade, sua vestimenta revelava um desejo de mostrar seu lado sombrio. Ao fazerem uso de roupas rasgadas, por exemplo, demonstravam o sentimento de descaso e desleixo que tinham com relação aos acontecimentos mundanos, e, sobretudo com relação a eles mesmos.

Através de seu modo de vestir, buscavam uma forma de confusão absoluta e o desejo de nada significar, produzindo, assim, questionamentos relacionados aos valores da sociedade e demonstrando sua oposição aos mesmos.

Paralelamente às contestações juvenis relacionadas à sociedade, à política e à economia, ocorriam também movimentos de contracultura no Brasil, assim como no mundo, e o movimento *punk* surgiu no país entre o fim da década de 70 e o início da década de 80.

Sendo assim, ao analisarmos o início do movimento *punk* brasileiro, observamos que a imprensa tinha dúvidas com relação a sua seriedade e a possibilidade da sua inserção na cultura nacional, onde, a partir daí, o *punk* nacional passou a ser retratado pela imprensa apenas relacionado à violência e à barbárie, de forma que, incompreendidos, por aqui o movimento era temido e rejeitado pela sociedade burguesa tradicional.

Os *punks* apareceram em diversas cidades brasileiras. Contudo, foi em São Paulo que o movimento ganhou força, por ser esta a maior cidade do país, onde, em meio a um contexto de crise e desemprego, principalmente nas periferias da cidade, a maior parte da juventude encontrava dificuldades de acesso ao mercado de trabalho ou não viam perspectivas de futuro.

O movimento *punk* de São Paulo, embora tenha buscado referência no movimento estrangeiro, principalmente na Inglaterra, assumiu características próprias adaptadas a sua realidade local.

Seus cabelos, por exemplo, embora muitas vezes cortados ao estilo moicano, nem sempre ou quase nunca vinham acompanhados das tintas coloridas usadas para pintar os cabelos arrepiados dos *punks* estrangeiros. Esses jovens, através de seus grupos de estilo, elegeram seu espaço de atuação e identificaram suas preferências, sejam elas na moda, na cultura ou na música.

O fato é que, se o movimento veio para chocar a sociedade, acabou, através da sua forma de vestir, servindo como ponto de partida para que alguns criadores encontrassem na sua indumentária algo forte e marcante que os fizessem, através de uma releitura e uma nova proposta, incorporar o visual *punk* à moda comercial.

Se no exterior o visual *punk* foi incorporado por grandes estilistas, como Versace e Westwood, no Brasil ocorreu o mesmo, sendo utilizado como referência por grifes como Cavaleira, Sommer e Triton e estilistas como Alexandre Herchcovitch.

Assim, a sociedade, que a princípio pode ter repudiado a forma como se vestiam, mais tarde viria a aceitar seu visual e adotá-lo como parte de seu figurino.

Muito embora a moda *punk* tenha sido absorvida pela indústria, restou comprovado que a moda de rua rompeu a ditadura da indústria do vestuário e se tornou uma grande emissora de mensagens dos diferentes grupos para a sociedade. Assim, como aconteceu com o *punk*, o visual das ruas surge espontaneamente e passa a sua mensagem para a sociedade antes de ser incorporado pela mesma sociedade a que critica.

Dentro desse contexto, a transformação, ocorrida ao longo do século XX, da moda em elemento de comunicação das ruas para com a sociedade gerou também a inversão do processo criativo, com os grandes criadores de moda passando a buscar inspiração também nas ruas para suas criações.

Seria o fim da moda, como expressão ditatorial do vestir, como previu Diane Crane? E quais perspectivas se abrem, a partir daí?

A nosso ver, a principal perspectiva aberta pelo estudo é a constatação de que a moda não é fenômeno acessório, superficial (segunda pele) mas também o primeiro (e, não raro, como no caso dos punks, o principal) instrumento de identificação de movimentos sociais diante da sociedade.

Em decorrência, a análise dos sistemas de moda (já que não há mais um único sistema de moda) e dos seus componentes e peculiaridades é essencial para a compreensão da dinâmica dos movimentos sociais.

A propósito, o movimento *punk* e a moda por ele criada justifica uma análise mais detalhada e uma aplicação mais minuciosa do método proposto por Kossoy. Justifica também uma pesquisa fotográfica específica, de forma a poder explicitar todas as nuances da análise sugeridas pelo autor.

Uma aplicação mais aprofundada de seu método deverá levar em conta a criação de categorias para ressaltar a presença da distinção e da rebeldia, como formas de estudo do fenômeno. O que, desde já, colocamos como meta para futuros estudos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, H. W. **Punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Página Aberta, 1994.
- BARTHES, R. **Inéditos – imagem e moda**. v. 3., São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BAUDOT, F. **Moda do século**. 2. ed. São Paulo: Cosac & Naif, 2002.
- BIVAR, A. **O que é punk**. 5. ed., São Paulo: Brasiliense, 2001.
- BOLLON, P. **A moral da máscara – Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks, etc.** Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- BRAGA, J. **História da moda: uma narrativa**. São Paulo: Anhembi-Morumbi, 2004.
- _____. **Reflexões sobre moda**. V. 2. São Paulo: Anhembi-Morumbi, 2005.
- COSTA, Sérgio F. **Método Científico – Os Caminhos da Investigação**. São Paulo: Habra, 2001
- COSTA, M. R. da. **Os carecas do subúrbio – caminhos de um nomadismo moderno**. São Paulo: Musa, 2000.
- CRANE, D. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.
- DE CARLI, A. M. S. **O sensacional da moda**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.
- DENCKER, A. de F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.
- FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 4. ed., São Paulo: Edgard Blücher, 1986.
- FISCHER-MIRKIN, T. **O código do vestir – os significados ocultos da roupa feminina**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- FONTES, V. Com vontade de ser diferente – o estilo nem tão alternativo assim virou moda. **Revista Paradoxo.com**. 18 abr. 2005. Disponível em: <<http://www.revistaparadoxo.com>>. Acesso em: 12 ago. 2008.
- GUIMARÃES, L. **A cor da informação – a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. 3. ed., São Paulo: Annablume, 2004.
- GUMES, N.V.C.. Artigo: Núcleo **de Comunicação e Cultura das Minorias** - XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003, disponível em:

<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/4992/1/NP13GUMES.pdf> - Acesso em: 28 de ago 2008.

HOLLANDER, A. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

JONES, S. J. **Fashion design – manual do estilista**. São Paulo: Cosac & Naif, 2005.

KALIL, G. **Chic – um guia básico de moda e estilo**. 24. ed. São Paulo: Senac, 2004.

KOSSOY, B. **Fotografia & História**. 2. ed. rev., São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

LAVER, J. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero – a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

MARANHÃO, J. **A arte da publicidade: estética, crítica e kitsch**. Campinas: São Paulo, 1988.

MENDES, V.; de LA HAYE, A. **A Moda do Século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MESQUITA, C. **Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

MOUTINHO; M. R.; VALENÇA, M. T. **A moda no século XX**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.

Mc NEIL, L.; Mc CAIN, G. **Mate-me por favor – uma história sem censura do punk – 1976-1992**. v. 2, Porto Alegre: L&PM, 2004.

MÜLLER, F. **Arte & moda**. São Paulo: Cosac & Naif, 2000.

PACCE, L. **Pelo mundo da moda: criadores, grifes e modelos**. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

Reflexões sobre a moda: o vestuário como fenômeno social. In: BUENO; CAMARGO. **Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade**. São Paulo: Ed.Senac, 2008.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo e Pesquisa Científica: Pensamento Internacional x Situação Brasileira**. Campinas: Papirus, 1996.

RITCHIE, B.JR. & GOELDNER, C.R. **Travel, Tourism, and Hospitality Research**. John Wiley & Sons, Inc. (1994)

RIDENTI, M. **Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da televisão.** Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANT'ANNA, D. B. de. **Corpos de passagem – ensaios sobre a subjetividade contemporânea.** São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SEELING, C. **Moda – o século dos estilistas 1900-1999.** Colônia: Könemann, 2000.

THAMER, D. S. **A moda dos anos 80.** São Paulo: Datiloplate, 1987.

IMAGENS

Figura 1: **Vestido de material fluído e sofisticado.** Disponível em: <http://farm4.static.flickr.com/3167/2511519085_dbd5262520.jpg>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 2: **Moda voltada a vida ao ar livre.** Disponível em: <http://www.staleywise.com/collection/huene/huene_bathing.html>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 3: **A moda da Maison Chanel** Disponível em: <<http://www.weibly.com.br/tutorial/teoria-do-design/22739/chanel.htm>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 4: **O visual zoot.** Disponível em: <http://www.pco.org.br/conoticias/ler_materia.php?mat=1287/>. - Artigo publicado em 4 de novembro de 2007. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 5: **Dior: cintura marcada.** Disponível em: <<http://www.leapfrog-entertainment.com/Artists/Big/Beatniks/Beatniks.jpg>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 6: **Visual Beatnik.** Disponível em: <<http://www.leapfrog-entertainment.com/Artists/Big/Beatniks/Beatniks.jpg>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 7: **Beatles.** Disponível em: <http://www.tvrock.com.br/new/imagens/img_4449_54Beatles1962.jpg>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 7A: **A influência dos Beatles na Moda.** Disponível em: <http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://membres.lycos.fr/patriciaelker/eon/fevrier/twiggy.jpg&imgrefurl=http://pesquisamoda.blogspot.com/&h=761&w=562&sz=89&hl=pt-BR&start=6&um=1&usg=__fAZYy7cXRhSQ_5q5Tm1DQzKUhnw=&tbnid=GQwtwAKc3TbqZM:&tbnh=142&tbnw=105&prev=/images%3Fq%3Dmoda%2Bbeatles%26um%3D1%26hl%3Dpt-BR%26client%3Dfirefox-a%26channel%3Ds%26rls%3Dorg.mozilla:pt-BR:official%26sa%3DG> Acesso em: 28/08/08.

Figura 8: **A Moda Hippie**. Disponível em: <www.boston.com/news/globe/ideas/brainiac/hippies1.jpg&imgrefurl>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 9: **Visual feminino dos anos 70**. Disponível em: <<http://www.leapfrog-entertainment.com/Artists/Big/Beatniks/Beatniks.jpg>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 10: **Sex Pistols e seu vocalista, Sid Vicious**. Disponível em: <http://img.dailymail.co.uk/i/pix/2007/09_03/SexPistolsL_468x310.jpg>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 11: **A Moda Yuppie**. Disponível em: <<http://www.crunchgear.com/wp-content/uploads/2008/04/yuppie80s.jpg>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 12: **A Moda dos Punks**. Disponível em: <<http://diganaoaerotizacaoinfantil.files.wordpress.com/2007/11/punks.jpg>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 13: **O Visual Punk se utiliza de Correntes e Pulseiras**. Disponível em: <<http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://bp3.blogger.com>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 14: **A moda Punk e seu estilo contestador**. Disponível em: <<http://ummanifestopordia.blogspot.com/2007>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 15: **Movimento Tropicalista**. Disponível em: <<http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://bp0.blogger.com>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 15A: **A Moda Tropicália**. Disponível em: <http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://membres.lycos.fr/patriciaelker/eon/evrier/twiggy.jpg&imgrefurl=http://pesquisamoda.blogspot.com/&h=761&w=562&sz=89&hl=pt-BR&start=6&um=1&usg=__fAZYy7cXRhSQ_5q5Tm1DQzKUhnw=&tbnid=GQwtWAKc3TbqZM:&tbnh=142&tbnw=105&prev=/images%3Fq%3Dmoda%2Bbeatles%26um%3D1%26hl%3Dpt-BR%26client%3Dfirefox-a%26channel%3Ds%26rls%3Dorg.mozilla:pt-BR:official%26sa%3DG>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 16: **– Banda Punk de São Paulo / 1977 – Deserdados - Revolução, Agora!** Disponível em: <http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://sp9.fotologs.net/photo/57/25/54/shernobylys/1211802492_f.jpg&imgrefurl=http://www.fotolog.com/shernobylys/45598115&h=500&w=423&sz=30&hl=pt-BR&start=11&um=1&usg=__D8sOHCbc-YffIAUAZ86aAjZLi6c=&tbnid=ALi4Bd30cyyXbM:&tbnh=130&tbnw=110&prev=/image%3Fq%3Dpunk%2Bpaulista%26um%3D1%26hl%3Dpt-BR%26client%3Dfirefox-a%26channel%3Ds%26rls%3Dorg.mozilla:pt-BR:official%26sa%3DX>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 17: **Sex Pistols e desfile Ellus.** Disponível em: <<http://i.realone.com/assets/rn/img/0/6/4/2/16592460-16592463-slarg>> e <<http://www.fechacao.blogger.com.br/Ellus.jpg>>. Acesso em: 28 de ago. 2008.

Figura 18: **Modelos em desfile da marca Triton.** Disponível em: <<http://vilafashion.vilamulher.com.br/materia/estilo-e-tendencias/94-triton--punk-chic-no-sao-paulo-fashion-week.html>>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 19: **Casal punk.** Disponível em: <http://simaopessoa.blog.uol.com.br/images/Punks_02.jpg>. Acesso em: 28 de ago 2008.

Figura 20: **Desfile Rodarte.** Disponível em: <<http://planetaterra.terra.com.br/interna/0,,OI3185388-EI11909-ABG,00.html>>. Acesso em: 28 de ago 2008.