UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TÊXTIL E MODA

MOACYR MARANGONI NETO

**Tribos urbanas e moda de rua: Análise de imagens de frequentadores do Baixo
Augusta**

São Paulo
2016

MOACYR MARANGONI NETO

Tribos urbanas e moda de rua: Análise de imagens de frequentadores do Baixo Augusta

[Versão original]

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências pelo Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Área de Concentração:
Projeto de Têxtil e Moda

Orientadora:
Prof^ª. Dr^a. Suzana Helena de Avelar
Gomes

São Paulo
2016

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

Marangoni Neto, Moacyr

Tribos urbanas e moda de rua : análise de imagens de frequentadores do Baixo Augusta / Moacyr Marangoni Neto ; orientadora, Suzana Helena de Avelar Gomes. – São Paulo, 2016
112 f. : il + DVD

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo
Versão original

1. Moda - Aspectos sociais - Análise - São Paulo (SP). 2. Cultura - São Paulo (SP). 3. Subculturas - São Paulo (SP). I. Gomes, Suzana Helena de Avelar, orient. II. Título.

CDD 22.ed. – 391.00981611

Nome: MARANGONI NETO, Moacyr

Título: Tribos urbanas e moda de rua: Análise de imagens dos frequentadores do Baixo Augusta

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências do Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Área de concentração:

Projeto de Têxtil e Moda

Aprovado em: ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Dedicado especialmente às duas pessoas que sinto e recebo o amor em sua verdadeira grandeza: Felipe Lecina Marin, pelo apoio e carinho. Cecília Sebin Marangoni, pela eternidade, elegância, leveza e doçura.

AGRADECIMENTOS

Antes de agradecer as pessoas que me ajudaram a realizar a presente pesquisa, quero agradecer os processos pelos quais passei nesses quase três anos de mestrado. Foi um aprendizado sem precedentes em minha vida e de grande influência em minha confiança, cautela, paciência e paixão pelo ser humano. Conheci melhor minha cidade, conheci pessoas fascinantes, desafios que me deram forças para outros ainda maiores.

Um agradecimento geral é indispensável aos que fazem diferença na sociedade. Subculturas, marginalizados, outsiders, insiders, grupos que possuem um (des)empenho social e se destacam em meio à hegemonia: este trabalho é fruto dos descontentes com a homogeneidade. À tão clamada sociedade alternativa, vivas e vivas!

Agradeço especialmente à minha orientadora, Prof^ª. Dr^ª. Suzana Avelar, que me guiou de maneira muito cautelosa. Estou muito agradecido principalmente pela lucidez em me apresentar coisas novas: da especialização em *Estética e Gestão de Moda* até a finalização do mestrado. Todas as conversas, até as menos formais, foram fundamentais para o presente trabalho e vou recorda-las para sempre. Foi uma parceria justa e de total influência em todo o processo. Agradeço também pela oportunidade em estagiar em duas de suas disciplinas de graduação e, com isso, aprender modos únicos em lecionar. Muito obrigado, Suzana.

Agradeço a todos os professores e professoras das disciplinas que cursei durante o período. Em especial à Prof^ª. Dr^ª. Silvia Laurentiz e ao Prof. Dr. Eneus Trindade, por aulas excepcionais e pela abertura às discussões em sala de aula. As contribuições após minha banca de qualificação significaram muito, tentei cumpri-las ao máximo, são influentes em minha vida. Também fazem parte desse grupo querido: Prof^ª. Dr^ª. Francisca Dantas, Prof. Dr. Maurício Araújo, Prof^ª. Dr^ª. Silvia Barros de Held, Prof. Dr. Waldenyr Caldas, Prof^ª. Dr^ª. Cremilda Medina e Prof^ª. Dr^ª. Clotilde Perez.

Agradeço também ao corpo docente da especialização em *Estética e Gestão de Moda* da Escola de Comunicações e Artes. Principalmente à Prof^ª. Dr^ª. Beatriz Pires, que

também cruzou meu caminho durante o estágio no mestrado, minha gratidão pelo que aprendi com ela desde a especialização passou a outro nível a partir do estágio PAE. Agradeço principalmente também à Prof^ª. Dr^ª. Janiene Santos, pelas atenciosas contribuições ao longo dos estudos sobre tendências e consumo.

Agradeço aos colegas que encontrei em cada disciplina. Vocês são parte especial da minha compreensão de pluralidades e possibilidades nas ciências. Não me cabe aqui fazer promessas, mas minha expectativa é de que nossos caminhos se cruzem mais vezes.

Agradeço muito ao carinho e amizade dos alunos de graduação do curso de Têxtil e Moda da Escola de Artes, Ciências e Humanidades através do estágio nas disciplinas *Projeto de coleção* e *Sociologia da Moda*. Especialmente aos lindos Ana Paula Leal, Gabriel Machado, Beatriz Moreira, Laura Felizato, Isabella Lopes, Ananda Turquetti e Gabriela Della Bianca.

Agradeço à paciência de meus amigos mais presentes, quando em cada reunião eu acabava por tentar explicar alguma coisa que havia aprendido, ou alguma nova conexão entre assuntos, às vezes mirabolantes – admito –. Bia Port, Anna Carolina Silva, Bruno Adaniya e Filipe Carvalho, vou falar menos a partir de agora – ou não –. Agradeço também à gata Lilith, que me proporciona momentos de felicidade e carinho que nunca pensei ter por um animal e pela companhia nas madrugadas.

Também agradeço aos amigos de longa data, mesmo distantes: Samantha Salve, Carol Port, Eric Minkiewicz, Felipe Berto e Giulia Devitte. A saudades é complicada, mas precisamos compreender todos os nossos objetivos particulares. Obrigado por não desistirem disso tudo.

Agradeço à Prof^ª. Dr^ª. Renata La Rocca, à Prof^ª. Dr^ª. Clarissa Ribeiro e ao Prof. M. Ralf Flôres, que serviram de inspiração para mim desde a graduação em *Design de Produto* na *Faculdade de Administração e Artes de Limeira* e que são hoje amigos queridos.

Agradeço à toda família, até mesmo aos mais distantes. Em especial, agradeço ao meu avô Moacyr Marangoni, por me receber de tempos em tempos no pedaço de terra que chamo de infância: um refúgio é sempre necessário. Agradeço aos meus pais pelo voto de confiança. Aos meus tios e primos, pelas curtas prosas. Tentando não esquecer de ninguém: André Luiz Marangoni, Ana Marly de Sena Marangoni, Victor de Sena Marangoni, Cassinha Marangoni, Macus Devitte, Bianca Marangoni Devitte, Eugênio Carlos Marangoni, Betania Marques Marangoni, Fabiana Cordeiro Marques, Livia Marques Marangoni, Adriane Marangoni, Bruno Marangoni, Deodato Mattos, Anacleto de Sena, Aparecida Rique de Sena, Gutemberg de Sena Furtado, Christiane Wischansky Furtado, Viviane de Sena Furtado, Leandro Romeiro, Bernadete de Sena Jardim, Carlos Cavalcanti, Ademilde Jardim, Luiza de Sena Jardim, Gabriel de Sena Jardim, Jaqueline de Sena Marin e Hilda de Sena.

Agradeço também aos membros da família Lecina pelo acolhimento e fins de semana realmente relaxantes. Especialmente Eva Lecina, Junior Moretti, Fabio Lecina Marin, Manuela Lecina, Pedro Tort, Rodrigo Lecina Tort, Ana Paula Andrade Tort, Maurício Tort, Paula Cândido Tort, Marcelo Tort e Rosangela Carpinelli Tort.

Por último, minha eterna gratidão, cumplicidade e amor por Felipe Lecina Marin. Por compreender minha euforia, meu mau humor, minhas noites não dormidas. Por me apoiar e por ser uma das melhores partes de mim.

Obrigado,

Moa Marangoni

*“[...] Listen to me – don’t listen to me
Talk to me – don’t talk to me
Dance with me – don’t dance with me, no
There’s a brand new talk, but it’s no very clear
That people from good homes are talking this year
It’s loud and talteless and I’ve heard before [...]”*

Fashion – David Bowie, 1980

RESUMO

MARANGONI NETO, Moacyr. **Tribos urbanas e moda de rua**: Análise de imagens de frequentadores do Baixo Augusta. 2016. 112 páginas. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, 2016. Versão original.

A presente dissertação busca delimitações de termos mais legitimados – a partir da indústria da moda e da cultura hegemônica – para então compreender indefinições e alguns de seus fluxos aparentemente incoerentes. Partindo de uma compreensão dos estudos de moda e da linguagem legitimada de moda, investigará as possibilidades de modas ditas alternativas, suas nuances e formalizações. Para isso são capturadas e analisadas imagens de frequentadores da região do Baixo Augusta na cidade de São Paulo, levando em consideração e como contextualização conceitualizações como sociologia da moda e do consumo, difusões de tendências, cultura e subcultura, tribos urbanas, moda e anti-moda, imagem, processos de dados, complexidade e emergência.

Palavras-chaves: moda e anti-moda; tribos urbanas; cultura e subcultura; complexidade e emergência; consumo

ABSTRACT

MARANGONI NETO, Moacyr. **Urban tribes and street style:** Image analysis of goers of Lower Augusta. 2016. 112 pages. Dissertation (Master of Science in Fashion and Textile) – School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, 2016. Original version.

The present work seeks delineations of the most legitimized terms – on the fashion industry and the hegemonic culture – and then understand uncertainties and some of their apparently incoherent flows. Beginning with an understanding of fashion studies and fashion industry legitimated language, investigate the possibilities of so-called alternative fashions, nuances and formalizations. For this, are taken and analysed images of goers of Baixo Augusta area in São Paulo city, taking into account and as contextualization concepts in sociology of fashion and consumption, broadcasts trends, culture and subculture, urban tribes, fashion and anti-fashion, image, data processes, complexity and emergence.

Keywords: fashion and anti-fashion; urban tribes; culture and subculture; complexity and emergence; consumption

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Curva de difusão e proporção dos públicos. Adaptado de Everett Rogers (1962). Fonte: SANTOS, 2013.....	45
Figura 2 – Diagrama de Vejlggaard ilustrando como se dá o fluxo da difusão. Adaptado, acrescentando o fluxo da anti-moda (extrema esquerda) . Fonte: SANTOS, 2013.....	45
Figura 3 – Wilza Carla em cima de um elefante na entrada da boate Medieval. Fonte: VEJASP, 2013.....	63
Figura 3 – Painéis de imagens capturadas e selecionadas por Eijkelboom. Fonte: FOTOSPOT, 2016.....	66
Figura 5 – Edição da coluna <i>On the Street</i> . Fonte: CUNNINGHAM, 2012.....	67
Figura 6 – Capas das edições 75 e 76. Fontes: VIGNALI, 2015; VIGNALI, 2016.....	69
Figura 7 – Cópias esboçadas dos sumários e tags em cores.....	69
Figura 8 – Pannel imagético 1 – Militares irônicos.....	76
Figura 9 – Pannel imagético 2 – Florais moderados.....	77
Figura 10 – Pannel imagético 3 – Mães e filhos na praça Roosevelt.....	80
Figura 11 – Pannel imagético 4 – Skatistas da Roosevelt.....	81
Figura 12 – Pannel imagético 5 – Hippies de 2016.....	82
Figura 13 – Loja on-line Velodeath. Fonte: VELODEATH.....	83
Figura 14 – Página de Velodeath na rede social Facebook.....	84
Figura 15 – Pannel imagético 6 – Os Velodeaths.....	84
Figura 16 – Pannel imagético 7 – As pessoas na sala de jantar.....	85

SUMÁRIO

Introdução.....	18
1. Tribos Urbanas, moda de Rua e suas difusões através do consumo.....	22
1. 1. Delineando o conceito de cultura: entre o singular e os plurais.....	23
1. 1. 1. Tribos urbanas e seus espaços no contemporâneo.....	34
1. 2. Indústria da moda e anti-moda: linguagem e identidade.....	38
1. 2. 1. Difusões e apropriações entre indústria da moda e anti-moda através do consumo.....	41
2. Moda de rua e padrões emergentes.....	49
2. 1. Moda de rua, Moda da rua e Street Style.....	49
2. 2. Complexidade, emergência e padrões emergentes.....	51
2. 3. Congruências e alguns exemplos entre as difusões e complexidade em tribos urbanas, moda e anti-moda.....	55
3. Análise de imagens dos frequentadores do Baixo Augusta.....	61
3. 1. Sport & Street Collezioni: os principais apontamentos das publicações de tendências selecionadas.....	68
3. 2. Métodos e percursos.....	70
3. 3. Análise de imagens de frequentadores do Baixo Augusta: questões de imagens.....	71
3. 3. 1. Tópicos de análise.....	73
3. 3. 2. Considerações sobre a análise.....	74
3. 3. 2. 1. Quanto às possíveis tendências.....	75
3. 3. 2. 1. 1. A ditadura da ironia: elementos militares sem repressões.....	75
3. 3. 2. 1. 2. Estampas florais com moderações.....	76
3. 3. 2. 1. 3. A suposta ausência de tecnologia e sexo.....	77
3. 3. 2. 2. Quanto às possíveis subculturas.....	78
3. 3. 2. 2. 1. Praça Roosevelt: um ponto de encontro.....	78
3. 3. 2. 2. 1. 1. Extensão da própria casa e mães explícitas na Roosevelt.....	79
3. 3. 2. 2. 1. 2. Skatistas da praça Roosevelt.....	80
3. 3. 2. 2. 1. 3. Hippies de 2016?.....	81

3. 3. 2. 2. 2. Os Velodeaths: tribo, marca, lifestyle ou religião?.....	82
3. 3. 2. 2. 2. 1. “As pessoas na sala de jantar”: uma contra- tendência e uma abstenção ao alternativo no Baixo Augusta.....	84
Considerações finais.....	86
Referências.....	89
Anexo A – Relatório de mestrado.....	94
Anexo B – Entrevista com Ted Polhemus.....	96
Anexo C – Linha do tempo do Street Style (POLHEMUS, 2014).....	100
Anexo D – Possibilidades de mapas e percursos das sessões de capturas de imagem dos frequentadores do Baixo Augusta.....	102

Introdução

A monitora e editora de tendências Lidewij Edelkoort publicou em 2014 *Anti_Fashion: a manifesto for the next decade* (2015), exibindo em dez tópicos as razões pelas quais a indústria da moda está obsoleta. Os dez tópicos são discutidos antes mesmo da publicação entre os estudos de moda, mas uma voz tão influente na moda é uma afirmação sem muitos antecedentes, tanto que muito já começou a mudar nas plataformas mais altas da suposta hierarquia da moda.

Os dez tópicos incluem: educação; materialização; manufatura; designers; marketing; apresentações de novas propostas; propaganda; imprensa e blogs; indústria de massa; e consumidores. Elaboram uma coletânea de incoerências na indústria da moda entre exigências e atenções. Por exemplo: até quando vão conseguir esconder a mão-de-obra escrava na indústria da moda? Ou até mesmo aos alto-escalões, por quanto tempo as marcas conseguirão sustentar ideia de um estilista que programa e faz tudo meticulosamente dentro da marca? Ainda, até quando educaremos alunos no curso de moda levando em conta por muitas vezes a genialidade desses estilistas pop-stars? Desde a publicação em 2014 até hoje, muitas das previsões feitas por Edelkoort passaram a se manifestar com maior ênfase.

A maison Dior ficou sem um headline¹ em sua equipe criativa por algumas temporadas. Tom Ford exibiu uma coleção através de um videoclipe, substituindo os desfiles masculino e feminino. Algumas marcas tentam expor supostas preocupações com os meios de produção. No Brasil, Alexandre Herchcovich abandonou sua própria marca, a São Paulo Fashion Week começou uma aposta na independência do evento em relação às estações do ano. Modos diferentes de consumo ligados ao slow fashion e responsabilidade social ganham mais força. Entre contentes e descontentes o mercado parece ter entrado em uma profunda reavaliação de seus valores, em muitas notícias fica evidente que algo de novo está por vir.

Com tanta novidade surgindo e com uma indústria assídua aos comportamentos de seus públicos, as apropriações dessa indústria são cada vez mais evidentes e todos os dez tópicos de Edelkoort (2015)

¹ Alguém em destaque na equipe, que não precisa ser necessariamente quem dá nome ou quem funda a marca. Fora da indústria da moda, por exemplo: Bill Gates é um headline da Microsoft; Steve Jobs era da Apple até sua morte, sucedido por Tim Cook. Dentro da indústria da moda há alguns exemplos clássicos: Gianni Versace deu nome à marca Versace, hoje é Donatella – sua irmã – que comanda a marca; John Galliano já foi headline criativo da Dior, hoje é da

começam a ficar mais claros ainda. A década de revisão dos ideais da indústria da moda começou imediatamente. A velocidade de apropriações do mercado e a massificação de algo que poderia fluir com mais naturalidade coloca em evidência uma crise de fomentos para a indústria. Até mesmo a educação de moda é massificada, onde deveria ser incentivada a criação e não a identidade genial de estilistas que assinam todas as tarefas de uma coleção.

A moda alternativa existe? Não falamos aqui de questões de originalidade, pois são caminhos delicados e arriscados em um setor onde representatividades contam muito. Mas, onde estão hoje as parcelas da sociedade que de tão interessantes por seus comportamentos e modos em se adornar transgressores acabam por impulsionar novas criações em moda?

Desde a formalização da indústria da moda há uma constante mudança, mas estamos em um cenário contemporâneo de mudanças maiores, decorrentes de defeitos implantados pela própria indústria da moda e seu poder de difusão. A sociedade hegemônica e as subculturas estariam preparadas para tais mudanças?

O Manifesto Anti_Fashion torna-se importante em legitimar movimentos que são notados ao longo das últimas temporadas. Ainda assim, não faz uma menção explícita aos fomentos criativos de moda, que partem em grande parte às vezes das subculturas, e talvez esteja em um momento de crise assim como os dez tópicos

Através de um trabalho analítico, a presente dissertação objetiva uma compreensão das vertentes de moda mais estabelecidas, menos estabelecidas em atual emergência e seus fluxos. Para tanto, foram capturadas e analisadas imagens de frequentadores da região do Baixo Augusta, que possui uma suposta identidade de reduto protagonista de subculturas na cidade de São Paulo.

A presente dissertação ainda pretende: (1) elaborar um estudo sobre a linguagem legitimada de moda, especificamente sobre a formalização de tendências; (2) compreender determinados signos identitários que resultam em questões de estilo; (3) compreender possíveis vertentes emergentes como ideias que podem fomentar tendências e processos de moda; (4) compreender determinadas relações de indivíduos frequentadores do Baixo Augusta – entre indivíduos, grupos ou localidades

semelhantes ou destoantes – que sugerem novos corpos de construção na maneira de se vestir; (5) Documentação fotográfica dos modos de se adornar dos frequentadores do Baixo Augusta.

Para alcançar a análise e seus objetivos, a dissertação é composta por uma etapa de revisões bibliográficas e uma entrevista de atualizações de algumas particularidades, abordando os consequentes temas através dos estudos de sociologia da moda e do consumo, difusões de tendências, cultura e subcultura, tribos urbanas, moda e anti-moda, imagem, processos de dados, complexidade e emergência.

Para maior compreensão e determinada linearidade, dividimos o conteúdo em três grandes capítulos:

Tribos Urbanas, moda de rua e suas difusões através do consumo: O primeiro capítulo inicia-se com os conceitos de cultura unificadora e subculturas plurais, contribuindo para a compreensão dessas tensões e apresentando uma perspectiva de eixos de tensão tão explorados pela indústria da moda e anti-moda. Ainda abordamos nesse capítulo a conceitualização do termo *tribos urbanas* e as maneiras em compreender os fluxos entre signos identitários de anti-moda e signos linguísticos da indústria da moda. Em um último tópico, apresentamos teorias de difusão de consumo, escolhidas para serem aplicadas neste trabalho, e como estão relacionadas com o contexto até aqui apresentado.

Moda de rua e padrões emergentes: Apresenta primeiramente um contexto contemporâneo de moda de rua e as apropriações às quais ela é vulnerável. Também faz uma breve revisão bibliográfica sobre complexidade, emergência e padrões emergentes e suas relações com as difusões e subculturas. Finalizamos o segundo capítulo com alguns exemplos das relações apresentadas, através dos histórico das tribos urbanas e da moda de rua.

Análise de imagens dos frequentadores do Baixo Augusta: O último capítulo apresenta não apenas a análise mas igualmente seu processo até a concepção. É apresentada uma publicação de tendências selecionada para eventuais comparações da moda de rua analisada com o atual estado da indústria da moda. Também são apresentadas algumas questões decorrentes do caráter imagético da pesquisa

e os tópicos de análise selecionados. Finalizando, são expostas considerações da análise em relação às tendências das publicações e em relação ao histórico das tribos urbanas e moda de rua.

Considerações finais: Os resultados da dissertação e seu processo são expostos aqui e acrescentam-se possíveis desdobramentos futuros.

1. Tribos Urbanas, moda de Rua e suas difusões através do consumo

Como foi introduzido anteriormente, iniciaremos pelos conceitos mais legitimados, incluindo então a indústria da moda e seus processos de linguagem. Se em maioria das vezes trata-se de uma difusão de consumo linear e de único vetor, em outras vezes essa indústria faz apropriações e torna tudo aparentemente linear novamente. Todo esse circuito é encabeçado pela alta-costura e o consumo de luxo, seguidos por mercados de custo mais baixo – inversamente proporcional ao público, que aumenta cada vez mais –, o que explicaremos adiante.

Além do consumo de roupas e acessórios, a indústria da moda também é compreendida com os mercados que foram gerados a partir dela: das grandes magazines aos blogs; dos eventos mais legitimados como as semanas de moda pelo mundo aos eventos mais populares, como feiras; os cosméticos também seguem parcialmente a indústria da moda. Aqui, todos os setores que seguem ou tentam seguir a indústria da moda serão compreendidos como parte da indústria. Principalmente os setores que buscam os mesmos signos linguísticos propostos pela moda, que são estabelecidos principalmente através de forma, cor, volume, textura e detalhes.

Apesar da atual compreensão desses movimentos pela indústria, há ainda o que abordar em relação ao teor alternativo em relação às maneiras mais massificadas de consumo, que aqui questionamos. Uma vez que a indústria da moda consegue apropriar dos modos mais alternativos, as definições desses modos podem sofrer mudanças tão velozmente quanto demais fomentos por ela utilizados.

Considerando o caráter contemporâneo da dissertação, as discussões aqui propostas tangenciam não apenas os estudos da contemporaneidade, mas também aqueles específicos de consumo e moda. Quanto às questões imagéticas da pesquisa, são considerados também estudos em captura e visualização de dados, semiótica e métodos de análise. Além, utilizaremos das teorias dos sistemas complexos, principalmente dos conceitos de emergência, propriedades e padrões emergentes.

Vale destacar que por mais que a presente dissertação aborde conceitos diversos, possibilitando articulações entre o multidisciplinar e o transdisciplinar, não há intenções em apropriar-se de teorias além das contribuições e metodologias aqui esclarecidas. Buscamos a presença constante da natureza de estudo da área da moda. Não há intuito em protagonizar outras abordagens senão a

abordagem da moda – principalmente a moda como linguagem –. Mas, ainda assim, há possibilidades de utilização de determinadas abordagens aqui presentes em outras áreas.

Além do destaque da natureza da dissertação como um estudo em moda, também afirmamos que apesar das diversas bibliografias originais de perspectivas de diversas nacionalidades (porém ocidentais), destacamos também as origens de nossas perspectivas culturais. Nosso *corpus* de análise – os frequentadores do Baixo Augusta – é composto por amostras de diversos recortes da sociedade. Nas etapas de análises torna-se possível ilustrar índices de cultura e história através de globalização, ocidente, América Latina, Brasil, São Paulo.

Serão abordadas algumas discussões entre as maneiras supostamente alternativas e suas inserções às maneiras legitimadas. Para elaborar essa contextualização, consideramos indispensáveis os eixos entre os conceitos de hegemonia e subcultura; indústria da moda e anti-moda; *top-down* e *bottom-up*; *trickle-down* e *bubbling-up*; clássico e modismo; popular e vanguarda; linguagem e identidade.

Toda essa contextualização não é em si justificativa para grandes extensões, mas sim para o perfil complexo da dissertação e para a possibilidade de futuros desdobramentos. Também justifica a parte empírica da pesquisa, que por sua vez apresenta as subjetividades dos frequentadores do Baixo Augusta.

Por mais que a presente dissertação não busque definições fechadas, sendo corroborada pelas teorias do contemporâneo, são necessárias as abordagens de alguns eixos de tensão. Para toda contextualização, a dissertação é iniciada com esclarecimentos sobre esses conceitos no contemporâneo, afim de elucidar capítulos seguintes.

1. 1. Delineando o conceito de cultura: entre o singular e os plurais

“Diz-se Justamente **a** cultura, diz-se justamente **as** culturas.

A cultura é constituída pelo conjunto dos saberes, fazeres, regras, normas, proibições, estratégias, crenças, idéias, valores, mitos, que se transmite de geração em geração, se reproduz em cada indivíduo, controla a existência da sociedade e mantém a complexidade psicológica e social. Não há sociedade humana, arcaica ou moderna, desprovida de cultura, mas cada cultura é singular. Assim, sempre existe a cultura nas culturas, **mas a cultura existe apenas por meio das culturas.**” (MORIN, 2000: p. 56)

Morin deixa claro que há uma cultura mais unânime e uniforme. Por exemplo, quando falamos em *cultura ocidental*, falamos de costumes comuns pela metade do planeta, trata-se de uma maneira de massificação. Também quando falamos sobre a identidade de determinado país, que vamos abordar adiante, estamos em um discurso de massificação. A cultura é até mesmo institucionalizada, ela não é um status de natureza do ser humano, muito pelo contrário: trata-se do controle da natureza humana, uma normalização.

Porém, essa cultura geral é composta pelo o que Morin (2000) afirma ser outras culturas não gerais, e essas acabam também influenciadas pela cultura geral. Quando o âmbito social está presente é de certa maneira indissociável o caráter cultural da amostra social utilizada. A cultura influi de maneiras diversas em nossos modos sociais, pode ser considerada onipresente e característica indispensável entre os humanos (MARTIN-BARBERO, 1997), mas ainda não exclui a necessidade em defini-la em meio à sua amplitude e pluralidades.

Para a sociologia, cultura é um conjunto específico de objetos e práticas componentes das artes e das letras (MARTIN-BARBERO, 1997). Cultura envolve as diversas maneiras de comunicação dos seres humanos, não é uma mera coincidência que abordamos as eras de comunicação como “culturas”. Há uma questão de senso comum em condutas, de modos de agir.

Freud (2010) define cultura de maneira abrangente: “[...] soma total de realizações e disposições das quais a nossa vida se afasta da de nossos antepassados animais [...]” (p. 77). A cultura como atividade única dos seres humanos é também citada por Martin-Barbero (1997), porém, Freud cita duas razões que serão essenciais posteriormente: “[...] a proteção do homem contra a natureza e a regulamentação das relações dos homens entre si. [...]” (p. 77).

As definições de cultura em *O mal-estar na cultura*² de Freud (2010) são sempre permeadas pelos conceitos de civilização e modernidade, dois conceitos extremamente interligados. A modernidade evidencia a busca pelo belo, limpo e organizado, um lugar de segurança para a humanidade (FREUD, 2010; BAUMAN, 1998).

² Original de *Das Unglück in der Kultur* (em tradução literal: A infelicidade na cultura), renomeado como *Das Unbehagen in der Kultur* (O mal-estar na cultura). Para a tradução inglesa Freud sugeriu *Man's Discomfort in Civilization* (O mal-estar do homem na civilização), mas publicado como *Civilization and its Discontents* (Civilização e seus descontentamentos) (FREUD, 2010; BAUMAN, 1998). Em português podemos encontrar a versão *O mal-estar na civilização* e *O mal-estar na cultura*.

“[...] era a história da modernidade que o livro contava, ainda que seu autor preferisse falar de *Kultur* ou civilização. Só a sociedade moderna pensou em si mesma como uma atividade de “cultura” ou da “civilização” e agiu sobre esse autoconhecimento com os resultados que Freud passou a estudar; a expressão “civilização moderna” é, por essa razão, um pleonismo. [...]” (BAUMAN, 1998: p. 7).

Partindo da publicação de Freud em 1930, Zygmunt Bauman publica em 1997 algumas contribuições à discussão no contemporâneo através do livro *O Mal-estar da Pós-Modernidade* (1998). Enquanto os mal-estares da modernidade originavam-se de uma segurança com mínima liberdade em busca da felicidade individual, os mal-estares pós-modernos originam-se de uma liberdade em busca do prazer com mínima segurança individual. Voltando ao Freud, além das adaptações ao contemporâneo, o autor fez algumas previsões quanto aos avanços tecnológicos. Se Freud já acreditava que o telefone e a redução da mortalidade, por exemplo, ameaçavam sentimentos humanos pelo teor de “prazer barato”, quanto dos prazeres foram reduzidos desde então?

Tanto cultura quanto civilização obedecem ordens de espaço, tempo e público. São aplicações de ordens, condutas estabelecidas para um tipo de harmonia e uniformidade. Ambos são sistemas hierárquicos de homogeneizar a sociedade, no entanto a modernidade impunha esses sistemas de maneira mais rígida do que hoje, em troca de uma segurança que a pós-modernidade não pode oferecer (FREUD, 2010; BAUMAN, 1998).

Para Martin-Barbero (1997) não há comunicação sem cultura ou cultura sem comunicação. Marshall McLuhan (2011) define as eras comunicacionais como culturas e cita supostas extensões comunicacionais do homem (incluindo nossas vestes), que influenciam e são influenciadas por essas culturas. Cultura é permeada por expressão e consumo, mas ainda assim possui uma relação de legitimação mútua com outras formas de instituições, como arte e religião. Canclini (1995) chega a questionar o pensamento através do consumo, afirma que não existe uma teoria sociocultural do consumo, acaba partindo da definição como:

“[...] conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. [...] é compreendido, de antemão, por sua racionalidade econômica. [...] momento do ciclo de produção e reprodução social: é o lugar em que se completa o processo iniciado

ao gerar produtos, onde se realiza a expansão do capital e se reproduz a força de trabalho. [...]”³ (CANCLINI, 1995: p. 2)

O consumo é ainda pouco elaborado como expressão consciente e busca legitimação em outros movimentos, como a arte. Quando Freud (2010) abordou a carência humana de uma felicidade oceânica deixou claro que não estamos preparados para a felicidade – ou de qualquer outro sentimento que nos preencha completamente a ponto de cessar a busca por novas sensações –. Não gozamos plenamente de nossos estados, os prazeres intensos são eventuais. O que se ganha se perde por outro ganho posteriormente, há uma cadeia de necessidades provocadas por satisfações, justificada pelo desejo do indivíduo em pertencer ao ambiente. Não somos designados à felicidade, assim como o consumo não cumpre uma missão que objetive felicidade plena.

As atividades de consumo na humanidade podem facilmente relacionar-se com as questões de mal-estares. Pelas aquisições e perdas, a felicidade é velozmente suprida e substituída por desejos em outras coisas. O consumo busca hoje fomento em instituições mais legitimadas ou modos unânimes de cultura, como a arte por exemplo. A expressão do consumo é uma forma de compensações entre as liberdades e seguranças da pós-modernidade.

Horkheimer e Adorno (1972) citam os intercâmbios entre cultura e massificação através do conceito de indústria cultural, que sempre está ligada ao sentido de ideologias, de uma ideia conjunta, distante de um pensamento autônomo. A indústria cultural não considera indivíduos independentes ou sistêmicos, mas uma massa que fomenta e consome o mercado.

Bourdieu (1983) ilustra a indústria cultural quando descreve a classe burguesa. Uma vez que uma classe econômica antes mais baixa consegue atingir um patamar superior, carecem dos costumes de classes econômicas mais altas, às quais almejam e com elas disputam espaço. Buscam então, adquirir bens culturais, resignificando todo o cenário cultural. Lipovetsky e Serroy (2015) afirmam que arte e mercado nunca se misturaram tanto, a indústria cultural expandiu-se no contemporâneo, para eles a estética é inflacionada e sustentada pelo capitalismo. Citando Baudrillard, Bauman (1998) diz que “[...] a importância da obra de arte é medida, hoje, pela publicidade e notoriedade

³ “[...] conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. [...] es comprendido, ante todo, por su racionalidad económica. [...] momento del ciclo de producción y reproducción social: es el lugar en el que se completa el proceso iniciado al generar productos, donde se realiza la expansión del capital y se reproduce la fuerza de trabajo. [...]”

(quanto maior a plateia, maior a obra de arte). [...]” (p. 130). O que corrobora com o aumento dos consumos e o atravessamento de seus objetivos: não só o consumo se apropriou de objetivos da arte, como a arte hoje também adota determinados sentidos de consumo.

A condição humana em consumir – muito ou pouco, mesmo sustentáveis, somos seres consumidores – não é a única condição como ser expressivo, emissor e receptor. No entanto, é importante esclarecer a natureza do consumo contemporâneo através da cultura. Claramente possuímos maneiras de expressão tão interessantes quanto o consumo, mas não evidenciam a moda da mesma maneira.

É levado em conta também o caráter unânime de cultura, onde há uma necessidade em elevar os elementos culturais ao senso comum, porém sem excluir a aura de excelência e erudição (MARTIN-BARBERO, 1997). Este caráter unânime de cultura é uma maneira de massificar as condutas de civilização, até mesmo nossos julgamentos a partir da expressão de um determinado indivíduo são guiados por uma média de cultura e civilização: se um indivíduo age peculiarmente civilizado esperamos que ele seja culto; se há uma ação mais próxima de um comportamento selvagem o julgamos aculturado.

Tamam o caráter uniformizador da cultura, que Freud (2010) a enuncia como uma das principais causas da infelicidade humana: “[...] seríamos muito mais felizes se desistíssemos dela e retornássemos às condições primitivas. [...]” (p. 71). Chega a citar episódios de imposições culturais que, de acordo com o autor, geraram uma popular hostilidade à cultura. Os avessos às culturas dominantes eram submetidos a condenações, reconhecendo duas situações: a vitória do cristianismo sobre as religiões pagãs e as colonizações através dos descobrimentos das grandes navegações.

Por mais que não haja culturas generalizadoras – que atingiriam todas as últimas camadas da sociedade com a mesma força que atingiriam as primeiras – são estabelecidos panoramas de condutas e identidades culturais, extraídos por uma média ou grupo social dominante e redistribuídos para toda a sociedade com a legitimação de cultura estatal. Cabe à cada indivíduo na sociedade a adoção desses elementos, mas vale lembrar que levar esta ação como uma autonomia é um equívoco.

No filme *Dogville* (VON TRIER, 2003), Grace foge de sua família de gangsters até encontrar uma pequena comunidade que aceita hospedá-la em troca de serviços à cada membro e em troca a promessa de uma liberdade, uma vida sem as injustiças dos gangsters. Ao longo da história, os gangsters passam algumas vezes pela comunidade procurando por Grace, a cada vez que isso ocorria os trabalhos e os abusos sofridos aumentavam para Grace. Por fim, Grace é denunciada aos gangsters pelo líder da comunidade, cansada dos abusos sofridos ela dá a ordem – através de seu pai – que todos no vilarejo sejam assassinados.

Grace convivia entre as condutas – cultura – dos gangsters de sua família, quando foi acolhida pela comunidade pensou que teria a liberdade que não tinha, apesar da segurança. Ao voltar para sua família e conduzir um massacre, a personagem assume a cultura daqueles gangsters de maneira mais intensa que antes – ordenar um massacre é algo que nunca havia feito – voltando à sua cultura de origem do início do filme.

Quando um grupo social passa por um momento de crise, ou tem ao menos a ameaça de crise, ele se enxerga sem uma identidade propriamente dita e assume elementos que podem ser interpretados como elementos de origem, tentando assim estabelecer segurança em oposição à liberdade que pode vir a vulnerabilizar.

Assim como Grace, os grupos sociais e os indivíduos são subordinados à cultura e podemos claramente transitar entre outras culturas. Porém, em um momento crítico, a reação natural é abdicar da liberdade de um grupo social menos estabelecido e ceder às propostas seguras de um grupo social mais concreto adotando maneiras de conduta.

Quanto mais institucionalizada uma cultura em relação à determinado indivíduo, mais segura para esse indivíduo é essa cultura. No entanto, o sonho de uma vida melhor vinculada à liberdade pode vir a pesar mais para determinados grupos. Os grandes fluxos migratórios ilustram facilmente o impasse entre segurança e liberdade. Por muitas vezes a segurança imposta sucumbe tanto a liberdade dos indivíduos que se há uma alternativa em abandonar o território, mesmo em terríveis condições, não há hesitação. Os estados impõem uma ideia de cultura assim como impõem uma ideia de segurança e quanto mais massificadoras essas ideias menos autonomia para cada indivíduo.

A segurança proposta é de maneira comum trocada pela liberdade, o fluxo oposto ocorre quando a massificação praticamente anula a autonomia do indivíduo, quando a segurança estabelecida pelo estado é contrária à segurança que o indivíduo almeja. Essa dualidade expõe a adoção de elementos culturais estabelecidos e mais abrangentes por grupos menores menos estabelecidos.

O consumo pode se apropriar da arte e no ato da aquisição a aura de eternidade e credibilidade são levados em conta, opondo-se à brevidade (LIPOVETSKY e SERROY, 2015), prometendo o sentimento oceânico descrito por Freud (2010). Essa apropriação pode ser além do eixo arte – consumo, grupos sociais adotam elementos de outros, o contemporâneo também adota elementos de épocas que hoje são reconhecidas (LIPOVETSKY e SERROY, 2015).

Uma embalagem de refrigerante é consumida e descartada, já uma embalagem que reproduz a embalagem de outra época é considerada item de colecionador. O consumo *vintage* encontra os fundamentos de bricolagem e nostalgia propostos no contemporâneo (JAMESON, 1997; BAUMAN, 2001), mas também está corroborado pela busca de segurança da mesma forma que a arte é abordada no consumo (LIPOVETSKY e SERROY, 2015).

Levando em consideração os trânsitos que sofrem esses elementos – extraídos de um grupo, adotados por outro mais estabelecido e propostos aos grupos menores – é necessário afirmar que não possuem a mesma pureza do início, são elementos já interferidos, parcialmente ou totalmente modificados, mas que ainda assim há a segurança proposta. Uma embalagem de refrigerante com a proposta *vintage*, que reproduz uma embalagem de outra época, continua sendo uma embalagem no contemporâneo. Em via oposta, a embalagem original de uma época não contemporânea também pode ter um sentido alterado, pelo comércio de sua representação.

Muitas vezes, o sentido de determinada característica estética é tão modificado no processo de apropriação que torna-se uma dificuldade recompor o sentido antigo, mas sabemos que o consumo não objetiva isso. No entanto, devemos considerar que algumas elaborações são massificadoras e podem provocar determinadas negligências.

Todo esse panorama pode parecer um olhar pessimista sobre a cultura, mas lembrando os eixos de tensão apontados por Freud para defini-la – o homem e a natureza; o homem e outros homens –

temos aqui exatamente as ferramentas necessárias para controlar o que os eixos de tensão podem gerar.

A institucionalização da cultura pelos estados é uma maneira de legitimação e controle utilizada em todo o mundo, claro que os governos devem preservar e promover patrimônios culturais, mas as institucionalizações de elementos culturais são em maioria negligentes. Se o povo ou o público necessita de ações institucionais para compreender determinado objeto como cultura, como lida com outras formas de expressão?

Os estados são cientes de suas responsabilidades para com a cultura, fundam empresas estatais de cultura, abrem museus, elaboram eventos, concedem títulos e promovem patrimonializações. No entanto, os estados também são cientes do caráter massificador dessas ações.

Hobsbawm e Ranger (2008) chegam a falar de tradições inventadas: “[...] Muitas vezes, “tradições” que parecem ou são consideradas antigas são bastante recentes, quando não são inventadas. [...]” (p. 9). Mas ressaltam que as invenções dessas tradições analisadas são feitas não pelas tecnologias, mas por ideologias. Benedict Anderson (1993) utiliza a expressão “comunidades imaginadas”: se em um grupo social todos os elementos não se conhecem entre si não pode-se falar desse grupo como uma comunidade real, ela é imaginada, e as nações são exemplos disso. As comunidades são imaginadas com seus integrantes em comunhão, mesmo sem conhecer a maioria de seus membros. O autor ainda fala sobre a influência midiática em criar e manter essas comunidades. As articulações em aplicar uma cultura dominante em todo um grupo são ligadas ao conceito de hegemonia, que é considerado também um conceito político e filosófico.

Gramsci atribui a origem do conceito de hegemonia a Lênin, que referia-se como uma ditadura do proletariado, mas destaca do conceito de Lênin a importância em formar uma classe dirigente que se mantenha pelo conceito das massas e não apenas pela coerção. Para Lênin

“[...] a hegemonia é vista como direção política fundada numa aliança de classes. Essa aliança, contudo, não conduz à transformação das identidades de classe a partir da incorporação das reivindicações de outros grupos. Ao invés disso, as relações entre vanguarda e massa têm um caráter puramente externo e manipulatório e há uma clara separação entre setores dirigentes e dirigidos, marcada por uma prática política crescentemente autoritária. [...]” (ALVES, 2010: p. 84)

Hegemonia é ferramenta de preservação de uma unidade ideológica de todo um bloco social, Gramsci e Lênin não acreditam que o proletariado chegue à consciência crítica por si, mas sim através de intervenções: uma coerção (ALVES, 2010).

Mesmo antes de Lênin, Maquiavel vê no povo uma ameaça constante de desordem contra instituições políticas (MARTIN-BARBERO, 1997). Com Lênin o conceito de hegemonia é bem utilizado pelos marxistas, a proposta de exportar o conceito do marxismo foi proposto a partir de Laclau e Mouffe (ALVES, 2010) e aqui mesmo é utilizado fora de um âmbito político.

Martin-Barbero (1997) cita o romantismo como a primeira forma cultural provinda do povo e não de uma classe dominante ou da articulação massificadora do estado. As definições de cultura por mais amplas que sejam devem estar sempre em consideração ao abordar os movimentos que vão em oposição à cultura já estabelecida, movimentos que são analisados aqui.

Em resumo:

“[...] No retrato sociológico ortodoxo, as imagens tanto de “sociedade” quanto de “cultura” foram incluídas, aberta ou sub-repticiamente, na estrutura do território submetido ao poder soberano do estado. Sua “inteireza” era somente um reflexo da integridade desse poder [...]” (BAUMAN, 1998)

Buscando um meio mais próximo do senso comum de cultura e abdicando das aplicações políticas – mas ciente das construções culturais que elas podem estabelecer –, utilizaremos aqui a expressão *cultura hegemônica*, como um ponto antagônico às subculturas. Mesmo que possa cair em pleonismo, a expressão é necessária por não ser um ponto comum das subculturas, que fazem parte de um conceito mais amplo de cultura – cultura como um sistema –.

“[...] A palavra ‘subcultura’ é carregada de mistérios. O que sugere segregação, juramentos maçônicos, um Submundo. O que também invoca o maior e não menos difícil conceito de ‘cultura’. Então, essa é a ideia de cultura com que devemos começar.”⁴ (HEBDIGE, 2002: p. 4)

A utilização do prefixo *sub* não é de qualquer forma uma maneira pejorativa: não há negligências ou reduções de grupos sociais, mas sim a representação de modos heterogêneos aos comuns. Em

⁴ “[...] The word ‘subculture’ is loaded down with mystery. It suggests secrecy, masonic oaths, an Underworld. It also invokes the larger and no less difficult concept ‘culture’. So it is with the idea of culture that we should begin.”

senso comum, subculturas surgem de maneira praticamente súbita e explicitam características deficitárias ou excedentes à cultura hegemônica. Segundo Hebdige (2002), os estudos culturais por muito tempo atrelaram-se entre duas definições de cultura: padrão de excelência e modo de vida, o que fica distante de uma parte ainda mais interessante.

A definição de cultura pode ser muito próxima a do senso comum, como algo “essencialmente clássico e conservador. [...] padrão de excelência estética [...] derivada de uma apreciação da forma ‘clássica’ de estética (opera, ballet, teatro, literatura, arte). [...]”⁵ (HEBDIGE, 2002, p. 8). O que não é muito surpreendente se pensarmos nas maneiras mais legitimadas de cultura, promovidas através da hegemonia pelas classes dominantes. Hebdige (2002) ainda cita cultura através de outros panoramas aqui já apresentados, como os modos de vida, maneira de controlar a natureza e os outros e o caráter construtor de cultura.

As subculturas como grupos podem ser divididos em conservadores e transgressores em comparativo à cultura hegemônica vigente, suas relações com o tempo vigente caracterizam essa divisão: se há uma carga de condutas tradicionais conservadas através do tempo trata-se de uma subcultura conservadora, se provocam questionamentos sobre o passado e o presente trata-se de uma subcultura transgressora (POLHEMUS, 2011).

Subculturas conservadoras estabelecem condutas menos flexíveis por possuir tradições supostamente há muito tempo estabelecidas, ligadas a grupos mais distantes da urbanização ou de forte relação com determinadas religiões. Essas subculturas possuem cada vez menos adeptos no ocidente (POLHEMUS, 2011).

Polhemus (2011) atribui o abandono das subculturas conservadoras aos hiatos entre gerações, os filhos não se identificam com as condutas dos pais. Porém é discutível tanto o insucesso de uma subcultura conservadora – muitos acabam voltando à subcultura de origem – quanto sua definição: se há um caráter conservador em uma subcultura ela está relacionada com o caráter de segurança em uma cultura hegemônica. Se membros dessas subculturas abandonam essas tradições, podem haver questionamentos sobre liberdade e autonomia.

⁵ [...] standard of aesthetic excellence [...] derived from an appreciation of ‘classic’ aesthetic form (opera, ballet, drama, literature, art). [...]”

Na última peça de Federico García Lorca (1936), *A casa de Bernarda Alba*, é relatada a história de uma família após a morte do único homem da casa. A viúva Bernarda Alba impõe um luto de oito anos às suas cinco filhas e à sua mãe que já era reclusa por demência senil. A casa que já estava sob um regime de autoritarismo chega à tirania extrema de Bernarda Alba, anulando a liberdade das filhas, criando uma atmosfera de tensão que termina em tragédia.

A peça foi escrita durante a Guerra Civil Espanhola, regime que inclusive executou o autor pouco depois. Não são surpreendentes as relações entre a peça e o regime político abordadas pelo autor, e confirmam que a liberdade possui um valor quando tratamos de sua dualidade com a segurança proposta – tanto por uma cultura hegemônica quanto por uma subcultura conservadora, que neste caso agem praticamente da mesma maneira –.

Já as subculturas transgressoras, por mais que sejam grupos específicos de indivíduos com suas características e condutas requeridas por esses grupos, possuem um rompimento com a ideia de tradição (POLHEMUS, 2011).

Claramente que quanto mais antiga uma subcultura transgressora mais próxima de suas condutas tornarem-se tradições e transformar-se em uma subcultura conservadora, mas sem os vínculos entre gerações e o exercício de suas condutas – em maioria das vezes – fora do espaço familiar e religioso, não há uma caracterização fundada em tradições e conservadorismos.

A rua é o espaço natural das subculturas transgressoras, o espaço fora do familiar é onde podemos questionar e ultrapassar as condutas impostas pelos meios massificadores, uma maneira de expressar felicidades e frustrações (HEBDIGE, 2002; POLHEMUS, 2011; POLHEMUS, 2014). Os jovens em maioria adotam os elementos das subculturas transgressoras pois, em um processo de transição para a vida adulta, passam a frequentar o espaço público ao mesmo tempo que rompem com elementos que antes pensavam ser do único caminho possível.

As subculturas acabam sendo praticadas eventualmente através de uma nostalgia. Se as culturas hegemônicas que buscam uma totalidade, porque quando falamos de um estilo musical de uma década pensamos principalmente nas músicas adotadas pelas subculturas? Se vamos à uma festa *flashback* porque nos adornamos como subculturas e não do que havia nas passarelas daquela

época? Nesses casos vale afirmar que as subculturas transgressoras utilizam de signos identitários (POLHEMUS, 2011) e que a difusão de seus elementos para a cultura hegemônica colabora com essa relação de identidades, mas ainda assim é interessante compreender os caminhos que esses signos podem percorrer antes e depois de suas qualificações como vanguarda.

O exercício da percepção de subculturas e suas classificações no espaço é mais acessível ainda. Uma islâmica ou um punk inglês são vistos de maneiras diferentes em São Paulo, em Juazeiro do Norte, em Nova Iorque, em Dubai, em Jerusalém... Em uma cidade como Londres o punk é corriqueiro nas noites de Camden Town, mas ainda provoca olhares reprovativos em algumas lojas da Brompton Road, e o oposto pode ocorrer com uma islâmica – mesmo que os dois indivíduos possuam direitos e nichos direcionados aos estereótipos de ambas as regiões –.

Sejam transgressoras ou conservadoras, as subculturas possuem o caráter de pluralidade em oposição à hegemonia da cultura, são medidas mais de diferenciação do que de unificação. São os grupos vistos com estranheza, em certos casos com preconceito. Há possibilidades de trânsitos entre a sociedade unificada e grupos heterogêneos que serão abordadas nos próximos capítulos, mas ainda assim suas características não são hegemônicas.

1. 1. 1. Tribos urbanas e seus espaços no contemporâneo

As tribos urbanas são a ilustração da transgressão em subculturas, suas condutas são exercidas fora do espaço familiar e dos espaços hegemônicos das cidades (HEBDIGE, 2002; POLHEMUS, 2014). O conceito de tribos urbanas é discutível no contemporâneo, mas partes das identificações desses grupos ao longo de suas histórias é de muita importância para compreender as possíveis tribos no contemporâneo.

Polhemus (2014) define que *tribalismo* é inerente à humanidade. “[...] Como nossos mais distantes ancestrais sentimo-nos alienados e sem propósitos quando não experimentamos este sentido de pertencimento e companheirismo com a participação em uma comunidade – uma cultura – [...]”⁶ (p. 22). A grande comoção de tribos urbanas que propõe um início da história das tribos urbanas se dá

⁶ “[...] Like our most distant ancestors we feel alienated and purposeless when we do not experience that sense of belonging and comradeship which comes from participating in a community – a culture – [...]”

em paralelo com o fim da Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945), quando as sociedades começam a buscar outras formas de grupos sociais, fora dos círculos família, trabalho, religião e outros igualmente reconhecidos (POLHEMUS, 2014).

Do mesmo modo que na arquitetura abdicaram de reconstruir as cidades de maneiras rebuscadas, como anteriormente com o *art nouveau* e o *art déco*, após a Segunda Guerra os modos tradicionais de se agrupar na sociedade enfraqueceram. Além de toda a aceleração do pós-guerra e seu impacto direto, havia também a necessidade de reconstruir essas cidades e grandes fluxos das áreas rurais começaram a acontecer. A coexistência entre grupos é maior, as diferenças e as fusões começam aparecer, são identificadas como estilos.

“Estilo em subcultura é, então, cheio de significado. São transformações indo ‘contra a natureza’, interrompendo o processo de ‘normalização’. Como tal, são gestos, movimentos direcionados a um discurso que ofende a ‘maioria silenciosa’, que desafia o princípio de unidade e coesão, que contradiz o mito do consenso. [...]” (HEBDIGE, 2002: p. 18)

Portanto, o estilo não só é parte componente como é o principal motivo da oposição de subculturas à cultura hegemônica: se não fossem diferentes não seriam identificados e se não fossem diferentes entre si não seriam diferentes tribos urbanas.

Não é errado afirmar que esses grupos que começam a emergir após a Segunda Guerra são grupos de estilo, pois são caracterizados e identificados através do excedente ou deficitário à cultura hegemônica. Assumem a posição de diferente – qualificando-se como subcultura – mas ao mesmo tempo provavelmente circunscrito em um grupo de determinado estilo – qualificando-se como tribo urbana –.

Trata-se de uma espécie de vanguarda, assim como em vanguardas artísticas, que transgridem o contemporâneo e ao mesmo tempo o reelabora. Os estilos aqui são utilizados da mesma maneira que em linguística: “[...] que estuda na língua sua função expressiva, analisando o uso dos processos fônicos e de criação de significados que individualizam estilos” (OXFORD, 2016).

Não utilizaremos o termo *grupo de estilo*, pelo motivo de ser aplicável – de maneira literal – em outras formas de grupos que podem utilizar de outras características de seus indivíduos que são muitas vezes transcendidas no conceito de tribo urbana. São grupos que expressam suas relações

com as cidades, mesmo que seja uma relação de descontentamento. Além disso, os conceitos de tribo urbana e moda de rua já possuem uma aderência pelos seus históricos na indústria da moda.

A juventude deixou de ser apenas uma época de transições entre infância e vida adulta, as duas fases cederam alguns anos: não se adia a juventude e não se adianta a vida adulta. Após a Segunda Guerra alguns planos foram extinguidos ou apenas adiados: casar, ter filhos, ter as mesmas carreiras que os pais, seguir as mesmas religiões, os mesmos grupos.

Claro que as tribos não são exclusivas aos jovens, hoje são um pouco mais abrangentes, mas ainda assim a maioria dos indivíduos de tribos urbanas do contemporâneo são jovens. Mas outras distinções entre os públicos das tribos foram negligenciadas, o rock and roll dos negros era apropriado e readequado ao comportamento dos brancos (ROLLING STONE, 2016).

Os elementos de tribos urbanas mais distantes das camadas mais superficiais da sociedade (homem, branco, financeiramente estabelecido, heterossexual) são mais discriminados, recebem mais reprovação ainda e quando apropriados passam por mais readequações. Outras maneiras de apropriações, incluindo apropriações entre tribos, serão abordadas nos próximos capítulos.

Os estilos hoje são menos perceptíveis do que até o início da década de 1990, mas não podemos aceitar apenas que o olhar hegemônico foi saturado, enquanto houver o padrão de excelência haverá também o inadequado. Há a possibilidade de algumas tribos urbanas se expressarem mais através das redes, mas ainda assim a rua é um espaço de legitimação dos modos de expressão.

A maneira como a indústria da moda apropriou-se dos termos *tribo urbana* e *moda de rua* também colaborou com uma difusão massificadora através de marcas, publicações e blogs. E, tratando-se de difusão, se buscar uma identidade assumiu novos significados ser uma vítima da moda também. Seguir a moda massificadora não é apenas um conformismo como um reflexo de comportamentos contemporâneos.

Dizer qual é a “tribo urbana do momento” é contraditório ao conceito, sendo que para ser *tribo* são necessários outros grupos heterogêneos à tribo, e para ser *do momento* ou *da moda* não é mais uma

subcultura. Essas abordagens podem ser mais esclarecedoras e contribuir para a pluralidade cultural.

Em *Street Style* (2014), Polhemus faz alguns apontamentos sobre as tribos urbanas no contemporâneo. (1) As subculturas são cada vez menos perceptíveis tamanha velocidade de apropriação do consumo, em virtude de difusão em tempo real, própria da cultura digital: mal percebe-se como vanguarda e já torna-se massa. (2) A fusão de tribos, que não reduz o número de tribos urbanas com a aglutinação, pelo contrário: soma-se novas tribos urbanas ao histórico. Podem fundir-se tribos urbanas com algumas subculturas conservadoras, como os mīpsters – mulçumano com hipster contemporâneo –. (3) O supermercados de estilos, onde cada indivíduo pode escolher que estilo pode adotar em cada situação e ainda poder fazer suas próprias fusões. (4) A negação de um indivíduo em ser de determinada tribo urbana – apesar de adotar elementos, o que corrobora com o item anterior – e a afirmação de um indivíduo em ser de determinada tribo – apesar de não ser explícitos os elementos da tribo adotados pelo indivíduo –.

Nos últimos anos fala-se de uma crise de estilos uma busca pelo clássico, pelo comum, mas na própria história das tribos urbanas há formas de abordar esse consumo comum. O estilo *normcore*⁷ frequente em publicações busca uma ausência de estilos elaborados, uma maneira despretensiosa, mas já utilizada pela tribo urbana denominada *casuals*. Chega a ser contraditório, mas se em uma cultura a adoção de adornos é tão exacerbada, buscar uma forma menos elaborada é uma transgressão.

São intrínsecas as relações entre as subculturas e seus respectivos estilos. Embora haja uma discussão sobre a delimitação de tribos urbanas, os trânsitos entre essas tribos e entre elas e a cultura hegemônica não as desqualificam. Há um histórico das tribos urbanas que ainda continua a crescer, a grande problematização é em torno de uma difusão de seus signos identitários alavancada pela difusão do consumo. Não vamos abordar aqui esse histórico de maneira esmiuçada e linear, mas alguns exemplos serão citados para elucidar alguns processos de consumo e moda.

⁷ Estilo despretensioso, livre de estilismos. Geralmente composto por peças de roupas muito básicas, como calças jeans de camisetas. No entanto, a ausência de fortes elementos caracterizadores gera outras peculiaridades em relação às combinações de roupas. Até mesmo para uma composição neutra é necessária uma referência.

Ainda devemos levar em conta que as *subculturas* não estão nas superfícies da sociedade e, em tempos de vigilância, podem ter adotado outras maneiras em expressar seus excessos e suas faltas. As subculturas podem estar hoje em maioria longes dos grandes centros urbanos, ou até mesmo em espaços não tão legitimados. Há redes que devem ser analisadas ainda mais, produtos e rituais de consumo que podem nos levar à compreensão de determinadas tribos.

Assim como há trânsitos entre cultura hegemônica e subculturas, há também trânsitos e definições entre indústria da moda e a anti-moda: os modos de expressão de moda que esclareceremos aqui.

1. 2. Indústria da moda e anti-moda: linguagem e identidade

No clássico livro *Os meios de comunicação como extensões do homem* (2011), de Marshall McLuhan, há duas definições sobre nossa necessidade em nos vestir: sistema de controle térmico e “[...] meio de definição do ser social. [...] uma extensão mais direta da superfície de nosso corpo. [...]” (p. 140), sistematizando não apenas a sensação térmica de nossos corpos como também determinadas informações entre o indivíduo e o todo.

As funções físicas de mecanismo e controle térmico das roupas perdem a força próximas aos seus papéis socioculturais. Assim como a cultura, o relacionamento através de corpos vestidos “[...] nos força a reconhecer que o corpo humano é mais do que uma entidade biológica. Isto é, um organismo em cultura, um artefato cultural, e suas fronteiras não são bem definidas [...]”⁸ (WILSON, 2003: p. 2).

No entanto, a formalização da moda de forma sistemática e hierárquica não se iniciou com os primórdios da civilização, modernidade ou cultura. A indústria da moda como conhecemos se estabiliza a partir de dois marcos temporais: a criação da alta costura e o advento da indústria de massa (AVELAR, 2011).

⁸ “[...] forces us to recognize that the human body is more than a biological entity. It is an organismo in culture, a cultural artefact even, and its own bundairies are nuclear [...]”

A alta-costura⁹ surge na segunda metade do século XIX com as aberturas das *maisons* de Paris, principalmente com a *House of Worth* de Charles Frederick Worth, seguida por outras. *Moda* passa a ser um setor especializado em roupas. “É nesse momento que ocorre uma importante inversão de papéis. O costureiro passa praticamente a impor suas ideias de criação, não mais servindo tal qual um artesão comum. [...]” (AVELAR, 2011: p. 51).

Hoje em dia a alta-costura não mantém tantos clientes, mas ainda é o patamar mais alto na hierarquia da indústria da moda e acaba influenciando em outros patamares. As *maisons* em grande maioria fazem parte dos grupos empresariais que agregam os patamares mais baixos e assim conseguem manter as rígidas exigências da *Fédération Française de la Couture*, a federação que seleciona e fiscaliza os membros da alta-costura.

Já a indústria de massa consolida-se nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial. A dificuldade em adquirir as roupas parisienses pela austeridade fez com que a produção de peças seccionadas aumentasse, com a maior possibilidade de combinações (AVELAR, 2011), proporcionando um pouco mais de autonomia. Esse avanço da indústria da moda curiosamente coincide com o surgimento das primeiras tribos urbanas.

Outros segmentos como o *prêt-à-porter*¹⁰ e o *fast fashion*¹¹ também surgiram e as marcas conseguem não somente transitar entre esses conceitos como também atingir outros, como a indústria cosmética. No entanto, a alta-costura modificou a maneira como é vista a autoria em moda e a indústria de massa, por sua vez, trouxe uma promessa de consumo mais popular e autônomo.

As condutas de todo o mercado da indústria da moda foram regidas em maioria até agora por determinadas maneiras controladoras como o circuito das principais semanas de moda – dois ciclos por ano, com as coleções de outono / inverno e primavera / verão –, revistas de moda, ações publicitárias, etc. Há também escritórios próprios para apontar tendências de consumo de cada público e que fomentam as empresas que os contratam com novos rumos para as próximas

⁹ Peças sob-medida e exclusivas, com rígidos padrões de confecção. O título de *maison* de alta-costura é concedido pela *Fédération Française de la Couture*, e embora possa ocorrer condutas semelhantes além dos credenciados, a indústria da moda mantém o crédito à *Fédération*.

¹⁰ Em tradução literal, do francês, *prêt-à-porter* significa pronta entrega. Utilizado para diferenciar as peças já prontas e com outros processos de confecção daquelas feitas sob-medida da alta-costura.

¹¹ A *moda rápida* não acompanha as temporadas de seis em seis meses, são períodos bem mais curtos entre coleções, em produção massiva e muitas vezes com o custo baixo.

temporadas. As publicações ou estudos específicos dos escritórios de tendências são chamadas de *bureaux* e serão abordadas nos capítulos seguintes.

A moda é forma de controlarmos nosso corpo refletindo a incapacidade de controlarmos o meio-ambiente (EVANS, 2003). Toda a construção da indústria da moda possui probabilidades diversas de criação e há uma promessa de autonomia, afinal é uma maneira de comunicação. O mercado de produtos *piratas* possuem hierarquias tanto em relação às hierarquias correspondentes na indústria da moda formalizada, quanto à qualidade e difusão desses produtos (PEREZ, TRINDADE, FOGAÇA e BATISTA, 2013).

Lembrando do conceito de cultura, a moda é também uma das maneiras de controle entre os homens e entre os homens e a natureza. Há uma preocupação em concordar com a grande maioria, com os padrões de beleza estabelecidos. As maneiras de expressão opostas à indústria da moda são chamadas de anti-moda. “[...] representa uma reação contra o que está na moda. [...]” (WILSON, 2003: p. 5). Não há intenção de relacionar anti-moda com as transgressões da indústria da moda ou as produções da indústria da cópia, uma vez que seguem os mesmos símbolos e os mesmos objetivos do movimento linear.

Assim como as subculturas podem alterar a estabilidade da cultura, a anti-moda também pode desestabilizar a indústria da moda e a cultura hegemônica, através das subculturas.

“[...] Anti-moda, especialmente onde o corpo é permanentemente customizado, é o mais intimidante, e assim a mais forte arma com que a sociedade pode proteger-se contra a mudança. Anti-moda é uma cápsula do tempo onde uma geração vive para a outra, uma máquina desenhada para simbolicamente defender e destruir mudanças.” (POLHEMUS, 2011: p. 63)

Assim como as subculturas, anti-modas podem ser qualificadas como conservadoras ou transgressoras, mas não são necessariamente vinculadas a subculturas. Ao invés de um comportamento constante, a anti-moda pode ser eventual, ainda mais se levarmos em consideração o conceito de supermercado de estilos (POLHEMUS, 2014).

Hoje em dia temos componentes de tribos urbanas que assumem determinadas identidades ou às legitimam de tempos em tempos. Temos bikers que comparecem apenas em encontros mensais, surfistas apenas nas férias e góticos apenas nas redes. Em um mesmo indivíduo podem coexistir

mais de uma subcultura, mais de uma tribo urbana, mais de um gênero, mais de uma nacionalidade, etc.

“[...] O plural de eu, não é mais nós, como no passado. O plural de *eu*, deve ser *eus*. Essa constatação possibilita entender que as pessoas podem desenvolver uma multiplicidade de identidades, de *eus* – *multívíduo*; fazer uma co-habitação flutuante de diferentes *selves* (plural de *self*) que co-habitam, às vezes conflitam ou constroem uma nova identidade, flexível e pluralizada. O indivíduo contemporâneo, que é *multívíduo*, é esse tipo de possibilidade. [...]” (CANEVACCI, 2009: p. 16 – 17)

O conceito de *multívíduo* possui congruências com o conceito de supermercado de estilos, podemos ter tanto uma identidade em determinado momento e logo em seguida outra, quanto ter várias identidades coexistindo no mesmo momento em tensão ou harmonia.

Também há a anti-moda conservadora eventual, os casamentos no ocidente em grande maioria seguem uma série de tradições, entre elas as vestes. Embora tenha uma moda dirigida aos casamentos, os adornos são destacados em meio à moda vigente e as mudanças não são suficientes para dizermos que não há anti-moda.

As subculturas transgressoras utilizam de anti-moda transgressora, visando o rompimento com tradições e com a indústria da moda. As tribos urbanas por seus estilos de elementos explícitos e pela proximidade com a juventude, abriram uma grande possibilidade para a indústria da moda. A medida que surgem ou ressurgem tribos urbanas elas sofrem apropriações da cultura hegemônica, principalmente pela indústria da moda.

Polhemus (2011) defendendo a natureza das tribos urbanas na aura estilística, também citada em Hebdige (2002), afirma que a anti-moda possui signos identitários e a moda se apropria em troca de signos linguísticos. As formas que ocorrem os movimentos entre essas trocas não são passíveis de formalizações, porém são por vezes inesperadas e podem atingir proporções muito complexas.

1. 2. 1. Difusões e apropriações entre indústria da moda e anti-moda através do consumo

Como toda camada do consumo a indústria da moda segue um ciclo mercadológico e, em certas condutas por ela propostas, esse ciclo mercadológico acaba regendo seu fluxo. Mesmo nos modos

mais naturais de sobrevivência há lógicas entre oferta e demanda, no entanto a indústria da moda tem certas particularidades quanto às difusões de suas tendências. Em um comparativo com os estudos de significado:

“O sistema de moda é menos freqüentemente observado, estudado e compreendido como instrumento de movimentação de significado, mas também serve como o meio em que os bens são sistematicamente investidos e desprovidos de propriedades significativas. O sistema de moda é um instrumento de movimentação de significado um pouco mais complicado do que a publicidade. No caso desta, a movimentação se dá por meio dos esforços de uma agência de publicidade para extrair significado do mundo culturalmente constituído e transferi-lo para um bem de consumo por meio de um anúncio. No caso do sistema de moda, o processo tem fontes de significado, agentes de transferência e meios de comunicação. [...]” (MCCRACKEN, 2007: p. 105)

McCracken (2007) atribui a complexidade excedente da moda por três fatores: (1) a moda transfere significados do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo; (2) invenção de novos significados culturais e (3) os significados culturais passam por reformas radicais. “Os grupos responsáveis pela reforma radical do significado cultural são aqueles que existem à margem da sociedade, como os *hippies*, os *punks* e os *gays* [...]” (p. 106).

O termo *radical* na capacidade de ressignificação cultural, embora atrelada à importância dos grupos marginalizados, é discutível já que os significados culturais dos grupos marginalizados também sofrem apropriações tão discrepantes quanto às propostas pela indústria. Sabemos que tanto a cultura hegemônica quanto a indústria da moda tiram uma média possível de divulgação ou escolhem um grupo vulnerável à massificação, eliminando significados e representações desses grupos, tornando-os ideais para a aceitação da hegemonia.

Negros, por exemplo, sofrem esse tipo de readequação constantemente. Falamos anteriormente sobre as readequações do rock, Elvis Presley foi escolhido pela gravadora para divulgar o rock – antes era um motorista de caminhão gravando músicas que seriam presente para sua mãe – e quando possível não incluíam em seus vídeos quadros que envolviam seus quadris por “dançar como negro” (ROLLING STONE, 2016). No Brasil, as religiões africanas sofreram readequações de seus orixás com representantes santos e brancos da igreja católica.

Não negligenciaremos aqui a verdadeira importância das ditas minorias – incluindo aqui as tribos urbanas –, mas apresentaremos de maneira clara como a maneira imagética desses grupos

marginalizados emergem através da moda. Essa emergência já apropriada é chamada em estudos de difusão como tendência.

Quando falamos de *tendência* lembramos imediatamente de produtos de moda, não é um modo negligente, já que a utilização do termo é mais frequente na moda – ainda mais durante o fast-fashion –. Geralmente uma tendência estética que influi no mercado está relacionada com uma tendência social: “[...] o termo tendência se vinculou de forma mais evidente à ideia de movimento, de transformação, de que algo na sociedade tende para algum outro ponto que evoca uma novidade que se instalará num momento futuro. [...]” (SANTOS, 2013: p. 23).

Há variações de tendências: macrotendência, microtendência, onda, fad, clássico e modismo. São discutíveis seus significados, mais todas levam em consideração amplitudes em espaço, tempo e público – o que provoca certa relatividade com os contextos de cada caso –. As macrotendências são tendências que demoraram para se consolidar e também demoram para sair de cena, além disso possuem uma abrangência maior quanto ao espaço.

O jeans, antes usado para cobrir barracas e carretas, foi utilizado para confeccionar calças a partir de meados do século XIX por trabalhadores de minas, apenas após a Segunda Guerra com a indústria de massa que foi popularizado entre jovens (PIAZZA, 2015). Por mais que o jeans tenha passado por mudanças sociais e tecnológicas, ele ainda é um elemento muito usado no ocidente o que, em relação com outros elementos é de grande extensão no espaço e no tempo. É indiscutível a abrangência do jeans, mesmo com todas as modificações – signos estão em constante evolução –. Não é possível para o mercado classificar o jeans apenas como uma mera tendência, é uma macrotendência.

As macrotendências geralmente são construídas por um longo período de tempo, se considerarmos a história do jeans mais de um século foi necessário para populariza-lo no vestuário ocidental. Mas alguns eventos repentinos podem gerar macrotendências, como os atentados de 11 de setembro de 2001 e a tendência *indoor*.

“[...] provocaram mudanças profundas não apenas na sociedade americana, que retomou um estilo de vida *indoor* ou caseiro como forma de obter mais segurança e proteção – foi justamente esse estilo de vida que fez com que o *hand made* ganhasse evidência no

vestuário, na decoração etc., já que as pessoas buscaram formas de se entreter dentro de casa, ficando mais voltadas aos trabalhos manuais. [...]” (SANTOS, 2013: p. 29 – 30)

As microtendências são o oposto das macrotendências em abrangência de tempo e espaço, mas o público pode ser tão gigantesco quanto ao de uma macrotendência. O termo é muito relacionado com a moda, até mesmo utilizam *moda* como sinônimo de modismo, muito disso se deve talvez pela facilidade em se trocar de roupas e não cobrir um espaço de tempo tão amplo. Se falarmos de microtendências em arquitetura ou em design automobilístico os parâmetros de espaço e tempo serão outros, pois não compramos carros e apartamentos com a mesma frequência que compramos roupas.

No Brasil a televisão, principalmente através de telenovelas, é responsável por difundir muitas microtendências. A aderência do público pode chegar a um pouco mais do que o tempo de exibição de uma telenovela. Além de ações de merchandising, há também estudos de monitoramento de tendências próprios para a televisão, funcionando como uma forma de massificar determinados produtos.

Macrotenências e microtendências se aproximam do clássico e do efêmero, respectivamente, e formam eixos entre as questões de tempo, espaço e público. Algumas empresas são especializadas em apontar essas tendências, como: Trend Union, WGSN, Brain Reserve, Ipsos, Trend Watching e Future Concept Lab. Na indústria da moda, além de contratar as empresas para fazer esses apontamentos, há os *bureaux* de tendências.

“[...] Não se trata apenas de observar como as pessoas se vestem: é necessário inserir as informações coletadas num quadro de interpretação sociológica abrangente para se chegar às megatendências de comportamento, e só então detectar para onde caminha o mercado global. O mistério reside em perceber unicidade em fenômenos aparentemente distintos e saber lidar com a instabilidade a fim de elucidar as forças vetoras da sociedade.” (MORACE, 2009: p. 06)

Nos últimos anos, algumas empresas, percebendo as próprias amplitudes de atuação e resolveram apostar no monitoramento de tendências. Pantone, empresa especializada em cores e sistemas de cores, divulga desde 2010 tendências de cores para determinados mercados. Além disso, falam qual será a cor do próximo ano, para 2016 pela primeira vez apontaram uma dupla de cores: Rose Quartz 13-1520 e Serenity 15-3919.

Os modos como as tendências se movem não é o bastante a ser estudado para compreender o meio de monitoramento de tendências, é necessário compreender o público e suas camadas. Rogers (apud SANTOS, 2013) divide o público de acordo com o momento que cada um adere a tendência, que, por sua vez, para aquele mercado vai se comportar da mesma maneira. Divididos em uma proporção na população (Imagem 1).

Figura 1 – Curva de difusão e proporção dos públicos. Adaptado de Everett Rogers (1962). Fonte: SANTOS, 2013.

Vejlgaard também divide o público através da evolução de tendências e os descreve de acordo com os comportamentos de cada parcela com o mercado, mas os impactos sociais e estéticos são inversamente proporcionais ao número de adeptos. Aqui (Imagem 2) acrescentamos também alguns vetores ilustrando como a anti-moda também pode transitar entre esses tipos de consumidores.

Figura 2 – Diagrama de Vejlgaard ilustrando como se dá o fluxo da difusão. Adaptado, acrescentando o fluxo da anti-moda (extrema esquerda) . Fonte: SANTOS, 2013.

Além de todos os esses termos sobre os consumidores, há também os tipos de fluxos que existem entre indústria da moda e anti-moda. As classes superiores regem a moda para as outras e, ao mesmo tempo devem gerar outras modas para diferenciar-se das classes inferiores. A indústria da moda utiliza da mesma dinâmica internamente quando a alta-costura propõe tendências para os demais patamares, mas colaborou com a construção desses patamares que são respectivos às classes sociais mais baixas. Mas há chances para o inesperado e o movimento oposto emerge dos patamares mais baixos para os mais altos. Os dois movimentos são denominados *trickle-down* e *bubbling-up*, em tradução literal: gotejamento e aborbulhamento (VEBLEN, 2016; SIMMEL, 2008; MCCRACKEN, 2007; SANTOS, 2013).

No filme *O Diabo veste Prada*, há um exemplo bem claro de movimento *trickle-down* quando a editora-chefe de moda Miranda Priestly dirige-se à sua assistente Andy Sacks:

“[...] o que você não sabe é que essa blusa não é apenas azul, nem turquesa, nem lápis... Na verdade é azul celeste e você também não está ciente do fato de que em 2002, Oscar de la Renta fez uma coleção de roupas azuis celestes, e depois, acho que Yves Saint Laurent, não foi? Criou jaquetas militares de cor azul celeste? [...] Depois, essa cor apareceu em coleções de oito estilistas diferentes, chegou às lojas de departamento e acabou por fim em liquidações em alguma lojinha de esquina. [...] De qualquer forma, esse azul representa milhões de dólares e trabalhos incontáveis [...]” (FRANKEL, 2006)

Podemos dizer que o *trickle-down* é o percurso mais convencional das tendências. Para citar um exemplo fora da indústria da moda – mas que possui ainda uma relação – na viagem da família real portuguesa para o Brasil em 1808 os piolhos infestaram a cabeça das pessoas na embarcação. As damas da corte fizeram o uso de turbantes para controlar a infestação e assim desembarcaram, as mulheres nativas acreditaram que esses turbantes eram utilizados em Portugal e passaram então a utilizar em terras brasileiras.

Em 1932, no filme *Letty Lynton*, Joan Crawford atuou com um vestido de festas de babados brancos. Em uma produção em larga escala, copiando o vestido, pela Macy's em Nova Iorque foram vendidos cerca de meio milhão de cópias (HAYE e MENDES, 2003). No Brasil, as microtendências que surgem supostamente a partir de telenovelas são exemplo de difusões *trickle down* também.

O movimento bubbling-up não é o mais convencional, mas destaca-se exatamente por ser um ruído em meio às normas, são elementos que por mais apropriados são menos processados. O recente refinamento de determinados produtos e serviços alimentícios, apelidado de *gourmetização*, trouxe às grandes cidades brasileiras feiras e lanchonetes itinerantes. Trouxeram de alguma forma a proposta de comida de rua às classes mais altas e aos centros das grandes cidades com *food truck parks*, a readequação foi tamanha que chefes de cozinha e marcas de luxo investiram no tipo de serviço desde então.

Tais movimentos não servem somente às classes sociais, mas também às demais diferenças entre grupos sociais, totalmente aplicável aos contrapontos entre tribos urbanas e vítimas da moda ou entre a indústria da moda e anti-moda. A indústria da moda é composta por uma linguagem específica que a anti-moda utiliza em seus signos identitários, apropriados pela indústria da moda a tempo de não se popularizar sem as devidas apropriações (POLHEMUS, 2011).

Se apropriar não faz parte de uma má conduta necessariamente, como Canclini (1995) diz que o consumo serve para pensar, algumas ideias não são alcançáveis ao grande público se não utilizarmos de mídia e de produtos. No entanto, *apropriar* não significa apenas o ato da posse, mas também adequar, tornar algo conveniente, essa relatividade é causa de negligências.

Quando uma suposta minoria tem elementos apropriados e transformados em elementos para a massa hegemônica, deve-se adequar demais para ser aceito. A indústria da moda afirma suas revoluções sociais constantemente, mas por vezes negligencia os fatos de que muito de seus sucessos surgem através das anti-modas e das minorias que as utilizam exatamente pelo descontentamento do que há no mercado.

Em relação à moda de rua, a apropriação por parte do mercado editorial de moda é de uma ressignificação negligente. Foram criadas colunas denominadas *Street Style*, referindo-se aos frequentadores supostamente casuais dos arredores das principais semanas de moda do mundo. Há uma redução gigantesca em números de pessoas e uma maneira intencionalmente inalcançável aos frequentadores da rua no cotidiano, que são muito diferentes do que os frequentadores do evento.

Outro fato que vem chamando a atenção nas últimas temporadas são algumas marcas paralelas que são convidadas a expor seus produtos nas locações das semanas de moda e assim supostamente contribuir com um mercado alternativo. Claro que a ação tem o bom lado dando espaço para marcas que antes não estariam ali, mas quando o evento propõe sua curadoria para expor algo além de seus desfiles, novamente está divulgando apenas parte de todo esse mercado.

Para afirmar a apropriação, propõem com o título da coluna uma legitimação da moda de rua através das publicações, negligenciando uma gama muito maior de possibilidades sociais e imagéticas. Em entrevista concedida ao trabalho presente (ANEXO B), Ted Polhemus (2016) respondeu sobre essa apropriação:

“Como um cientista nos diz, acontece quando matéria e anti-matéria sofrem contato, ambas são destruídas. Isso é o que acontece quando moda e street style vão para cama juntos. Se qualquer coisa interessante acontece ‘na rua’ será nas ruas onde a indústria da moda e os caçadores de tendências não estão observando.”¹²

É discutível a atenção dada aos *bureaux* e à indústria da moda, se eles observam e supostamente criam as tendências, possuem o poder de manipular essa legitimidade de tendência. Mas trata-se de um mercado possível – algumas vezes corrompível – e vulnerável ao olhar tanto de consumidor quanto de espectador. Polhemus (2011) diz que esse tipo de apropriação é “[...] promíscua mas não indiscriminada [...]”¹³ (p. 47), mas ainda falta a indústria da moda colaborar com as respectivas referências e representatividades das minorias que muitas vezes fomentam suas coleções, pois remarcam muito seus bem feitos mas nem todos estão dispostos em representar minorias.

¹² “As physics tells us happens when matter and anti-matter come into contact both are destroyed. This is what has happened when fashion and street style go into bed together. If anything interesting happens ‘on the street’ it will be on the streets where the fashion industry and the cool hunters are not looking.”

¹³ “[...] promiscuous but not indiscriminately [...]”

2. Moda de rua e padrões emergentes

Entre os meios e modos de comportamento além da cultura hegemônica, possuímos lacunas entre condutas ordenadas, padronizadas, unificadas, que buscam uma harmonia ou ao menos diretrizes para uma estabilização. Quando há comportamentos avessos ao hegemônico, buscamos de alguma forma a padronização desses comportamentos, ou ao menos utilizamos da hegemonia como comparativo. Não somos seres de pensamento e comportamento lineares, mas buscamos estabelecer uma linearidade por almejar ações coerentes em tempo e espaço.

As maneiras de se vestir e se adornar no contemporâneo, exibidas em espaço público, são vulneráveis a esse tipo de estabilização ou comparação. Portanto, são modos de expressão que recebem uma vigilância constante desde o avanço da vivência das ruas, coincidente com o avanço crescente tecnológico das máquinas fotográficas.

2. 1. Moda de rua, Moda da rua e Street Style

A virada, do século XIX para o século XX, possibilitou novas perspectivas de lazer e as ruas passaram a fazer parte dessas perspectivas nas grandes metrópoles. A maneira como nos adornamos estava mais próxima da moda proposta pelos costureiros de Paris e atraía cada vez mais público. A fotografia de moda de rua começava a surgir buscando as maneiras mais elegantes para o público feminino. Fotógrafos como os irmãos Séeberger buscavam a elegância para as grandes publicações, que por sua vez atingiam um novo patamar em popularidade (AUBENAS e DEMANGE, 2016).

Após o avanço da indústria de massa – que influenciou a indústria da moda tornando-a no que conhecemos hoje (AVELAR, 2011) – e o início das tribos urbanas, a fotografia de moda nas ruas tomou novas proporções. A busca a partir das novas perspectivas propostas por esses avanços, não mais se baseava somente na elegância, mas também em algumas maneiras que iam além da elegância.

A fotografia de moda de rua, com mais de um século de história, passa por diversos fotógrafos e diversas perspectivas. Não elaboramos aqui uma linha cronológica com esses profissionais, pois muitos estão diluídos entre as grandes publicações de moda, blogs e sites. Porém, entre outros

fotógrafos que influenciaram o carácter imagético desta dissertação, há o histórico de fotógrafos de moda de rua, principalmente os que publicam compilações de comportamentos não-lineares.

Podemos levar em consideração pontos influentes na história da fotografia de moda de rua, como o início do século XX, a indústria e a cultura de massa, as tribos urbanas e, mais recente, a cibercultura. A cibercultura possibilita a criação de um conteúdo próprio, não massificado, pode ser vista como redes de conteúdo e não como linhas.

O consumidor hoje não utiliza apenas dos produtos nas ruas, como publica esse consumo nas redes ou é publicado por outros, a possibilidade de uma repercussão maior de consumos é maior através das redes. As marcas ultrapassam as naturezas de provedora de produtos através das redes, o consumidor não consome necessariamente os produtos de uma marca, mas compartilha das mesmas ideias e estilos propostos pela marca. Mas os compartilhamentos do consumo em redes on-line, por mais comprovatório que seja, só é legitimado nos espaços públicos.

Embora sejam descritas como *eras comunicacionais*, Santaella (2003) defende que o início de uma não significa necessariamente a extinção de outra e que essas transformações não são apenas atreladas às novas tecnologias e novos meios de comunicação e cultura, mas à possibilidade de novos ambientes socioculturais.

Porém, a cibercultura não apenas convive com a cultura de massa, mas também provoca massificações. A proposta de criar e publicar um conteúdo alternativo ao de grande circulação é contestada quando ela atinge o status de influenciadora. Os blogs e redes sociais on-line não podem ser considerados um fluxo alternativo à suposta grande mídia quando atingem um público tão volumoso e unificado. Os seguidores e *likes* são mensurados tão massivamente quanto as audiências de telenovelas. O engajamento é sempre inversamente proporcional ao carácter alternativo de um conteúdo.

Como já citado, as revistas e blogs se apropriam hoje do termo *street style* com fotografias dos arreadores dos desfiles do grande circuito de semanas de moda – Nova Iorque, Paris, Londres e Milão –. Não arriscamos aqui uma origem do termo, as revistas de grande circulação acompanham

as modas de rua e até mesmo foram importantes para isso, mas também difundem ideias de estilo nas ruas de maneira linear.

Quando falamos de subculturas e tribos urbanas, falamos necessariamente de fluxos avessos aos massificadores, mas também devemos lembrar que utilizam das mesmas linguagens (HEBDIGE, 2002; POLHEMUS, 2011). Por tal motivo abordamos não apenas a anti-moda, como também a indústria da moda: pela identidade e pela linguagem.

Não há uma busca de elementos de cada fluxo de maneira fechada, categorizando-os, mas são necessárias definições para compreender nossos objeto e *corpus*. Esses fluxos de informações são monitorados detalhadamente pelos escritórios de tendências para a elaboração de novas publicações de tendências. Tais fluxos e suas apropriações são congruentes ao conceito de complexidade, principalmente com o conceito de emergência.

2. 2. Complexidade, emergência e padrões emergentes

Qualquer relação ou união entre dois ou mais elementos pode ser considerada um sistema, quando esses elementos não são ordenados no tempo e no espaço sem variáveis, trata-se de um *sistema fixo*. Quando os elementos de um sistema não possuem relações entre si, são aleatórios, são compostos de um *sistema caótico*. Quando suas propriedades são sempre as mesmas, repetitivas, são *sistemas periódicos* (LAURENTIZ, 2009).

O panorama apresentado por Morin é de grande contribuição para a compreensão de *sistemas complexos*. O múltiplo e o todo não possuem entre eles maior relevância, assim como a importância entre seus integrantes. Um sistema complexo difere-se de um sistema simples por não possuir linearidade e hierarquia.

A própria teorização dos sistemas parte de contribuições que, de certas maneiras, foram diluídas. Entre as décadas de 1940 e 1950 teorias em diversos campos colaboraram com o desenvolvimento de tecnologias que influíram na maneira de interagir entre indivíduos, com o ambiente e também na percepção espaço-temporal (ALMEIDA, 2006). Pelas definições de Freud (2010), seriam

influências em nossa cultura, mas essa influência na cultura vem a ser explícita nos últimos anos na década de 1960.

“[...] a sociedade industrial conheceu uma nova fase. Os reflexos das várias crises energéticas, e, sobretudo, os conflitos sociais e as inquietudes acerca das condições de vida, marcam um momento de forte questionamento do modelo dominante e de seus valores constituídos.” (ALMEIDA, 2006: p. 31)

Bertalanffy (2009) apresenta em 1968 a teoria com argumentos em diversos campos – o que acontece também através de Johnson (2002), com grande ênfase na qualidade de emergência de um sistema complexo –, complexidade torna-se indissociável entre as ciências em relação às suas origens, embora seja mais legitimada em alguns campos que em outros.

Complexidade também destaca algumas características pós-modernas (JAMESON, 1997; BAUMAN, 2001), com as qualidades de diluição de contribuições, quebras de hierarquia, as relações não tão delimitadas entre indivíduos e de indivíduos com espaço e tempo, as definições não tão fechadas dos próprios indivíduos ou até mesmo a coexistência de características de diversos indivíduos em um só: *multivíduos* (CANEVACCI, 2009).

Algumas aplicações em campos da biologia ou da física podem nos levar à ideia de pioneirismo, pois estão presentes em nossos organismos e ambientes de maneiras mais primitivas do que a ideia sociedade. Porém, os estudos possuem o caráter de inovação praticamente no mesmo período, chegam à superfície científica na segunda metade do século XX – como são relatados por Bertalanffy (2009) –.

A complexidade torna-se explícita através da cibernética pela maior facilidade em processar dados (JOHNSON, 2003). Sistemas simples possuem poucas variáveis, enquanto sistemas complexos possuem várias, são mais abertos aos resultados diversos, inesperados e aos ruídos. A inferioridade da capacidade humana em processar e organizar dados em relação às máquinas é ainda questionada, mas é evidente que através desses adventos tecnológicos essas tarefas adquiriram velocidade em seus processos e conclusões.

Com tamanha capacidade de processar e apresentar dados também torna-se mais possível ainda o intercâmbio entre unidades de ciências. Quando Bertalanffy (2009) elaborou a teoria geral dos sistemas deduziu, através disso, novas categorias do pensamento científico e uma natureza interdisciplinar.

Os sistemas complexos podem ser enunciados como componentes independentes sem posição hierárquica entre si, compõem um sistema de organização sem planejamento ou ordem explícitos, ou seja: não há uma hierarquia estabelecida. Mas ainda não são avessos à ordem ou algumas regras, os sistemas complexos partem de determinadas diretrizes de comportamento, mas as interferências dessas diretrizes geram em cada indivíduo comportamentos diversos, que podem interferir entre indivíduos gerando outros comportamentos formando ao mesmo tempo um múltiplo e um todo (HOLLAND, 1995; LAURENTIZ, 2009; ALMEIDA, 2011).

A falta de linearidade não é necessariamente relacionada à falta de ordem, mas a participação individual de cada componente de um sistema complexo é difundida à multiplicidade e totalidade:

“É fato que nós fazemos parte e contribuimos para a formação de um sistema complexo cultural, social, econômico -, embora não possamos perceber claramente nossa contribuição individual, pois ela se dilui entre os demais participantes deste sistema.” (LAURENTIZ, 2004: p. 08)

Um sistema complexo remete também à ideia de um sistema aberto – talvez a origem da preocupação sobre desordem em complexidade –, mas Morin (2000) destaca que nenhum sistema aberto é completamente aberto, assim como nenhum sistema fechado é completamente fechado. Novamente as definições não devem ser levadas como definições rígidas.

Em um caráter pós-moderno (JAMESON, 1997; BAUMAN, 2001), são suscetíveis a determinadas interferências adversas às conclusões binárias da modernidade. É errôneo pensar em um sistema complexo totalmente isento de regras e arriscado pensar em complexidade sem sistematizações, afinal, o todo e o múltiplo não emergem do nada: nesse caso, são resultados de uma sistematização de variáveis.

O sistema complexo define-se entre sistemas periódicos e sistemas caóticos: “[...] mais complicado e imprevisível que um sistema periódico, mas não tão repleto de relacionamentos dinâmicos [...]”

(LAURENTIZ, 2009: p. 167). Um sistema complexo é reconhecido por suas emergências. Emergência pode ser descrita como:

- “1. Uma série de regras simples aplicada a uma série limitada de objetos em um sistema que leva a resultados imprevisíveis.
2. Produto de interações acopladas dentro de um contexto, ou seja, as transformações que surgirem dependem do que mais estiver acontecendo naquele dado momento. Tecnicamente essas interações, e o sistema resultante, não são lineares: o comportamento do sistema global não pode ser obtido somando-se os comportamentos de suas partes constituintes, onde o todo é mais do que a soma de suas partes.
3. Dizer que as interações de um sistema são acopladas significa que os elementos do sistema estão conectados recursivamente. Porque os objetos estão ligados uns aos outros, uma mudança no sistema gera outra mudança, que cria outra mudança, dando origem a novos padrões no espaço e no tempo, a partir de zonas de relacionamentos (chamadas vizinhanças).
4. Em sistemas emergentes, simples interações locais levam a padrões maiores e mais complexos. Teóricos da complexidade usam o termo *bottom-up* para denominar esse fenômeno [...]” (LAURENTIZ, 2009: p. 166)

Sistemas complexos acabam por produzir propriedades emergentes – que podem gerar um padrão emergente – através de um comportamento *bottom-up*. Em emergência *bottom-up* e *top-down* (JOHNSON, 2003) possuem, respectivamente os mesmos princípios citados anteriormente de *bubbling-up* e *trickle-down* (SIMMEL, 2008; MCCracken, 2003; MCCracken, 2007; SANTOS, 2013).

Nessas emergências são identificadas determinadas semelhanças, uma repetição não de um sistema periódico, mas de relativa constância. Os padrões emergentes são construídos através de sistemas complexos e, talvez pela promessa de ordem ou da possibilidade de um sistema complexo produzir algo padronizado, são mais suscetíveis à emergência a outros sistemas. Segundo Laurentiz (2004: p. 01): “[...] padrão que brota sem ter sido deliberadamente planejado, como, por exemplo, padrões que emergem de ações locais e não-previsíveis. Estes padrões são observáveis por sua característica estrutural repetitiva, o que os distinguem do mero ruído.”

Se uma tendência de moda – ou uma tendência social – emerge através de um movimento *bubbling-up*, podemos considerar o grupo social de qual ela emergiu como um sistema complexo? E podemos dizer que essa tendência é uma emergência ou um padrão emergente?

Não buscamos através desta dissertação categorizar inflexivelmente os objetos e *corpus* aqui estudados entre sistemas complexos e não-complexos, propriedades emergentes e não-emergentes, mas apontamos congruências entre essas formas de comportamento e o universo aqui apresentado.

Mas, se considerarmos que as tribos urbanas são delineadas pelos comportamentos não hierarquizados, que seus elementos e seus iteradores não propagam um comportamento repetitivo, possuímos aí um sistema complexo. Suas propagações estéticas não são aleatórias, já que suas condições em serem adaptadas pelos escritórios de tendências são justamente os caracteres múltiplos e unificados, e não apenas um estilo a ser manipulado. Podem, portanto, compor padrões emergentes e / ou estéticos.

2. 3. Congruências e alguns exemplos entre as difusões e complexidade em tribos urbanas, moda e anti-moda

Levando em consideração as teorias dos sistemas e as teorias de difusão, abordaremos aqui alguns exemplos da história das tribos urbanas e da anti-moda que servem para explicitar tais congruências e justificar ambas as abordagens em conjunto antes de apresentar nosso *corpus* de análise. Sabemos que as tribos urbanas começaram a surgir após a Segunda Guerra, mas podemos perceber que seus adornos não destoavam tanto da cultura hegemônica da época e nem de possíveis subculturas conservadoras quanto às tribos urbanas mais próximas do fim do século XX.

Zooties, Zazous, Caribbean Style e Western Style¹⁴ eram frequentes na década de 1940. Maiores transgressões foram surgindo nas décadas de 1950, mas ainda eram contidas em relação à cultura hegemônica, mas já possuíam maior difusões através da música – principalmente o rock –. Aqui citaremos quatro tribos urbanas exemplificando alguns tipos de apropriações que podem ocorrer através de suas histórias: swinging London, hippies, punks e grunges.

Na década de 1960 a indústria da moda era ainda mais estabilizada do que no pós-guerra e, com a massificação através das mídias, deu sinais de compreensão à influência das tribos. Os estilistas parisienses tinham seus modelos contestados pelos dos estilistas britânicos. Eram contravenções

¹⁴ No Anexo C dessa dissertação temos uma linha do tempo imagética das tribos urbanas extraída do livro *Street Style: from sidewalk to catwalk* de Ted Polhemus (2014).

adotadas pelos jovens londrinos nas ruas do bairro Soho, que rapidamente chegaram aos gostos jovens de todo o mundo colocando em jogo a hierarquia parisiense. Algumas das transgressões da moda londrina foram propostas

“[...] Suas roupas foram um sucesso, impondo-lhe uma pressão enorme no sentido de aumentar a produção. Seus modelos para 1956 – 67 exibiam trajes simples, baseados em formas retas simples, ligeiramente bojadas, e linhas tubulares. Ela colocou a cintura para baixo, usou faixas horizontais e inserções triangulares de pregas na linha da bainha para permitir o movimento e, mais significante, diminuiu as saias.” (HAYE e MENDES, 2003: p. 178 – 179)

Na época, Londres recebia todos os olhares principalmente pelo público jovem, o rock inglês era tão popular que chegou a influenciar a produção de rock nacional aqui no Brasil, tamanha a demanda que foi criada a Jovem Guarda. Diana Vreeland¹⁵, chegou a afirmar que Londres era a cidade mais vibrante e *avant-garde* do mundo (VREELAND; TCHENG e PERLMUTT 2012). Não há grandes indícios de apropriações pelos estilistas britânicos da época, mas a maneira que a indústria da moda caminhou com o mesmo público jovem é evidenciada.

As apropriações de identidades não são iniciativas exclusivas da indústria da moda como também podem ser utilizadas pelas tribos. Algumas tribos de repercussões recentes, como releituras dos góticos – pastel goth, light goth, basic goth –, mipsters – fundem a tribo urbana hipster com os costumes tradicionais mulçumanos – apropriam-se de outras culturas e estéticas.

Na década de 1970, os hippies eram compostos por diversas outras tribos urbanas que aglomeraram-se em um único grupo com os protestos contra a Guerra do Vietnã (1955 – 1975).

“Tendo em consideração todos os predecessores diretos dos Hippies, de certa forma, a história deles já está contada. Os Beats contribuíram para um desligamento da sociedade de consumo padrão do mainstream e um ligamento de volta à fonte da própria vanguarda: jazz negro. Os Folkies deram a eles a visão do simples, pré-industrial, vida rural – e a creça em uma ativismo comprometido. Os Surfistas doaram o hedonismo prazeroso e uma respeitosa ligação direta com a natureza. Os Psicodélicos trouxeram a expansão da mente, infantilidade, aspectos brincalhões e a possibilidade de tecnologia moderna (shows de luz, sons eletrônicos sintetizados, novos e excitantes tecidos, ilusões de ótica) e LSD podia promover um escape da rotina da melancolia da vida moderna.” (POLHEMUS, 2014: p. 95)¹⁶

¹⁵ Diana Vreeland (1903 – 1989) foi editora das revistas de moda Harper's Bazaar e Vogue.

¹⁶ Having considered in turn all of the Hippies direct predecessor, their story has, to a point, already been told. The Beats contributed a detachment from mainstream consumer society and a link back to the wellspring of Hipness itself: black jazz. The Folkies gave them a vision of simple, pre-industrial, rural life – and a belief in committed activism. The Surfers donated zestful hedonism and a direct respectful link with nature. The Psychedelics brought mind-expansion,

As diferenças entre algumas subculturas tornou-se o menos preocupante a partir dos noticiários sobre a Guerra. Representavam indivíduos de diversos perfis, mas eram acima de tudo uma comoção contra a Guerra. Esse rompimento com a sociedade de consumo, explícito dessa maneira pela primeira vez, ilustrou um movimento crescente de questionamentos sobre os modelos lineares e dominantes da sociedade.

“A rebelião juvenil dos anos 60 – catalisada pela resistência obstinada à intervenção norte-americana no Vietnã e pelo repúdio à repressão da Primavera de Praga pelas tropas soviéticas – abriu um campo de representação cultural autônomo, desvinculado da polarização da Guerra Fria. [...] as ditaduras da moda, do estilo e do consumo, todas baseadas numa multiplicidade crescente e opressiva de opções, substituíram a lógica dual da Guerra Fria, cujo ato final, assinalado sintomaticamente por um carnaval de imagens, se deu com a queda do muro de Berlim em 1989.” (SEVCENKO, 2002: p. 85 – 88 *apud* ALMEIDA, 2006: p. 31 – 32)

Os signos identitários do hippies sofreram apropriações pela indústria da moda da mesma maneira que modas de outras subculturas foram apropriadas por eles. Yves Saint Laurent utilizou disso para confeccionar peças em patchwork para classes mais abastadas, com trajes de noite feitos de retalhos, batas ciganas em camadas e até mesmo um vestido de casamento de retalhos de seda e cetins claros. Fato que coincidiu com a abertura de mais de vinte boutiques YSL prêt-à-porter na década de 1970 (HAYE e MENDES, 2003).

Com tamanha repercussão do estilo hippie pelo mundo, de certa maneira já atravessado pela indústria da moda, não foi inesperado que outras subculturas iniciaram seus processos em emergir à superfície social. Os punks adotavam um comportamento tão avesso aos hippies que, entre outras tribos, chega a parecer uma resposta agressiva à proposta pacífica:

“Foi o tempo para uma nova ‘revolução jovem’ e claramente isso deveria definir-se em oposição ao ‘baby boom’ dos abandonados pelos hippies. Ao invés de voltar-se a natureza e ‘flower power’: artificios ácidos. Ao invés de paz e amor: inflexibilidade agressiva. Ao invés de mega-grupos adutores que cada vez mais dominavam o rock: o rústico, três acordes, o amadorismo impertinente. Ao invés de kaftans: jaquetas pretas de couro. Ao invés de *Age of Aquarius*: ‘No future’.” (POLHEMUS, 2014: p. 135)¹⁷

childlike, playfulness and the possibility that modern technology (light shows, synthesised electronic sounds, exciting new fabrics, blink-inducing color) and LSD could provide an escape route from the dreariness of modern life.

¹⁷ It was time for a new ‘youth revolution’ and clearly it would have to define itself in opposition to the ‘baby boom’ generation’s Leftlovers Hippies. Instead of back-to-nature and ‘flower power’: acidic artifice. Instead of love & Peace: aggressive toughness. Instead of the sick ‘megagroups’ which increasingly dominated rock music: a rough-and-ready, learn-three-chords, brash amateurishness. Instead of kaftans: black leather jackets. Instead of glorious *Age of Aquarius*: ‘No Future’.

Os punks assumiram identidades completamente opostas às dos hippies, mas mesmo a origem dessas identidades é colocada em jogo quando falamos de suas difusões como subcultura e entre a hegemonia. O advento do punk na indústria da moda é quase tão imediato quanto como anti-moda. Isso se deve, talvez, por três fatores: (1) o mercado de tendências já estava bem próximo do que no início da era hippie, o que era um período muito maior do que seria hoje: mais de dez anos; (2) a indústria da moda estava atenta à Londres desde o início da década de 1960 e como os hippies foram apontados como uma tribo urbana americana esperavam muito uma resposta inglesa; (3) Malcom McLaren era empresário do grupo Sex Pistols, que era uma das bandas de punk rock mais reconhecidas, mas também era casado com Vivienne Westwood.

A estilista Vivienne Westwood abriu em 1971, na King's Road em Londres, a boutique *Let It Rock*, ela e seu marido praticamente ignoraram o movimento hippie e dedicaram atenções ao movimento punk desde os primeiros sinais (VIVIENNE WESTWOOD, 2016). A boutique, que diversas vezes teve que mudar de nome, tornou-se ponto turístico em Londres (POLHEMUS, 2014). A carreira da estilista e os elementos transgressores do punk são, de certa maneira, indissociáveis. É arriscado afirmar se há uma influência maior de um sobre o outro.

Outra tribo urbana que ilustra algumas relações de apropriações é o grunge. Os jovens da região de Seattle, nos Estados Unidos, tinham por costume montar bandas de rock nas garagens de suas casas. O clima da região é úmido e frio, o que para eles justificava as maneiras de passar o tempo. As roupas que chegavam até eles eram as mesmas vendidas aos trabalhadores da indústria madeireira: camisas de flanela e calças jeans sobre calças de moletom. O estilo foi também adotado pelos fãs das bandas Nirvana, Pear Jam, Stone Temple Pilots, dentre outras.

Os fluxos de apropriações entre anti-modas e indústria da moda são dessa maneira explícitos, também são esclarecidas as apropriações internas às anti-modas e à indústria da moda. As anti-modas podem ser compostas por outras anti-modas, através de um conjunto de subculturas transgressoras ou conservadoras. Já a indústria da moda também utiliza de seus próprios signos linguísticos como fomento criativo, o que podemos exemplificar pelo conceito de moda cíclica. Algumas formas de consumo como o vintage e o kitsch estão presentes tanto nas apropriações de anti-moda quanto nas da indústria da moda.

Através das quatro tribos urbanas que aqui serviram de exemplo, podemos compreender diversos movimentos entre as definições de moda e anti-moda. Temos então as mais comuns apropriações dos signos identitários das anti-modas pela indústria da moda e de signos linguísticos da indústria da moda.

Há ainda apropriações, e eventuais fusões quando as participações são ainda mais diluídas, entre as anti-modas de subculturas. Podendo uma, algumas, todas ou nenhuma serem dominantes quanto aos elementos adotados ou à difusão e aderência de públicos. Os funcionamentos dessas fusões são semelhantes às teorias de cruzamentos de genes em biologia, sendo anti-modas transgressoras dominantes e anti-modas conservadoras recessivas.

Quando anti-modas transgressoras fundem-se entre si são transgressoras. Quando uma anti-moda transgressora e uma anti-moda conservadora fundem-se geram uma anti-moda transgressora. Por fim, quando anti-modas conservadoras fundem-se entre si, comportam-se como genes letais e definham antes de qualquer propagação.

Na indústria da moda, como os conceitos são sustentados por uma maioria hegemônica, há a aderência de signos linguísticos de modas mais antigas pelas mais novas. Enquanto as mais antigas propiciam a linguagem, as mais novas renovam esses signos, mas podem tomar facilmente os espaços das antigas principalmente se as faixas temporais entre elas forem distantes.

Há ainda as contextualizações desses elementos. Quando surge o grunge a anti-moda da tribo urbana era antes uma moda hegemônica na região de Seattle e depois, através de apropriações da indústria da moda, fomentou ideias para a moda hegemônica – dessa vez em difusão mais globalizada –. Todos esses comportamentos são fundamentais para a compreensão das sistematizações entre indústria da moda, anti-modas e monitoramento de tendências através dos escritórios e seus bureaux.

As tribos urbanas, por mais distantes da legitimidade automática, estabelecem a longo prazo uma identidade forte que em maioria das vezes supera a indústria da moda como marco histórico.

As anti-modas das subculturas são memorizadas pela sociedade pela transgressão, mas quando são apropriadas imediatamente pela indústria da moda a transgressão é diluída. As tribos urbanas apropriadas podem vir à inflexibilidade e a indústria da moda acaba fortalecendo o conceito trickle-down / top-down de moda.

Da mesma forma que são apropriados os estilos das subculturas, os espaços que frequentam também são. Com a especulação imobiliária as grandes metrópoles podem perder o posto de habitação de tribos urbanas:

“[...] Em Londres, Paris, Nova Iorque e São Francisco espaço para viver, trabalhar como designer ou artista, para ensaios para músicos, são muito difíceis de encontrar. Em Londres, Manchester, Nova Iorque costumavam haver lugares onde as pessoas podiam viver, trabalhar e vender coisas de maneira barata. Onde uma artista como Tracey Emin ou grupos de músicos como The Clash se desenvolveriam em Londres hoje? Toda nossa alta arte, música popular, estilos, etc, vieram de pequenas coisas crescendo tornando-se coisas maiores. Londres, Paris, Nova Iorque, São Francisco são agora lugares apenas para pessoas ricas – tentando comprar em autenticidade. Então, estou pessimista em relação ao futuro desses lugares. Também nessas cidades há muita atenção das mídias e do cool hunting, tanto que quando algo legal está abaixo dos holofotes acaba murchando e morrendo. Mas tenho uma grande esperança que haverá um novo lugar – Na Europa Oriental? Na América do Sul? Em cidades pequenas mas interessantes no Reino Unido e nos Estados Unidos? – onde coisas interessantes, arte criativa, música, design, ideias vão emergir.”¹⁸ (POLHEMUS, 2016; ANEXO B)

Há relações entre as sistematizações da moda com emergência e complexidade. Mas talvez, quanto maior a compreensão da complexidade pela indústria da moda, maior também os meios de apropriação e, conseqüentemente, o enrijecimento das sociedades e subculturas – onde estão as criações *colaborativas* e ricas além do sentido estético –.

Quanto mais veloz as transformações de anti-moda em moda da indústria, maiores as frustrações dos públicos que tentam se diferenciar em meio à hegemonia. As pessoas acabam buscando o clássico como fuga das propostas massificadoras e subseqüentes da indústria da moda.

¹⁸ “[...] in London, Paris, New York and San Francisco space to live, to work, as a designer or artist, to rehearse for musicians, is very hard to find. In London, Manchester, New York there used to be places where people could live, work and sell stuff cheaply. Where would an artist like Tracey Emin or musicians like The Clash develop in London today? All our great art, popular music, styles etc came from little things growing into bigger things. London, Paris, New York, SF are now just places for rich people – trying to buy into authenticity. So I am pessimistic about the future for these places. Also there is so much media / cool hunting attention that as soon as something real was under the spotlight it would wither and die. But I have great hope that there will be new place – in Eastern Europe? In South America? In small but interesting cities in the US and UK? – where interesting, creative art, music, design, ideas will bubble up.”

3. Análise de imagens dos frequentadores do Baixo Augusta

Com todo o conteúdo aqui apresentado surge a necessidade de uma análise a fim de investigar relação entre a emergência de tendências e subculturas, especialmente aquelas transgressoras. Como citado por Polhemus (2016), há um cenário pessimista em relação ao surgimento de novas tribos urbanas nos grandes centros urbanos. Aqui não objetivamos especificamente a busca por novas tribos, mas são analisados os processos específicos de supostas novas tribos, que podem ser analisadas pela possibilidade de pós-subculturas – redefinições das subculturas no contemporâneo, principalmente por transcender a própria função – (POLHEMUS, 2014; POLHEMUS, 2016).

As subculturas transgressoras de hoje não cumprem apenas o papel natural de questionar a sociedade e a cultura hegemônica. São plurais como subculturas, mas também possuem outras funções. Algumas podem já surgir com a ciência de que podem ser apropriadas por marcas e até mesmo objetivar apropriações. A cibercultura e as fronteiras não tão delineadas da pós-modernidade influenciam para uma criação de conteúdo através de determinadas popularidades. Não se trata de estilos que tentam preservar-se por completo, são estilos que estão dispostos a certos trânsitos e fusões entre públicos, mais do que nas últimas décadas do século XX.

Buscamos então, compreender esses comportamentos no Brasil. Não há intenções em abordar as forças identitárias da cultura brasileira, mas sim os modos como são expressas as identidades individuais e coletivas na amostragem do Baixo Augusta.

A cidade de São Paulo atingiu desde a década de 1930 o status de centro econômico e populacional “[...] É nesse período que a cidade entra nos circuitos culturais internacionais, alinhando-se ao sopro modernista que impactava a produção cultural Velho Mundo.” (ROLNIK, 2001: p. 26). É até hoje uma cidade de fortes fluxos de pessoas do país e do mundo, dando certo espaço às origens de novas culturas e subculturas.

A rua Augusta não vingou como rua residencial logo em seus primeiros anos, mas sempre foi uma via para pontos diferentes da cidade, ligando o centro e a rua Oscar Freire à avenida Paulista. Passou a ser considerada como uma rua de cultura a partir dos anos 1970 (ROLNIK, 2001) e a identidade em seu nome passa a estampar comércios de funções muito diferentes:

“Significativo é também o uso constante e variado do nome “Augusta”: veja-se o “Augusta Palace Hotel” que tem quase ao seu lado um discreto anúncio: “Maison Augusta – Relax for men”, exemplo de divisão das atribuições urbanas: o *palace* para virtudes públicas e a *Maison* para os vícios privados; ou ainda a “Augusta – hortaliças, frutas, carnes e laticínios” e a “Estrela Augusta”, serviços de lanchonete. [...] A rua Augusta é o suprasumo de São Paulo.” (CANEVACCI, 2004: p. 218)

Trata-se de uma rua tencionada entre bairros nobres e o centro da cidade, dividida pela avenida Paulista. Da avenida Paulista à rua Oscar Freire temos a Alta Augusta e da avenida Paulista até a praça Franklin Roosevelt o Baixo Augusta. Nota-se que até uma identidade de gênero: Alta Augusta feminino e Baixo Augusta masculino, há uma delimitação de universos, propostas diferentes de uma mesma rua. A Alta Augusta ficou destinada à frequência de classes mais abastadas e o Baixo Augusta, além de atender classes mais baixas, cede espaço à miscelânea de diversos grupos sociais e comércios de diversas funções.

[...] tudo é conjunto, justaposição, mistura. Passa-se de maneira absolutamente normal e contígua de famosos hotéis de cinco estrelas, que têm as melhores cozinhas da cidade, as casas meio arrumadas, a pequenos palacetes nos quais se anunciam as aventuras e os tabus mais promíscuos: saunas mistas, somente para adultos, massagens only for men. E ao seu lado, sem pausa para respiração, escolas elementares ou médicas que, quando fecham, à noite, fazem com que o inocente público de suas estudantes misture-se na rua com o das mocinhas prostitutas também de sua idade. Ambos esses fluxos precedem de poucas horas a invasão de transexuais muito jovens – descarados e provocantes – que não se oferecem nas esquinas mais escuras ou afastadas, mas sim diante de normalíssimas pizzarias. Todos convivem com poucos.” (CANEVACCI apud. FRÚGOLI JUNIOR, 1995: p. 35)

Os diferentes frequentadores – por dever ou direito – da região do Baixo Augusta se destacam por suas condutas irregulares aos olhares da sociedade hegemônica são, em sua maior parte, da cena noturna da região. O início da formação da identidade da região que hoje conhecemos é coincidentes aos diversos pontos da história da vida noturna em São Paulo.

Uma das primeiras boates para o público gay de São Paulo abriu na Augusta. A Medieval foi inaugurada em 1971 com muita sofisticação para a época, a maior boate gay da América do Sul. Frequentada por personalidades como Chiquinho Scarpa, Dercy Gonçalves e Elke Maravilha, destacava-se com shows grandiosos e requintados de dança e música protagonizados por transformistas (STEFFEN, 2014).

Da boate até a altura da Paulista, a rua Augusta ficava interditada com cordão de isolamento, holofotes e muita gente vendo o público da boate – que era um espetáculo à parte –. Em 1976, a atriz Wilza Carla utilizou um elefante na entrada da boate (Imagem 1) e Darby Daniel, um dos produtores, chegou a fazer sua entrada vestido de Branca de Neve, deitado em um caixão de vidro e carregado por sete anões (STEFFEN, 2014). Os desenvolvimentos das cenas gays e das tribos urbanas são interligados, uma vez que as atenções voltam-se à uma suposta minoria social, outras supostas minorias destacam-se e desenvolvem seus costumes diante à sociedade hegemônica.

Figura 3 – Wilza Carla em cima de um elefante na entrada da boate Medieval. Fonte: VEJASP, 2013.

A prostituição foi outra das minorias vinculada à rua Augusta, é lembrada até hoje, mesmo com a atual dispersão da atividade através da internet e alguns dos direitos adquiridos pela categoria. O profissional do sexo hoje não precisa necessariamente de alguém para gerenciar sua carreira ou de uma localização fixa. Outro motivo seria a expansão imobiliária dos últimos anos na região, impulsionada por revitalizações urbanísticas na região central, resultou em uma diminuição das boates.

A intensa presença de profissionais do sexo gerou também comércios e lazeres voltados a esse público. Muitas prostitutas após seus respectivos horários de trabalho utilizam dos entretenimentos da rua Augusta e adquirem roupas específicas que são vendidas em algumas lojas na região.

As lojas de roupas sensuais acabam atingindo outros públicos, vendendo uma das versões dos estilos do Baixo Augusta. Estúdios de tatuagem, salões de beleza e lojas de curadoria rotativa com marcas pequenas acabam vendendo estilos. Não é necessário ser um frequentador assíduo do Baixo Augusta para se vestir como tal, mas os coletivos ainda são apreciados na vida noturna da região, que tomou muita força com a cena clubber.

A música eletrônica revelou em São Paulo personalidades que hoje são conhecidas, como Alexandre Herchcovitch, Astrid Fontenelle, Sylvetty Montilla, Talia Bombinha e Erika Palomino.

O Massivo e o Sra. Krawitz eram o início dos anos 1990. Um momento em que éramos muito pequenos, em números de pessoas, mas que nos sentíamos muito representativos do que acontecia na cidade, em termos de vida noturna. [...] Eles eram, incluindo agora o Hell's, de fato a tal falada cena, e também a menção de sua própria expressão. Seus frequentadores, promoters, hosts, eram a cena. Não apenas levantavam o astral, ERAM o astral, CONSTRUÍAM o astral. Seu núcleo fazia acontecer e respingava em seus círculos periféricos, no bom sentido. Num ciclo autofágico, como em qualquer célula, isso se dá de forma orgânica, e natural. Muita gente legal se conheceu no circuito, de fato, mas muita gente passou a frequentar porque era modinha. Mas o povo da modinha logo vazou.” (PALOMINO apud. RIBEIRO, 2014)

Além desses, o Baixo Augusta já foi a cena para diversas outras tribos urbanas na cidade de São Paulo: punks, skinheads, emos, indies, hipsters, bikers, etc. Ao mesmo tempo que contribuem para a composição identitária da região, os integrantes dessas tribos urbanas exportam os estilos do Baixo Augusta através do consumo.

É uma região que representa a cultura jovem paulistana, as subculturas e a vida noturna ao longo de sua história. É distante e próxima o suficiente da superfície social e, aparentemente, é uma amostra ideal do contexto antes exposto nesta dissertação. Claramente que, em níveis globais são arriscadas as possíveis considerações, mas a proposta é de que – através da análise das imagens dos frequentadores – serão investigados os elementos aqui apresentados e a o supostamente alternativo na moda.

Para a presente dissertação foram escolhidas datas de capturas de imagens viabilizando o calendário trabalhado pela indústria da moda, divididas em dois períodos representando primavera / verão e outono / inverno. Muito se discute em relação ao calendário adotado por não representar ambos os hemisférios ao mesmo tempo – sabendo que todas as cidades do grande circuito de semanas de moda são do hemisfério norte – em meio ao mercado cada vez mais veloz e um consumo cada vez mais globalizado. Algumas marcas estão em processo de abandonar dois desfiles por ano, assim como estão abandonando o próprio conceito de desfile, as localidades e paradigmas como gênero.

Além do Baixo Augusta em nosso *corpus* de análise, é necessária também uma definição do que há previsto na indústria da moda em determinado momento e que tenha a linguagem de moda estabilizada para comparações mais objetivas.

No Brasil, as publicações de tendências para a indústria da moda ainda são muito poucas e muitas vezes já direcionadas ao mercado, sem uma edição que trabalhe a construção de tendências. Foram selecionadas duas edições das publicações italianas *Sport & Street Collezioni* da editora Logos: n° 75 primavera / verão 2015 (VIGNALI, 2015) e n° 76 outono / inverno 2015 – 2016 (VIGNALI, 2016).

Para a captura das imagens foram levados em consideração trabalhos de dois profissionais: Hans Eijkelboom e Bill Cunningham. Ambos buscam nas ruas as maneiras de se vestir que merecem determinado destaque, mas seus respectivos trabalhos possuem algumas particularidades.

Eijkelboom é um fotógrafo holandês que elabora painéis de indivíduos diferentes vestindo-se de maneiras parecidas em diversas partes do mundo, a maioria grandes metrópoles, ele mantém um recorte temporal curto e permanece em um único espaço. Eijkelboom não está vinculado formalmente à indústria da moda, mas sua perspectiva complementa a imersão – ou a relativa abstenção – em meio às cenas (EIJKELBOOM, 2014). Sobre seu processo de trabalho, Eijkelboom faz a seguinte descrição para David Carrier:

“Quando estou trabalhando [...] Estou fora do mundo. Não vejo nada. Sou intocável. Mas apenas [...] pelas duas horas em que estou trabalhando. [...] A câmera faz o trabalho. Tudo o que tenho que fazer é carregar isso. Eu nunca olho através da câmera’ [...] onde Baudelaire mais se preocupa com homens privilegiados sobre a cidade e mulheres na moda,

Eijkelboom tem preocupações mais democráticas. Moda comum, o não excepcional, é o que o fascina.”¹⁹ (CARRIER, 2014)

O trabalho de Eijkelboom não está retido na fotografia em si, é um trabalho de seleção de fotos e intrínseco ao acaso. Expõe coerências com os conceitos de complexidade e emergência, principalmente com padrões emergentes e estéticos.

Figura 4 – Painéis de imagens capturadas e selecionadas por Eijkelboom. Fonte: FOTOSPOT, 2016.

Já Bill Cunningham é vinculado à indústria da moda, considerado um fotógrafo de moda e fotógrafo de rua, publicou imagens capturadas pelas ruas de Manhattan na coluna *On the street* do jornal *The New York Times*. A coluna durou de 1989 até recentemente, encerrando as atividades justamente pela morte de Cunningham em 25 de junho de 2016. Diferente de Eijkelboom, Cunningham não obtinha pontos fixos para suas fotografias – apesar de apontar a esquina da Quinta avenida com a rua 57 – e utilizava de uma bicicleta e uma câmera analógica para fazer seus percursos. Cunningham tinha em paralelo a cobertura das semanas de moda dos grandes circuitos e uma coluna de festas da elite de Nova Iorque (PRESS, 2010).

¹⁹ “‘When I am working [...] I am outside of the world. I see nothing. I am untouchable. But only [...] for the two hours while working. [...] The camera does the work. All I have to do is carry it. I never look through the camera’ [...] where Baudelaire is mostly concerned with privileged men about town and fashionable women, Eijkelboom has more democratic concerns. Ordinary fashion, the unexceptional, is what fascinates him.”

Figura 5 – Edição da coluna *On the Street*. Fonte: CUNNINGHAM, 2012.

Também foram levados em consideração os trabalhos fotoetnográficos de Achutti (1997; 2004). A sensibilidade e perspectiva que levam muito em conta a imersão do autor com os temas são explícitas em ambos os trabalhos, mas trata-se de uma construção do olhar antropológico e, além, do olhar fotográfico. Além disso, não buscamos aqui uma narrativa como propõe Achutti, mas sim uma análise seguida de uma investigação com possíveis apontamentos.

Nas capturas do Baixo Augusta poucas vezes restaram instantes para a contemplação e conclusões entre as fotos, mas algumas contribuições de cunho metodológico como os planejamentos das imagens a serem capturadas – no caso, os percursos percorridos – e a constante adaptação entre esses planejamentos. Na presente análise as fotografias podem ser vistas tanto de maneira avulsa quanto em conjunto, são imagens independentes que atravessam os históricos aqui apresentados nos capítulos anteriores.

Não podemos portanto tratar da captura e seleção de imagens como fotoetnográfica, pois não há necessariamente a composição de uma narrativa e a imersão não é um objetivo assíduo. Não foi proposto um aceite (PEREZ, TRINDADE, FOGAÇA, BATISTA, 2013) formalizado do pesquisador em campo. A câmera tipo reflex não foi escolhida apenas por suas qualidades técnicas, mas também pela legitimidade que ela agrega a quem tira as fotografias.

Com uma câmera reflex o pesquisador não é um clandestino ou um intruso, é explicitamente um indivíduo que está ali para embates daquelas faixas de espaço, ação e tempo. Alguns se intimidam, outros se exibem, muitos ignoram ou nem ao menos notam a câmera, pois é um objeto constante em nosso cotidiano. Há alguns anos as discussões em torno do caráter ético ou não em sermos vigiados eram constantes, hoje já nos conformamos e aceitamos câmeras em quase qualquer lugar e a desenvoltura frente à vigilância constante é treinada através das redes.

Também não utilizamos de coletas de autorização de usos de imagem (PEREZ, TRINDADE, FOGAÇA, BATISTA, 2013). Como as capturas ocorrem muito ligeiramente, mal sobrando tempo para mudar configurações da câmera, achamos melhor seguir a pesquisa com o compromisso de tarjar os frequentadores.

3. 1. *Sport & Street Collezioni*: os principais apontamentos das publicações de tendências selecionadas

As revistas italianas de projeções de tendências *Sport & Street* costumam a lançar seus números com correspondências de diversas cidades, principalmente europeias, mas mantendo a perspectiva urbana e focada em moda de rua e esporte – algo muito recorrente nas ruas de São Paulo –. Possuem grande foco em feiras e em semanas de moda também.

Como a maioria das publicações do setor, eles possuem edições com um eixo de tensões entre: (1) Tendências mais complexas e em caráter de observação mais profunda, que estão mais distantes da indústria da moda contemporânea, mas presentes nas ruas. (2) Tendências mais objetivas e estéticas seguindo a linguagem legitimada da moda – cor, textura, volume, formato e detalhe –, já presentes nas passarelas de grandes grifes ou ao menos prestes a entrar.

Apontam também algumas tendências específicas propostas por determinadas marcas. As edições contam ainda com guia de compras e de eventos de moda, alguns fora do grande circuito. Aqui foram analisadas as edições 75 e 76 (Imagem 3).

Figura 6 – Capas das edições 75 e 76. Fontes: VIGNALI, 2015; VIGNALI, 2016.

A partir do sumário dos dois volumes, seguimos parte do método de tags utilizado por Manovich, Douglass e Zepel em *How to compare one million images?* (2001). Foram destacadas as características de elementos da linguagem da indústria da moda, características quanto ao universo das tribos urbanas e conceitos de difusão e características territoriais (Imagem 4).

Figura 7 – Cópias esboçadas dos sumários e tags em cores.

As tags não são o único destaque de análise. Todo o conteúdo dos dois volumes foi analisado, as tags são uma maneira de guiar a análise de uma maneira indexada. Vamos tratar de cada volume separadamente não por uma linearidade de informações, mas por uma divisão temporal ainda utilizada pela indústria da moda.

No editorial intitulado *Hybrid*, é exposta a unificação social dos grupos em uma grande família contemporânea. As tendências do número são divididas em quatro grandes categorias: *jeans*, *militar*, *fetiche* e *tecnológico*. Em *jeans*, a bricolagem chega a outro nível, podendo agregar florais e bordados e atingir toda a composição e até mesmo coexistir. Em *militar*, irônicas representações das estampas. O *fetiche* é reinventado com neoprene, estampas tribais e técnicas especiais de tingimento. E o *tecnológico* inspira-se em esportes populares (VIGNALI, 2015). Já no editorial *Vintage Avant-Garde*, alguns elementos do número anterior são mantidos, porém mais comedidos, além de um adicional de misturas entre tecidos antigos e moda jeans (VIGNALI, 2016).

Algumas imagens e demais informações dos dois volumes serão expostas na medida que as imagens dos frequentadores demonstrarem semelhanças com essas. A leitura indexada proposta pelo sumário com tags colabora para possíveis corroborações entre os volumes e para os comportamentos observados no Baixo Augusta.

3. 2. Métodos e percursos

As capturas de imagens dos frequentadores ocorreram principalmente no período noturno e não foram elaboradas apenas a partir da rua Augusta, entre a avenida Paulista e a praça Roosevelt, como também incluíram percursos de menor fluxo ou menos legitimação do que a rua Augusta em si. Alguns percursos foram elaborados incluindo paralelas e perpendiculares. Os sete percursos estão em anexos à dissertação (Anexo D).

Entre percursos mais densos e próximos da rua Augusta e percursos mais difusos, algumas adaptações ocorreram entre as capturas, são muitas variáveis em relação aos espaços e tempos resultando em maiores e menores frequências.

3. 3. Análise de imagens de frequentadores do Baixo Augusta: questões de imagens

Por mais que a presente dissertação inclua uma análise de imagens, não assume o caráter de decodificador ou decifrador, tão pouco de um trabalho fotográfico. Um fotógrafo possui elementos identitários de seu trabalho e seus segmentos, aqui não possuímos um segmento específico em fotografias, embora haja um objetivo específico.

A fotografia foi o meio escolhido para capturar essas imagens pois, além de ser um meio utilizado há anos pela indústria da moda, é também um meio imagético que agrega – ao mesmo tempo – a velocidade e o embate de um momento. Não seria prudente utilizarmos de esboços a mão livre, por exemplo, por não capturar de imediato as imagens. Também não seria prudente utilizar de vídeos, pois os destaques não seriam tão evidentes.

O destaque das perspectivas de uma única pessoa fotografando compartilha de determinadas particularidades, mas buscamos aqui o mínimo de protagonismo. Neste setor buscamos quase que uma invisibilidade, uma abstenção do indivíduo capturador, assim como nos trabalhos de Eijkelboom (2014) e Cunningham. Embora este último fora reconhecido e até mesmo esperado nas ruas de Nova Iorque para possíveis fotografias, algumas vezes a coluna *On the street* reuniu imagens de uma mesma pessoa em suas rotinas (PRESS, 2010).

Além da linguagem legitimada da indústria da moda – cor, textura, volume, formato e detalhe – e de todo o restante contexto apresentado nos capítulos anteriores, possuímos também alguns elementos de análise, essenciais para a continuidade sem interferir diretamente em outros meios de linguagem. Utilizamos principalmente do livro *Imagem: cognição, semiótica, mídia* de Santaella e Nöth (1997).

Vale lembrar que, além da fotografia como imagem – o que aqui é um mero suporte imagético – as composições de adornos ou *looks* dos frequentadores são imagens também. Portanto, a análise não se atrela diretamente aos elementos compositores das fotografias, mas sim aos elementos compositores dos looks dos frequentadores do Baixo Augusta e suas possíveis relações com espaço,

tempo, com ele mesmo e demais indivíduos – lembrando do conceito de moda como o corpo culturalmente visto (AVELAR, 2011) –.

É necessário explicar que a formalização desta análise é de uma missão um tanto relativa. Uma vez que as imagens são capturadas elas já estão sob um caráter analítico, elas já ressaltaram em meio às outras cenas que poderiam ser capturadas também.

Há nas imagens, primeiramente, o caráter de representação. Como signos icônicos com critério de semelhança ou não (SANTAELLA e NÖTH, 1997). Os eixos de tensão da moda são explícitos quando abordamos esses critérios de semelhança. Ser incluído ou excluído em determinado grupo social são características expressas pela moda.

As representações são imagens que possuem, aproximadamente, a mesma função que uma descrição, uma sub-relação da simulação (SANTAELLA e NÖTH, 1997). Há grupos sociais que representam a si mesmos através da moda e ainda há grupos que representam à outras subculturas em outros tempos e espaços.

Um indivíduo em São Paulo em 2016 com elementos utilizados pelos hippies, por exemplo, possui representações de uma subcultura que transitam por grande parte do ocidente desde a década de 1960 e se levamos em consideração o que diz Polhemus (2014), essas representações estão presentes antes mesmo de surgirem os hippies: foram reunidas pela comoção em torno da Guerra do Vietnã. No entanto não é isso que pode tirar a legitimidade do indivíduo em sentir-se hippie, são acordos entre indivíduo, grupo, signos e sociedade.

Difícilmente roupas deixam de representar algo, são imagens vinculadas a contextos de imagens: “[...] Imagens podem funcionar como contextos de imagens. Entretanto, num sentido semiótico mais geral, no qual as imagens são apenas um dos tipos possíveis, não há signo sem contexto, visto que a mera existência de um signo já indica seu contexto.” (SANTAELLA e NÖTH, 1997: p. 60)

É arriscado deduzirmos aqui signos não-representativos, pois todo adorno ou composição de adornos são vinculados aos elementos da indústria da moda ou das anti-modas. Até mesmo uma

roupa supostamente neutra representa sua neutralidade, sua abstenção diante ao histórico de subculturas.

Essas representações no contemporâneo podem não possuir o mesmo impacto, pois os signos da indústria da moda e da anti-moda passam a *evoluir* antes mesmo de tomarem forma. Porém, representações de anti-modas podem ser de maior impacto do que representações da indústria da moda, sabendo que estamos falando de estilos. Há nuances de representatividade também, e quanto mais próximas de suas primeiras formalizações pela indústria da moda ou pelas subculturas tendem a possuir representações *mais intensas*.

A adoção de *unidades de percepção* (SANTAELLA e NÖTH, 1997) pode ser um elemento móvel entre os tópicos de análise, mas não há uma necessidade em analisarmos essas unidades como elementos particularizados e em algumas vezes nem é possível delimitar essas unidades.

Também poderíamos abordar a busca por imagens como emblemas, ícones e outras afirmações gerais (SANTAELLA e NÖTH, 1997), além de estarem ligadas às unidades de percepção, não buscamos aqui afirmações gerais já estabelecidas mas sim as emergências de afirmações – gerais ou plurais –.

3. 3. 1. Tópicos de análise

Possuímos então os seguintes tópicos de análise:

- Quanto às publicações de tendências (*Sport & Street Collezzioni* #75 e #76), analisando principalmente através da linguagem legitimada da indústria da moda – cor, textura, volume, forma e detalhes –;
- Padrões emergentes e padrões estéticos (LAURENTIZ, 2004; LAURENTIZ, 2009), além das naturezas das imagens entre *bottom-up* e *top-down* (BERTALANFFY, 2009; HOLLAND, 1996; JOHNSON, 2002; LAURENTIZ, 2004; LAURENTIZ, 2009; ALMEIDA, 2006; ALMEIDA, 2011) ou *bubbling-up* e *trickle-down* (SIMMEL, 2008; MCCracken, 2007; SANTOS, 2013; SANTOS, 2015);
- Signos de linguagem e signos identitários (POLHEMUS, 2011);

- Representatividades (SANTAELLA e NÖTH, 1997) em relação ao histórico de subculturas.

3. 3. 2. Considerações sobre a análise

As sessões de capturas de imagens ocorreram no último fim de semana de agosto de 2015 (dias 28, 29, 30) e no último fim de semana de janeiro de 2016 (29, 30, 31). Houveram tentativas de sessões nos demais dias da semana, mas destoava do restante das fotografias, sendo que a rua Augusta reassume a condição de via de trânsito e muitas vezes seus frequentadores não estão lá em momentos de lazer.

Os horários das capturas variam entre às quinze e três horas, abrangendo grande parte dos horários de lazer em espaço público. Antes das quinze horas a frequência ainda é moderada em relação aos outros horários, a medida que a noite se aproxima o Baixo Augusta é mais frequentado. A partir de uma hora, grande parte dos frequentadores retornam às residências ou passam para estabelecimentos de entretenimento noturno, como discotecas, casas de shows, bares, etc. Mas, ainda assim, a frequência permanece relativamente alta até às três horas.

Nas primeiras sessões foram feitas notas de campo, mas não traduzem o Baixo Augusta quanto às imagens e – após *tomar intimidade* com a câmera – também não é um complemento. Não que as fotografias assumam o posto de uma única narrativa como nos trabalhos de Achutti (1997; 2004), como já citado, não há um objetivo em linearizar as imagens.

Todas essas expressões de moda no Baixo Augusta foram analisadas através da complexidade, portanto cada elemento possui suas contribuições diluídas em relação às possíveis tendências. Subculturas transgressoras, especialmente tribos urbanas, possuem essa característica em relação às participações de seus agentes.

Por mais que uma banda ou um designer assuma uma tribo como parte de seu público ou trabalho, são indissociáveis dos outros elementos das tribos. Os artistas que se apresentaram no *Woodstock Music & Art Fair* (1969) tinham contribuições aos hippies, mas os hippies criaram o universo imagético para esses artistas. A mesma relação ocorre com outras tribos e os agentes de difusão

desses universos. Nos próximos tópicos, apresentaremos os temas que se destacaram com a utilização dos tópicos de análise desde as capturas de imagens.

3. 3. 2. 1. Quanto às possíveis tendências

Para apresentar as possíveis tendências através de padrões estéticos e comportamentais emergentes, montamos alguns painéis imagéticos reunindo alguns índices das percepções apontadas. As fotografias analisadas podem ser conferidas integralmente nos anexos (E) da presente dissertação.

Não houveram grandes diferenças nos modos de se vestir dos frequentadores entre as sessões de agosto e janeiro, o clima era praticamente o mesmo mas a indústria da moda também iniciou com algumas marcas a apresentar coleções sem relações com qualquer estação. Pode ser arriscado apontar o que está causando esse tipo de mudança, mas é muito provável que seja um comportamento observado pela indústria já há algum tempo.

3. 3. 2. 1. 1. A ditadura da ironia: elementos militares sem repressões

Assim como apontado no número 75 da *Sport & Street Collezioni*, (VIGNALI, 2015) encontramos alguns frequentadores utilizando roupas camufladas. Tanto na publicação, quanto nas ruas são estampas mais trabalhadas do que em outras épocas, não há grandes variações de cores mas há uma variedade.

São ironicamente avessos à uma uniformização e à proposta de ordem e estavam distantes das adaptações da indústria da moda há algum tempo. Porém, em alguns looks são presentes mais de uma peça com padrão camuflado ou próximas à esse padrão. As cores também aparecem, mas ainda não são associadas diretamente ao estilo militar.

Para a rua Augusta, principalmente próximo à praça Roosevelt, a ironia em utilizar elementos ligados aos uniformes militares é ainda maior, pois há presença constante da Polícia Militar e outras guardas. Não podemos dizer que há uma ironia consciente por parte dos frequentadores, mas trata-se de algo que escapou da ordem. Até mesmo para forças de estado as apropriações não conseguem sempre ser contidas.

Figura 8 – Painel imagético 1 – Militares irônicos.

3. 3. 2. 1. 2. Estampas florais com moderações

As estampas florais aparecem muito entre os frequentadores do Baixo Augusta, ainda são mais evidentes em identidades femininas. Porém, tanto homens quanto mulheres não estão utilizando da mesma maneira que são sugeridas pelas publicações. Aqui, os florais não estão no jeans, mas há muitos looks que possuem tanto peças em jeans quanto em estampas florais. Seria um caminho para a adoção da tendência, mas com determinada moderação.

Nos homens o floral é muito presente – mais do que poderia se esperar – mas ainda são totalmente divididos e contidos. Na maioria das vezes utilizam na parte de cima dos looks e a parte de baixo é de uma única cor, sem estampas. Também são presentes florais em detalhes de algumas peças, também delimitados.

Figura 9 – Painel imagético 2 – Florais moderados.

3. 3. 2. 1. 3. A suposta ausência de tecnologia e sexo

Diferente do que foi citado nas publicações analisadas (VIGNOLI, 2015; VIGNOLI, 2016), os frequentadores do Baixo Augusta não utilizam de elementos explícitos à tecnologia ou à sexualidade. Não que sejam avessos aos tecidos tecnológicos e compreensões de fetiches, mas não parece ser uma preocupação expressar tais conquistas.

O seminário *O Y da questão* (MARANGONI *et al*, 2014) apresentado na disciplina *Monitoramento de Tendências* no curso de especialização *Estética e Gestão de Moda* da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, uma contra-tendência semelhante é explícita e talvez aqui tenha uma amostragem de adoção pelo público.

Uma vez que atingimos determinadas conquistas sociais a estética pode parar de servir como protesto às divergências, hoje em algumas camadas sociais sabemos que roupa não possui gênero, mas por esse mesmo motivo podemos nos sentir confortáveis em utilizar elementos que expressem fortemente as identidades de gênero: o feminino pode ser fortemente feminino e o masculino fortemente masculino (MARANGONI *et al*, 2014).

Aqui, os adventos tecnológicos podem não ser explícitos não apenas por uma disposição do mercado, mas também pela própria ciência de que há tecnologias aplicadas aos vestíveis: gera-se um conforto em vestir tanto o novo e tecnológico quanto o antigo e *natural*, comum. O mesmo vale aos fetiches.

3. 3. 2. 2. Quanto às possíveis subculturas

Como citado anteriormente, é discutível o termo *tribos urbanas* no contemporâneo, mas é explícita a presença de elementos que destoam da grande parcela hegemônica da sociedade. A rua Augusta provou-se um espaço de legitimação de determinadas subculturas e é a via mais próxima à hegemonia do Baixo Augusta, e essa hegemonia junto à fusão de diversos estilos se intensifica quanto mais próximo da avenida Paulista e distante da praça Roosevelt.

Algumas localidades paralelas e perpendiculares à rua Augusta assumem frequência de elementos destoantes, talvez pela apropriação do espaço público da rua Augusta, que hoje possui múltiplos estabelecimentos comerciais e residências sem as propostas de espaço alternativo. Da mesma maneira que a anti-moda é apropriada o espaço público também é apropriado. A maneira que nos vestimos no espaço público pode ser uma expressão de ocupação territorial e temporal.

3. 3. 2. 2. 1. Praça Roosevelt: um ponto de encontro

A praça Roosevelt foi uma grande descoberta para a análise, ela é uma das localidades destoantes à hegemonia através dos encontros da maioria das subculturas notadas. Além de ponto de encontro de subculturas, ela é também um ponto de encontro físico de diversas vias da cidade: ela é o fim da Augusta, presente na rua da Consolação, próxima à avenida São João e entrada para o elevado Costa e Silva, que abre aos pedestres aos fins de semana gerando um grande fluxo de lazer entre a zona oeste e o centro.

A praça Roosevelt é cercada de bares e teatros reconhecidos, possui nuances de frequências dos públicos desses estabelecimentos. A utilização da praça é múltipla e geral, as escadas são ocupadas, os bancos também. É um espaço público mas não é um espaço óbvio, é presente pelos bares e

teatros mas ao mesmo tempo ausente por essas localidades. Podemos falar que ela é de frequência jovem, mas as próprias redefinições do públicos jovens mudam também a proposta dos públicos da Roosevelt.

3. 3. 2. 2. 1. 1. Extensão da própria casa e mães explícitas na Roosevelt

Entre as redefinições do público jovem e a reapropriação da praça Roosevelt após uma revitalização urbanística de 2012, a segurança do espaço é aparentemente confirmada com a presença de algumas famílias, especialmente mães com bebês em carrinhos e crianças pequenas.

O fato de frequentarem um espaço onde esperamos apenas jovens avulsos às suas famílias é inusitado e acaba se destacando em meio aos skatistas e patinadores velozes. Há nesse caso redefinições de uma subcultura, de família, de juventude, de mães. O espaço público é revisitado por uma nova geração de famílias. Talvez, a megatendência de consumo *in door* esteja em seus últimos tempos.

Figura 10 – Painel imagético 3 – Mães e filhos na praça Roosevelt.

3. 3. 2. 2. 1. 2. Skatistas da praça Roosevelt

Por todo o Baixo Augusta há skatistas, mas na praça Roosevelt notamos particularidades. Os looks skatistas da praça Roosevelt são mais próximos esteticamente dos skatistas estudados por Polhemus (2014), parecem ter mais dedicação ao esporte e ao estilo de vida. São em grande maioria adolescentes e jovens adultos, mas há também crianças e pessoas mais velhas.

Diante proibições passadas os skatistas da praça já tiveram certo protagonismo no espaço, são ainda a maior parcela de frequentadores mas não ocuparam o espaço como os únicos. Na análise não houve nenhum tipo de intimidação por parte desses, nem presenciamos intimidações aparentes.

Figura 11 – Painel imagético 4 – Skatistas da Roosevelt.

3. 3. 2. 2. 1. 3. Hippies de 2016?

Muitos frequentadores apresentaram elementos estéticos semelhantes aos dos hippies. Claro que os hippies desde os anos 1960 e 1970 não foram extintos e seus signos identitários ainda percorrem o cotidiano através da difusão, mas na praça Roosevelt encontramos frequentadores com signos identitários mais próximos dos hippies em si do que das difusões, e a maneira em se relacionar com o espaço também é semelhante.

Novamente, os signos identitários dessa tribo quando estão na rua Augusta são mais próximos da difusão e da hegemonia do que em perpendiculares e paralelas. Talvez, da mesma maneira que aconteceu com a primeira versão da tribo urbana, necessite de uma comoção social e política para uma emergência potente de todos os grupos.

Figura 12 – Painel imagético 5 – Hippies de 2016.

3. 3. 2. 2. 2. Os Velodeaths: tribo, marca, lifestyle ou religião?

As possibilidades em encontrarmos tribos urbanas vão além quando encontramos indivíduos explicitamente híbridos – ou multivídeos, como sugere Canevacci (2009) –, são pessoas que utilizam de elementos de diversas subculturas e ainda condutas diferentes de estilo de vida.

Polhemus (2016) sugeriu em entrevista que talvez temos um conceito de pós-moda e pós-subculturas na moda de rua: quando moda e subculturas transcendem suas funções. Em nossa análise encontramos os Velodeaths que são compostos por pessoas que reúnem elementos de estilo dos bikers, coffee-bar, cowboys, ton-up boys, rockers, hippies, greasers, skinheads, rastafáris, headbangers, punks, psychobillies, new age travellers, entre outros.

Eles se concentram muito na lanchonete *Mate Por Favor* da galeria *Village* na rua Augusta, conhecida pelos salgados veganos, o que é uma das características do estilo de vida de seus

integrantes. Porém, desde o início na pesquisa notamos também eventuais presenças no elevado Costa e Silva, na praça Roosevelt e outros pontos do centro de São Paulo.

Outros costumes dos Velodeaths são estêncils, lambes-lambes, jaquetas e outras peças customizadas. Também utilizam muitas bicicletas e uma delas lembra o estilo velocípede, muito utilizado no século XIX. Os estilos adotados lembram muito dos punks sem esperança, desiludidos com o sistema, mas ao mesmo tempo eles possuem uma preocupação com o consumo de maneira diferenciada em relação às outros desdobramentos do punk.

Podemos considera-los subcultura ou até mesmo pós-subcultura (POLHEMUS, 2016), mas vale a ressalva de que as tribos urbanas já formalizadas tinham os mesmos modos de aglutinar e adaptar costumes.

Os Velodeaths também são marca, vendem roupas em um site (Imagem 10) com o nome da tribo urbana, a maior parte dos produtos são camisetas pretas com estampas brancas. Eles promovem festas e músicas novas entre eles e em sua página na rede social Facebook (Imagem 11) definem-se como *Igreja / instituição religiosa*.

Figura 13 – Loja on-line Velodeath. Fonte: VELODEATH.

Figura 14 – Página de Velodeath na rede social Facebook.

Figura 15 – Painel imagético 6 – Os Velodeaths

3. 3. 2. 2. 1. “As pessoas na sala de jantar”: uma contra-tendência e uma abstenção ao alternativo no Baixo Augusta

A medida que coisas novas são descobertas e apropriadas elas também podem provocar adeptos do clássico, avessos aos estilos. Espaços são apropriados e atraem pessoas que não se destacariam se

não estivessem no Baixo Augusta. A hegemonia, apesar de sempre presente, também pode ser uma tendência e a indiferença dos indivíduos vem acoplada a isso. Durante a análise das imagens dos frequentadores notamos muitas pessoas avulsas aos estilos. Sentadas nos bares estão também em uma extensão da própria casa, mas sem a irreverência da outra tendência, não esboçam reações. Como diz a música: “são ocupadas em nascer e morrer” (MUTANTES, 1969).

Figura 16 – Painel imagético 7 – As pessoas na sala de jantar.

Considerações finais

Partir das definições para compreender indefinições é um percurso detalhista mas necessário. Da mesma maneira como determinadas camadas da moda adquirem conclusões precipitadas e superficiais, alguns elementos da presente dissertação passam constantemente por esse olhar superficial, mas chegam às descobertas mais consistentes quando corroborados pelos estudos de processos.

As maiores dificuldades de todo o processo de estudos, práticas e análises apresentam-se em uma camada de conhecimento que talvez somente a prática leve à resultados mais imediatos. Os grandes escritórios de tendências possuem anos de prática, atualizações constantes e mesmo assim apoiam-se em diversos estudos para a formalização de tendências sociais e estéticas.

Durante o processo da presente dissertação a maneira complexa de lidar com múltiplos conceitos – além da própria complexidade aqui abordada – e compreender suas contribuições diluídas, sem uma hierarquia aparentemente relevante, sem uma ordem explícita, colaboraram muito para a compreensão e alcance dos objetivos iniciais. Tal complexidade nos mostra que os estudos de moda e a atualização da indústria da moda devem propor mais relações entre ciência e prática, deveriam ser vistos mais interligados ainda do que já são.

As questões sobre uma moda alternativa foram esclarecidas, em relação aos seus gradientes. Não que haja uma consistente moda alternativa e que são acessíveis em variáveis de espaço e tempo. Além, foram expostas nuances do caráter alternativo entre a indústria da moda e a anti-moda das tribos urbanas. Os eixos de tensão sempre existirão, da mesma forma que a hegemonia sempre terá contrapontos impulsionados pelas subculturas. A legitimidade do caráter alternativo não está apenas nas perspectivas dos estudos desses movimentos, mas também entre esses grupos sociais.

Mas nos vale destacar que da mesma maneira que a indústria da moda está em constante mudança, a anti-moda provavelmente pode surgir de outras maneiras e possuir fomentos de diversos meios. Como as subculturas são relativamente mais próximas das lacunas sociais, tendências sociais podem emergir com mais facilidade e sem muitas adaptações por meio dessas.

A hegemonia embota potenciais tendências da mesma maneira que embota tendências já formalizadas. Se não há um olhar atento em subculturas, as perspectivas devem passar por reformas e em um possível acordo elaborar com mais responsabilidade as apropriações. Se a indústria da moda continuar utilizando tanto de subculturas, o risco de tornar grupos sociais com fluidez em grupos sociais rígidos é relativamente alto, e a própria indústria pode vir a sofrer consequências por escassez de fomento criativo e público.

Quanto ao termo *tribos urbanas*, verificamos as possibilidades de novas tribos urbanas, mesmo com determinadas questões do contemporâneo tão influentes nas construções de novas tribos. Não podemos dizer que uma tribo com composição híbrida de signos identitários – adotados de outras subculturas – não seja legítima da denominação como *tribo urbana*, afinal no próprio histórico das tribos é uma característica comum. Também não podemos dizer que eventuais comercializações propostas pelas tribos, como no caso dos Velodeaths, também sejam comprometedoras à tal categorização. Talvez a comercialização e o consumo propostos pelas tribos seja uma maneira muito bem articulada de sobreviver a determinadas apropriações da indústria da moda. Mesmo intocáveis, os signos identitários das tribos são suscetíveis às mudanças, cabe prudência aos profissionais quando houver apropriações de outros grupos sociais.

Os possíveis trabalhos que podem ser gerados a partir da presente dissertação são múltiplos se levarmos em consideração novas aplicações em espaços e tempos diferentes. Em resumo, podem haver contribuições para um histórico em subculturas em São Paulo, compreendendo possíveis evoluções e trânsitos de signos identitários e linguísticos.

As possibilidades em amplitude de espaço também são consideráveis, podemos aplicar métodos semelhantes para outras metrópoles ou até lugares menos legitimados, onde for possível certa sensibilidade em relação às emergências. Com os recentes grandes fluxos migratórios, em algum tempo subculturas serão reconfiguradas e outras novas surgirão.

As questões metodológicas também são suscetíveis a novas experiências, mas não é muito provável que as adaptações entre sessões acabem com o tempo, serão sempre diferentes os meios em capturar imagens, as frequências, os mapas e percursos. Com alguns avanços tecnológicos em imagem, como os drones e realidade aumentada em dispositivos móveis, abre-se uma nova gama de

possibilidades. Poderemos, por exemplo, capturar uma imagem sabendo imediatamente o que já foi fotografado na mesma cena, compondo uma linha do tempo de um ponto muito específico no espaço e sem tirar o caráter imediatista da fotografia.

Referências

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. *Fotoetnografia: um estudo de antropologia visual sobre cotidiano, lixo e trabalho*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 1997.

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. *Fotoetnografia da Biblioteca Jardim*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.

ALMEIDA, Clarissa Ribeiro Pereira de. *Entre e Através: Complexidade e Processos de Design* (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo. São Carlos: Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, 2006.

ALMEIDA, Clarissa Ribeiro Pereira de. *Instantes da metamorfose: o coletivo como processo; o processo como sistema* (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2011.

ALVES, Ana Rodrigues Cavalcanti. *O conceito de hegemonia: de Gramsci a Laclau e Mouffe*. In: Revista *Lua Nova*, n° 80, p. 71 – 96. São Paulo: Centro de Estudos de Cultura Contemporânea (CEDEC), 2010.

ANDERSON, Benedict (1991). *Comunidades imaginadas, reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Título original: *Imagined Communities, Reflections on origin and spread of nationalism*. Tradução: Eduardo L. Suárez. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.

ARAÚJO, José Renato de Campos. *Palestra de Sociologia concedida aos alunos do 3° semestre da graduação em Têxtil e Moda da EACH – USP*. São Paulo: EACH – USP. 11 de maio de 2016.

AUBENAS, Sylvie; DEMANGE, Xavier. *Exposition: Les Séeberger, photographes de l'élégance*. Disponível em: http://chroniques.bnf.fr/archives/septembre2006/numero_courant/expositions/les_seeberger.htm>. Acesso em: 04 de julho de 2016.

AVELAR, Suzana (2009). *Moda, Globalização e Novas Tecnologias*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2011.

BAUMAN, Zygmunt (1997). *O mal-estar da pós-modernidade*. Título original: *Postmodernity and its Discontents*. Tradução: Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 1997.

BAUMAN, Zygmunt (2000). *Modernidade Líquida*. Título original: *Liquid Modernity*. Tradução: Plínio Dentzien. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2001.

BERTALANFFY, Ludwig von (1968). *Teoria Geral dos Sistemas: fundamentos, desenvolvimento e aplicações*. Título original: *General system theory: foundations, development, applications*. Petrópolis: Vozes, 2009.

BOURDIEU, Pierre (1976). *Gostos de classe e estilos de vida*. Título original: *Goûts de classe et styles de vie*. Tradução: Paula Monteiro. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Editora Ática, 1983.

CANCLINI, Nestor Garcia. *El consumo sirve para pensar*. In: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. (p. 41 – 55) Grijalbo, 1995.

CANEVACCI, Massimo (1993). *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. Tradução: Cecília Prada. São Paulo: Studio Nobel, 2004.

CANEVACCI, Massimo. *A Comunicação entre corpos e metrópoles*. In: *Revista Signos do Consumo*, vol. 1. São Paulo: Grupo de Estudos de Semiótica, Comunicação, Cultura e Consumo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2009.

CARRIER, David. *Finding your way in society*. In: EIJKELBOOM, Hans. *People of Twenty-First Century*. Londres e Nova Iorque: Phaidon, 2014.

CUNNINGHAM, Bill. *On the street: Groundswell*. In: *The New York Times*. Disponível em: < <http://www.nytimes.com/imagepages/2012/01/29/fashion/29STREET.html> >. Acesso em: 04 de julho de 2016. Nova Iorque: New York Times, 29 de janeiro de 2012.

EDELKOORT, Lidewij (2014). *Anti_Fashion: a manifesto for the next decade: ten reasons why the fashion system is obsolete*. Paris: Trend Union, 2015.

EIJKELBOOM, Hans. *People of Twenty-First Century*. Londres e Nova Iorque: Phaidon, 2014.

EVANS, Caroline. *Fashion at the edge: spectacle, modernity & deathness*. New Heaven; Londres: RU: Yale University Press, 2003.

FACEBOOK. *Velodeath*. Disponível em: < <https://www.facebook.com/velodeath/?fref=ts> >. Acesso em 04 de julho de 2016.

FOTOSPOT. *Fotografias Fine Art de Hans Eijkelboom – Photo Notes*. Disponível em: < <https://www.fotospot.com.br/catalogo/secao/fotos-fine-art/hans-eijkelboom/> >. Acesso em: 4 de julho de 2016.

FREUD, Sigmund (1930). *O Mal-estar na Cultura*. Título original: *Das Unbehagen in der Kultur*. Tradução: Renato Zwick. Porto Alegre: L&PM Editores, 2010.

FRÚGOLI JÚNIOR, Heitor (1995). *São Paulo: espaços públicos e interação social*. São Paulo: Marco Zero, 1995.

HAYE, Amy de la; MENDES, Valerie. *A moda do século XX*. Título original: *20th Century Fashion*. Tradução: Luis Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

HEBDIGE, Dick (1979). *Subculture: the meaning of style*. Londres e Nova Iorque: Routledge – Taylor & Francis Group, 2002.

- HOBBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (orgs.) (1984). *A invenção das tradições*. Título original: *The invention of tradition*. Tradução: Celina Cardim Cavalcanti. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.
- HOLLAND, John H (1996). *Hidden order: how adaptativos builds complexity*. Nova Iorque: Helix Books, 1996.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor (1944). *Dialectic of Enlightenment*. Título original: *Dialektik der Aufklärung*. Tradução: John Cumming. Nova Iorque: The Seabury Press, 1972.
- JAMESON, Fredric (1991). *Postmodernism, Or the Cultural Logico f Late Capitalism*. Durham: Duke University, 1997.
- JOHNSON, Steven (2001). *Emergence: the cennected lives of ants, brains, cities and software*. Londres: Penguin Books, 2002.
- LAURENTIZ, Silvia. *Padrões emergentes e/ou valores estéticos*. XIII Encontro Nacional ANPAP – Arte em pesquisa: especificidades. Brasília: Editora da Pós-graduação em Artes da Universidade de Brasília, 2004.
- LAURENTIZ, Silvia. *Emergência e Estética*. In: *Emoção Art.ficial 4.0: emergência* (p. 162 – 185). São Paulo: Itaú Cultural, 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean (2015). *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. Título original: *L'esthetisation du monde: vivre à l'âge du capitalisme artiste*. Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- LORCA, Federico García (1936). *A casa de Bernarda Alba*. Piracicaba: Secretaria de Ação Cultural de Piracicaba. Disponível em: < <http://semac.piracicaba.sp.gov.br/ceta/acasa.pdf> >. Acesso em: 4 de julho de 2016.
- MANOVICH, Lev; DOUGLASS, Jeremy; ZEPEL, Tara. *How to compare one million images?*. Disponível em: < <http://manovich.net/index.php/projects/how-to-compare> >. Acesso em: 04 de julho de 2016. São Diego: University of California, 2011.
- MARANGONI, Moa; FERNADES, Bruna; KOTOLAK, Carla; GOMES, Heloisa; XIMENES, Júlia; TAVARES, Lays; SALAZAR, Tamara; OHATA, Vilma. Orientação: Janiene Santos. *O Y da questão*. Seminário apresentado à disciplina *Monitoramento de Tendências* do curso de pós-graduação *lato sensu* em *Estética e Gestão de Moda*. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2014.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (1987). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Título original: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura e hegemonia*. Tradução: Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- MCCRACKEN, Grant. *Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. São Paulo: Mauad, 2003.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado dos bens de consumo*. In: *RAE – Revista de Administração de Empresas*, vol. 47, n°. 1, p. 99 – 115. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2007.

MCLUHAN, Marshall (1964). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Título original: *Understanding Media: The Extensions of Man*. Tradução: Décio Pignatari. São Paulo: Editora Pensamento – Cultrix, 2011.

MORIN, Edgar. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. Título original: *Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur*. Tradução: Catarina Eleonora F. Da Silva; Jeanne Sawaya. Brasília: Edições UNESCO, 2000.

MUTANTES, Os. *Panis et Circenses*. (música). 1969.

OXFORD. Estilística. In: *Dicionário de Português licenciado para Oxford University Press*. Software: Dicionário. Versão 2.2.1 (171.1). Apple Inc. Acesso em: 4 de julho de 2016.

PANTONE. *Introducing Rose Quartz & Serenity*. Disponível em: < <http://www.pantone.com/color-of-the-year-2016>>. Acesso em: 04 de julho de 2016.

PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus; FOGAÇA, Jôse; BATISTA, Leandro (orgs.). *Univeriso sónico da pirataria: Falso? Verdadeiro!*. São Paulo: Editora Imod, 2013.

PIAZZA, Adriana. *Levi Strauss*. In: *Coleção Folha Moda*. Vol. 13. Tradução: Gil Reyes. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2015.

POLHEMUS, Ted (1994). *Street Style: from sidewalk to catwalk*. London: PYMCA – Youth Club, 2014.

POLHEMUS, Ted (1978). *Fashion & Anti-fashion: exploring adornment and dress from an anthropological perspective*. Lexington: Ted Polhemus, 2011.

POLHEMUS, Ted. Entrevista concedida a Moacyr Marangoni Neto. 22 de junho de 2016. [ANEXO B desta dissertação]

PRAY, Doug. *Hype!* (Documentário). Estados Unidos: Helvey-Pray Productions, 1996.

PRESS, Richard. *Bill Cunningham New York* (Documentário). Estados Unidos: First Thought Films, 2010.

ROLLING STONE. *Rolling Stone Elvis Presley Biography*. Disponível em: < <http://www.rollingstone.com/music/artists/elvis-presley/biography>>. Acesso em: 04 de julho de 2016.

ROLNIK, Raquel (2001). *São Paulo*. Coleção Folha Explica. São Paulo: Publifolha, 2001.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried (1997). *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo, Iluminuras, 1997.

SANTAELLA, Lucia. *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*. In: Revista FAMECOS, n° 2. Porto Alegre: PUCRS, 2003.

SANTOS, Janiene. *Sobre tendências e o espírito do tempo*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.

SANTOS, Janiene. *Tendências socioculturais: recorrências simbólicas do espírito do tempo no sistema publicitário* (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2015.

SEIXAS, Raul (1974). *Sociedade Alternativa* (música). 1974.

SIMMEL, Georg (1905). *Filosofia da moda e outros escritos*. Tradução: Artur Morão. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

STEFFEN, Lufe. *São Paulo em Hi-Fi*. Documentário. São Paulo: Lufe Steffen, 2014.

VEBLER, Thorstein (1899). *The theory of leisure class*. Produzido por: David Reed e David Widger. Acesso em: 04 de julho de 2016. IBooks.

VEJASP. *Boate Medieval é pioneira entre as boates gays paulistanas*. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/boate-medieval-gay-memoria>>. Acesso em: 07 de agosto de 2016. São Paulo, 2013.

VELODEATH. *Velodeath*. Disponível em: < <http://velodeath.com/>>. Acesso em: 04 de julho de 2016.

VIGNALI, Alessia (editora). *Sport & Street Collezioni #75*. Modena: Logos, janeiro de 2015.

VIGNALI, Alessia (editora). *Sport & Street Collezioni #76*. Modena: Logos, abril de 2016.

VIVIENNE WESTWOOD. *1971 – 1980*. Disponível em: < <http://www.viviennewestwood.com/en-gb/history/430-kings-road>>. Acesso em: 04 de julho de 2016.

VON TRIER, Lars. *Dogville* (filme). Dinamarca: Zentropa, 2003.

VREELAND, Lisa Immordino; TCHENG, Frédéric; PERLMUTT, Brent-Jorgen. *Diana Vreeland: the eye has to travel*. (Documentário). Nova Iorque: Lisa Immordino Vreeland, 2012.

WILSON, Elizabeth (1985). *Adorned in Dreams: fashion and modernity*. Londres e Nova Iorque: I.B. Taurus, 2003.

Anexo A – Relatório de mestrado

Disciplinas cursadas:

Filosofia da ciência (EACH – USP) – Prof. Dr. Maurício Araújo

Metodologia científica (EACH – USP) – Prof^ª. Dr^ª. Francisca Dantas

Cultura das novas tecnologias aplicada: Têxtil e Moda (EACH – USP) – Prof^ª. Dr^ª. Suzana Avelar

Projetos experimentais em arte, moda e design (EACH – USP) – Prof^ª Dr^ª. Maria Silvia Barros

Aspectos socioantropológicos da moda (EACH – USP) – Prof. Dr. Waldenyr Caldas

Narrativas da contemporaneidade: epistemologia do diálogo social (ECA – USP) – Prof^ª. Dr^ª. Cremilda Medina

Questões da imagem II (ECA – USP) – Prof^ª Dr^ª. Silvia Laurentiz

Semiótica e rituais de consumo (ECA – USP) – Prof^ª. Dr^ª. Clotilde Perez

Hipermídia e interatividade III (ECA – USP) – Prof^ª. Dr^ª. Silvia Laurentiz

Mediações e midiatisações do consumo (ECA – USP) – Prof. Dr. Eneus Trindade

Monitorias – Tutorias

Resolução de problemas I – Prof. Dr. Fernando Carbayo Baz

Resolução de problemas II (turma de graduação em Lazer e Turismo) – Prof. Dr. Edegar Luis Tomazzoni

Resolução de problemas I – Prof^ª. Dr^ª. Angélica Chiappetta

Estágios pelo Programa de Aperfeiçoamento de Ensino (PAE)

Projeto de coleção (turma de graduação em Têxtil e Moda) – Prof^ª. Dr^ª. Suzana Avelar; Prof^ª. Dr^ª. Beatriz Pires

Sociologia da moda (turma de graduação em Têxtil e Moda) – Prof^ª. Dr^ª. Suzana Avelar

Artigo em revista

MARANGONI NETO, Moacyr. *Anti-moda: composição de identidade e tempo*. In: Revista Achiote. Belo Horizonte: FUMEC, 2016.

Artigos publicados e apresentados em congresso

MARANGONI NETO, Moacyr. *Identidade e tempo compostos pela anti-moda*. In: XIV Congresso Internacional Ibercom. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2015.

AVELAR, Suzana; MARANGONI NETO, Moacyr. *Fashion and (re)appropriation of public space: subjectives of Roosevelt Square*. In: *Fashion: Exploring Critical Issues – The Fashion Project: Exploring Critical Issues: 8th Global Meeting*. Oxford: Mansfield College, 2016.

Anexo B – Entrevista com Ted Polhemus

1. In 2013 at Fórum Elle in São Paulo, you affirmed that people seek a classic style, averse to changes. You also affirmed that cool hunters are hunting the cool until extinction. So, cool hunters keeps exploring the newest and consumers appear to buy the safest. How this paradox still working?

I THINK MY POINT WAS/IS THAT THE NEED FOR AUTHENTICITY IS NOW GREATER THAN THE NEED FOR 'THE LATEST THING'. IS THE PARADOX STILL WORKING? THE OFFICIAL FASHION SYSTEM NO LONGER AGREES ON 'THE NEW LOOK' BUT WHEN THE STYLE BORN OF SUBCULTURES BECOME FASHION THEN THEY ARE STRIPPED OF THEIR AUTHENTICITY. I SUSPECT THAT THE EVER GROWING APPEAL OF BRANDS IS THAT THEY OFFER A SORT OF FAKE SUBCULTURE WHICH SEEMS TO BRING A SENSE OF COMMUNITY (PEOPLE LIKE US WEAR X BRAND) AND SUBCULTURAL AUTHENTICITY. BUT IT IS JUST WHAT MONEY CAN BUY. THIS IS WHY TATTOOS AND PIERCINGS ARE SO POPULAR: THEY TRY TO SHOW AUTHENTICITY BEYOND JUST MONEY. BUT MY VIEW IS THAT THERE IS SO MUCH 'FAKE AUTHENTICITY' THAT 'THE REAL THING' DISAPPEARS.

2. With the seeking for classic and the insecurities of post-modern, the urban tribes are in danger of freezing? How the transgressive anti-fashion can resist this very conservative scenario? And we can say what is alternative fashion today?

GOOD QUESTION: IN LONDON WE ARE MARKING 40 YEARS OF BRITISH PUNK. IF, SAY, YOUR PARENTS WERE PUNKS WHERE DO YOU, A NEW GENERATION, GO FROM THERE? DO YOU FIND THAT THE AUGUSTA ST PEOPLE SAY 'I AM A MEMBER OF X SUBCULTURE'? IN THE LATER CHPS OF THE NEW VERSION OF STREETSTYLE I SUGGEST THAT WE ARE NOW 'POST FASHION' AND ALSO 'POST SUBCULTURE'. BUT THIS IS HOW IT FEELS IN LONDON. DO YOU FIND MEANINGFUL SUBCULTURES (WHICH PEOPLE SAY THEY BELONG TO) IN SAO PAULO? MAYBE I AM WRONG WHEN IT COMES TO LIFE OUTSIDE UK AND US. BUT MY GUESS IS THAT PEOPLE NO LONGER WANT TO BE 'FASHION VICTIMS' AND NEITHER DO THEY WANT TO BE

SUBSUMED INTO A GROUP IDENTITY. THIS IS THE AGE OF THE SELFIE – WE ALL WANT TO BE UNIQUE. BUT IS THIS POSSIBLE? DESIRABLE?

3. As the artistic vanguards the styles are not so visible in the present time, but characterizes the past time more than the Fashion Industry itself. When we talk about one style of one decade, we don't think immediately in designers or brands, but in one or more urban tribes. What brings us to relate this way?

FASHION USED TO HAVE A 'SINGLE DIRECTION' AND ALMOST EVERYONE FOLLOWED IT. THEN IT SPLINTERED INTO LOTS OF DIFFERENT, CONTRASTING 'SIGNATURE STYLES'. MODERNISM POINTED IN ONE DIRECTION – THE FUTURE. IN THE POST-MODERN AGE ALL THINGS ARE POSSIBLE AND ALL AT ONCE. WHAT IS GOING ON IN HOW PEOPLE DRESS IS A PRODUCT OF THE FUNDAMENTAL SHIFT FROM MODERNISM INTO POST-MODERNISM. ALL IS CHAOS – BUT MAYBE WE CAN SAMPLE & MIX A PERSONAL MESSAGE WHICH HAS MEANING IN AN AGE BEYOND MEANING?

4. Today, the forecast of trends are utilized in all the Fashion Industry levels. Taking into account the access and the history of more than a half century of urban tribes, you believe that the anti-fashion and urban tribes are monitorable as industry trends?

YOU MEAN CAN THE FASHION INDUSTRY MONITOR (KEEP TRACK OF, IDENTIFY) WHAT IS GOING ON IN ANTI-FASHION? THE PROBLEM IS ALWAYS THAT WHILE FASHION CAN COPY A LOOK, IT CAN'T ACCOMMODATE THE MEANING WHICH UNDERLIES THAT LOOK FOR THE SUBCULTURE. AND, ARE THERE REALLY IDENTIFIABLE SUBCULTURES WHICH PEOPLE SAY THEY BELONG TO? THIS IS THE QUESTION I PUT TO YOU ABOVE: YOU NEED TO ASK PEOPLE IF THEY SEE THEMSELVES AS PART OF A SUBCULTURE. I WOULD BE INTERESTED TO KNOW THIS. ARE YOU OR YOUR FRIENDS MEMBERS OF A SUBCULTURE?

5. In the same way that Fashion Industry appropriates of identity signs of anti-fashion, the consumption appropriates of urban spaces. Where in the urban spaces we can search new

ways of style if the market cover all the places with appropriation? Do you believe that fashion can be one element of reaffirmation of subcultures in space?

I CAN'T SPEAK ABOUT URBAN SPACE IN BRAZIL (YOUR JOB) BUT I WOULD SAY THAT IN LONDON, PARIS, NEW YORK AND SAN FRANCISCO SPACE TO LIVE, TO WORK AS A DESIGNER OR ARTIST, TO REHEARSE FOR MUSICIANS, IS VERY HARD TO FIND. IN LONDON, MANCHESTER, NEW YORK THERE USED TO BE PLACES WHERE PEOPLE COULD LIVE, WORK AND SELL STUFF CHEAPLY. WHERE WOULD AN ARTIST LIKE TRACEY EMIN OR MUSICIANS LIKE THE CLASH DEVELOP IN LONDON TODAY? ALL OUR GREAT ART, POPULAR MUSIC, STYLES ETC CAME FROM LITTLE THINGS GROWING INTO BIGGER THINGS. LONDON, PARIS, NEW YORK, SF ARE NOW JUST PLACES FOR RICH PEOPLE – TRYING TO BUY INTO AUTHENTICITY. SO I AM PESSIMISTIC ABOUT THE FUTURE FOR THESE PLACES. ALSO THERE IS SO MUCH MEDIA/COOL HUNTING ATTENTION THAT AS SOON AS SOMETHING REAL WAS UNDER THE SPOTLIGHT IT WOULD WITHER AND DIE. BUT I HAVE GREAT HOPE THAT THERE WILL BE NEW PLACE – IN EASTERN EUROPE? IN SOUTH AMERICA? IN SMALL BUT INTERESTING CITIES IN THE US AND UK? – WHERE INTERESTING, CREATIVE ART, MUSIC, DESIGN, IDEAS WILL BUBBLE UP.

6. In the last seasons the fashion magazines covers the people in around of Fashion Weeks places. They named the session as “Street Style”. Do you have some issues about that? The appropriation reached the limits with that?

AS PHYSICS TELLS US HAPPENS WHEN MATTER AND ANTI-MATTER COME INTO CONTACT BOTH ARE DESTROYED. THIS IS WHAT HAS HAPPENED WHEN FASHION AND STREET STYLE GOT INTO BED TOGETHER. IF ANYTHING INTERESTING HAPPENS ‘ON THE STREET’ IT WILL BE ON STREETS WHERE THE FASHION INDUSTRY AND THE COOL HUNTERS ARE NOT LOOKING.

7. 2016, is been one year of reposition of Fashion Industry. Some labels are changing the calendar, creative team, the way of sell, the way of presentation, etc. Some publications talks about crisis, obsolete system, end of fast fashion and radical changes of all industry.

What your perspective about that panorama? And how do you believe that urban tribes and anti-fashion fits this future?

OUR TIME IS WITNESS TO A 'PARADIGM SHIFT' IN THE FASHION/STYLE SYSTEMS. COMPARE WITH 1947 WHEN DIOR'S 'NEW LOOK' CAME FROM ONE CITY, ONE STYLE AND THEN SPREAD EVERYWHERE. OR MINI SKIRTS IN 1965. IF A COUNTRY LIKE BRAZIL TRIES TO EMULATE THE FASHION SYSTEM OF 'THE WEST' THEN IT WILL GET NOWHERE. TIME TO APPRECIATE THAT WHAT IS NEEDED IS A ENTIRELY NEW SYSTEM WHERE THERE IS NO CENTRE, NO SINGLE DIRECTION, PERHAPS NO NEED FOR FASHION SHOWS OR MODELS. MOST OF ALL THE SHIFT IS FROM 'THAT LOOKS NICE' TO 'THAT HAS SOMETHING INTERESTING TO SAY'. STYLE IS A COMMUNICATION INDUSTRY.

Anexo C – Linha do tempo do Street Style (POLHEMUS, 2014)

The image displays seven hand-drawn circuit diagrams, each representing a different route through a city grid. The grid is composed of squares, with streets labeled on the left and right sides. The circuits are as follows:

- CIRCUITO 01 (Blue):** A rectangular path starting at the top left, going right along the top edge, then down the right edge, and back left along the bottom edge. It includes labels for 'RUA COSTA' and 'RUA CRISTINA'.
- CIRCUITO 02 (Pink):** A rectangular path starting at the top left, going right along the top edge, then down the right edge, and back left along the bottom edge. It includes labels for 'RUA COSTA' and 'RUA CRISTINA'.
- CIRCUITO 03 (Red):** A rectangular path starting at the top left, going right along the top edge, then down the right edge, and back left along the bottom edge. It includes labels for 'RUA COSTA' and 'RUA CRISTINA'.
- CIRCUITO 04 (Green):** A rectangular path starting at the top left, going right along the top edge, then down the right edge, and back left along the bottom edge. It includes labels for 'RUA COSTA' and 'RUA CRISTINA'.
- CIRCUITO 05 (Yellow):** A rectangular path starting at the top left, going right along the top edge, then down the right edge, and back left along the bottom edge. It includes labels for 'RUA COSTA' and 'RUA CRISTINA'.
- CIRCUITO 06 (Blue):** A rectangular path starting at the top left, going right along the top edge, then down the right edge, and back left along the bottom edge. It includes labels for 'RUA COSTA' and 'RUA CRISTINA'.
- CIRCUITO 07 (Orange):** A rectangular path starting at the top left, going right along the top edge, then down the right edge, and back left along the bottom edge. It includes labels for 'RUA COSTA' and 'RUA CRISTINA'.