

A CONSULTORIA DE IMAGEM E A CONTRACULTURA NA MODA: ANÁLISE DOS MOVIMENTOS *HIPPIE* E *PUNK* ATRAVÉS DOS SETES ESTILOS UNIVERSAIS¹

Vitória Monteiro Francisco²

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo pesquisar a importância dos movimentos contraculturais para a moda e a possibilidade do surgimento de novos estilos. A problemática do estudo aborda a contribuição das ideologias historicamente para a construção de estilos; e, em quais pontos esses movimentos divergem e convergem e por fim, as rupturas que eles causaram no âmbito da moda. Utilizando o método de pesquisa qualitativa de descrição, através da análise de conteúdo e da técnica de estudo de caso, analisou-se três imagens da subcultura *hippie* dos anos 60 e três imagens dos *punks* dos anos 70, relacionando esses grupos ao conceito de estilo universal dentro da consultoria de imagem da moda. Os resultados mostram como esses movimentos contraculturais ajudaram a mudar o pensamento sobre a moda e os estilos.

Palavras-chave: Estilos Universais. Consultoria de Imagem. Contracultura.

1 Introdução

O artigo proposto aborda a temática dos setes estilos universais, da consultoria de imagem da moda, correlacionando-os aos movimentos contraculturais *hippie* dos anos 60 e *punk* dos anos 70. Traçando uma análise dos estilos para além da percepção estética, trazendo à tona os seus usos como representação de comportamento, identidade pessoal e grupal. “As relevâncias do uso da moda estão na busca do desenvolvimento de uma identidade pessoal, para formar um senso de filiação ou dissociação com a construção da identidade social de um determinado grupo idealiza.” (ALMEIDA, 2020, p. 64).

O tema “A consultoria de imagem e a contracultura na moda: análise dos movimentos *hippie* e *punk* através dos setes estilos universais” pretende provocar reflexões sobre a utilização do vestuário para além do efêmero, das tendências e das futilidades.

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Tecnologia em Design de Moda, da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, orientado pela professora Suellen Cristina Vieira, Mestre e Doutoranda em Ciências da Linguagem, Especialista em Gestão de Negócios e Graduada em Design de Moda. E-mail: suellen_zimba@hotmail.com.

² Vitória Monteiro Francisco. E-mail: vihmf.4@gmail.com.

Seu objetivo geral é averiguar se os sete estilos universais incorporados ao manual de consultoria de imagem na moda são determinantes, necessários e abrangentes para a elaboração de uma imagem e estilo pessoal ou existem formas de criação que escapam aos seus princípios. De forma específica, este artigo pretende analisar as possibilidades de convergências e divergências dos movimentos *hippie* e *punk* a partir dos sete estilos universais da consultoria de imagem de moda, com base em análise histórica, ideológica e comparativa. Além de compreender e analisar historicamente a importância das ideologias no processo de criação desses movimentos contraculturais em relação à consultoria de imagem da moda. Por fim, questionar a possível ruptura dos padrões criados dentro da consultoria de imagem a partir de exemplos de movimentos da contracultura.

A importância deste estudo encontra-se na possibilidade de detectar rupturas dos pensamentos sobre o caráter efêmero da moda e na relevante contribuição dos movimentos contraculturais. Para Palomino (2003) a moda é um espelho da sociedade, podendo ser entendido como os grupos e uma nação se expressavam naquele período. A moda como estilo se converte em expressão de si, de sua identidade pessoal, de sua filosofia de vida e de seus pensamentos.

Para a elaboração do artigo utilizou-se o método de pesquisa qualitativa de descrição, como tipo a análise de conteúdo e a técnica de estudo de caso. Conforme Ventura (2007) o estudo de caso é uma investigação de um caso em específico e bem delimitado buscando uma contextualização em que “[...] se possa realizar uma busca circunstanciada de informações.” (VENTURA, 2007, p. 2). Propõe-se para este estudo de caso a análise de três imagens do movimento *hippie* e três imagens do movimento *punk*. A pesquisa bibliográfica foi baseada em livros, dissertações, anais, sites e artigos. Foi necessário o estudo de autores de áreas diferentes, dentro e fora do âmbito da moda, para analisar e refletir sobre as questões propostas.

Partindo da compreensão de que a roupa é uma forma de comunicação e expressão de pensamentos. Como afirma Laurie (1997) o vestuário é uma língua não-verbal desenvolvida que transmite um discurso, que por vezes, “[...] é mais eloquente que o discurso nativo daqueles que a vestem. Na verdade, quanto mais inarticulado verbalmente se é, mais importante são as declarações feitas por suas roupas.” (LAURIE, 1997, p.37). Busca-se responder as seguintes questões: quais as convergências e divergências dos movimentos *hippie* e *punk*, das décadas de 60 e 70, de acordo com os princípios dos setes estilos universais na consultoria de imagem?

Historicamente, qual a importância das ideologias no processo de criação dos movimentos de contracultura *hippie* e *punk* em relação à consultoria de imagem da moda? Qual a possível ruptura dos padrões criados dentro da consultoria de imagem a partir de exemplos de movimentos da contracultura?

O presente artigo encontra-se subdividido em 9 seções: Cultura e Identidade Cultural; Contracultura; Movimento *Hippie*; Movimento *Punk*; Consultoria de Imagem e os Estilos Universais; Análise; Movimento *Hippie* e os Estilos Universais; Movimento *Punk* e os Estilos Universais; Considerações Finais.

2 Cultura e Identidade Cultural

As preocupações com a definição de cultura se estendem ao longo da história para compreender as sociedades modernas e os grupos sociais que estão desaparecendo e perdendo suas características primordiais. Uma das primeiras concepções do significado da palavra vem da tradução literal. Conforme Santos (1994), cultura tem origem latina do verbo *colere* que se traduz como “cultivar”. Inicialmente utilizada para referir-se às atividades agrícolas. Com o tempo, o contexto popular passou a utilizá-la. “Pensadores romanos antigos ampliaram esse significado e a usaram para se referir ao refinamento pessoal, e isso está presente na expressão cultura da alma” (SANTOS, 1994, p.27). Desse modo, ampliou-se o uso da palavra cultura, que agora se referia também ao refinamento e sofisticação pessoal, e à educação refinada de um indivíduo.

Por outro lado, cultura também pode significar e referir-se às artes, aos meios de comunicação de massa, cerimônias, crenças, comidas e vestimentas ou indumentárias de um povo ou uma nação. Como explica Santos (1994) no trecho a seguir:

Cultura está muito associada a estudo, educação, formação escolar. Por vezes se fala de cultura para referir unicamente às manifestações artísticas, como o teatro, a música, a pintura, a escultura. Outras vezes ao se falar na cultura da nossa época ela é quase identificada como os meios de comunicação de massa, tais como rádio, o cinema, a televisão. Ou então a cultura diz respeito às festas e cerimônias tradicionais, às lendas e crenças de um povo, ou a seu modo de se vestir, à sua comida e seu idioma. (SANTOS, 1994, p. 22)

Nesta perspectiva, Santos (1994) alega que cultura é tudo aquilo que é relativo à humanidade como um todo e simultaneamente a cada povo, nação, sociedade, tribos e grupos

humanos. Essa é uma reunião de símbolos, manifestações, comunicações, trajes, cerimônias, lendas, narrativas e literatura, igualmente como eventos históricos, ritualísticos etc. É dizer que, cultura significa todo aquele complexo que inclui o conhecimento, a arte, as crenças, a lei, a moral, os costumes e todos os hábitos e aptidões adquiridos pelo ser humano não somente em família, como também por fazer parte de uma sociedade ou subcultura da qual é membro.

Para Hall (2006), a cultura compõe uma cultura nacional ao gerar sentido sobre a nação, sentido a nós, assim nos identificamos e construímos identidades. À vista disso, entende-se que os membros da mesma cultura compartilham conjuntos de conceitos, imagens e ideias que lhes permitem sentir, refletir e, portanto, interpretar o mundo de forma semelhante. Eles devem compartilhar, em um sentido mais geral, os mesmos códigos culturais. “Deste modo, pensar e sentir são em si mesmos sistemas de representação, nos quais nossos conceitos, imagens e emoções dão sentido ou representam – em nossa vida mental – objetos que estão, ou podem estar, lá fora “no mundo” (HALL, 2006, p. 34).

Nesta lógica, percebe-se que a cultura está envolvida em todas as práticas que não são geneticamente programadas em nós, mas que carregam sentido e valores para nós, que precisam ser significativamente interpretadas por outros, ou que dependem do sentido para seu efetivo funcionamento. Seria a herança social de uma sociedade passada de geração em geração, afirma Hall (2006).

A interação social entre os seres humanos fez surgir as diversas culturas, ou seja, o conjunto de costumes e tradições de um povo os quais são transmitidas de geração em geração. Portanto, a identidade cultural é um conceito das áreas da sociologia e antropologia, que indica a cultura em que o indivíduo está inserido. Ou seja, a cultura que ele compartilha com outros membros do grupo, seja tradições, crenças ou preferências, aduz Hall (2006).

Além disso, de acordo com Maffesoli (2010), o sujeito pós-moderno possui uma identidade não fixa. A identidade do sujeito é composta por várias identidades que, em alguns casos, podem ser até contraditórias. Esse processo de fragmentação produz o sujeito pós-moderno. Isto é, a sociedade é elucidada pelo autor como “pequenos corpos fragmentados, tribos misteriosas” (MAFFESOLI, 2010, p. 72), que definem o compasso da transformação social em sentido ao período pós-moderno. O indivíduo contemporâneo se manifesta como uma “pessoa tribal”, plural, múltiplo, representando a alma de um tempo no qual a identidade cultural torna-se fragmentada.

Dessa forma, Hall (2006) corrobora com Maffesoli (2010) ao atestar que o mercado global tornou as identidades desvinculadas de tempos, lugares, tradições específicas etc.:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. (HALL, 2006, p. 43)

Nesse contexto de identidade cultural que um indivíduo compartilha com outros, Maffesoli (2010) confirma haver uma criação de “tribos” ou “aldeias” especialmente em grandes metrópoles, pois esses grupos se unem a partir de afinidades, sentimentos partilhados ou experiências vividas coletivamente, podendo ocorrer de momentos históricos, como foi o caso dos movimentos *hippie* e *punk*. Jovens que passavam por situações similares em um momento histórico difícil que os uni. Esse fenômeno é denominado por Maffesoli (2010) como “neotribalismo”, um encontro de que “o indivíduo não pode existir isolado, mas que ele está ligado, pela cultura, pela comunicação, pelo lazer, e pela comunidade, que pode não ter as mesmas qualidades daquela da idade média, mas que nem por isso deixa de ser uma comunidade”. (MAFFESOLI, 2010, p. 114)

Em resumo, a identidade cultural de um ser individual se uni a outro. As culturas se mesclam, criando por conseguinte novas culturas e identidades. Essa criação de novas identidades culturais aproxima os jovens por causa de um sentimento único. Embora O’Hara (2005) prefira chamar de subcultura ao invés de neotribo, os jovens pertencentes a essas subculturas estão sujeitos à opressão da sociedade e encontram em si um sentimento de pertencimento, um compartilhamento das suas ideologias e cultura que faz identificar-se com o outro. “Os membros parecem recuperar o sentido de si mesmos e dos outros que, anteriormente, havia sido perdido, esquecido ou roubado. Isso pode ser observado no aparecimento de grupos de apoio baseados no compartilhamento de experiências, crenças, sexo ou raça.” (O’HARA, 2005, p. 29).

2.1 Contracultura

O termo contracultura foi inventado pela imprensa norte-americana, nos anos 60, para designar um conjunto de manifestações culturais novas que floresceram, não só nos

Estados Unidos, como em vários outros países, aduz Pereira (1992). Nesse contexto, o termo vem a significar uma oposição à cultura do momento e à sociedade, sendo considerada como uma cultura marginal, não necessitando de reconhecimento da massa, uma anticultura. “[...] Uma das características básicas do fenômeno é o fato de se opor, de diferentes maneiras, à cultura vigente [...]. Contracultura é a cultura marginal, independente do reconhecimento oficial. No sentido universitário do termo é uma anticultura.” (PEREIRA, 1992, p. 13).

Durante as décadas de ascensão dos movimentos contraculturais, foi possível notar comportamentos e estilos de vestimentas similares nos diversos grupos em questão. Segundo Pereira (1992), essas similaridades abrangiam todos os âmbitos do cotidiano dos grupos: estilos musicais e de vida, comportamento perante a sociedade, trajes, penteados, religiões ou a falta dela, opiniões contra políticas conservadoras e guerras que ocorriam durante a época. O trecho abaixo explica o que o autor quer mostrar:

Inicialmente, o fenômeno é caracterizado por seus sinais mais evidentes: cabelos compridos, roupas coloridas, misticismo, um tipo de música, drogas e assim por diante. [...] Um conjunto de hábitos que, aos olhos das famílias de classe média, tão ciosas de seu projeto de ascensão social, parecia no mínimo um despropósito, um absurdo mesmo. Rapidamente, no entanto, começa a ficar mais claro que aquele conjunto de manifestações culturais novas não se limitava a estas marcas superficiais. Ao contrário, significava também novas maneiras de pensar, modos diferentes de encarar e de se relacionar com o mundo e com as pessoas. Enfim, um outro universo de significados e valores, com suas regras próprias. (PEREIRA, 1992, p. 8).

Os movimentos contraculturais surgiram aos montes durante a década de 60 e foi um fator importante para ressignificar a moda. “Uma contracultura, entendida assim, reaparece de tempos em tempos, em diferentes épocas e situações, e costuma ter um papel fortemente revigorador da crítica social.” (PEREIRA, 1992, p. 22.) Esses movimentos surgiram a partir da ruptura do pensamento conservador e da insatisfação dos jovens com o momento atual. Nessa perspectiva, o jovem é visto como um problema social decorrente das dificuldades enfrentadas, como o desemprego, e isso reflete em seus comportamentos e hábitos. Logo, por causa dessas dificuldades enfrentadas pela juventude, a sua emancipação se torna mais conflituosa, fazendo existir uma recusa e um bloqueio ao modelo conservador e tradicional imposto pela sociedade e seus pais.

Ao longo das décadas, a moda parou de ser ditada por estilistas e tendências e passou a ser uma questão de gosto e estilo pessoal. Indo contra os padrões de vestimentas da época, os jovens associaram à antimoda e/ou moda anticonvencional, como forma de protestar

e expressar suas opiniões, aderindo assim peças, acessórios e estampas que por muitas vezes eram produzidas por eles mesmos através do artesanato. Deste modo, Pais (1990) afirma que:

Em suma, objetos simbólicos como a música, o vestuário a aparência, a linguagem as formas de interação, são cristalizações expressivas que ajudam a definir a identidade dos grupos, isto é: como todas as construções culturais, os usos simbólicos desses objetos ajudam a expressar e consolidar uma identidade dotada de coerência interna, que de certo modo, pressupõe uma oposição relativamente a grupos contra os quais essa identidade é definida. (PAIS, 1990, p. 106)

O vestuário, no âmbito da contracultura, é utilizado como um elemento de integração social dos grupos. Essa simbologia de aparência é colocada como um criador de identidade grupal. Esse vestuário é um identificador de afirmação do estilo de vida dos jovens dessas tribos urbanas contraculturais. Maffesoli (1998) nota ainda que a interação que esse indivíduo possui com o grupo social pertencente indica diretamente a vida social que ele possui. Tendo festas e rituais uma forma de criação de pertencimento ao grupo.

Ademais, a contracultura vai além de utilização de roupas e acessórios, pois ela também significa novos modos de pensar, comportamentos, encarar o cotidiano, relação das pessoas com o mundo e umas com as outras. Busca-se por uma revolução individual, uma procura por identidade. Nascendo, desse modo, um espírito libertário e jovial questionador.

2.1.1 Movimento *Hippie*

O *baby-boom* pós-guerra foi o responsável pela geração inconformista da década de 1960 que se denominavam *hippies*. Azevedo (2018) diz que a origem do nome é controversa: “[...] para uns provém do vocabulário *hip*, quadril [...] ou de *happy*, feliz.” (AZEVEDO, 2018, p. 242). Como um de seus legados, esse movimento possuía os famosos lemas *flower power* (O poder da flor – tradução livre), “paz e amor” e “faça amor não faça guerra”. Em suma, eram utilizados para a demonstração do ideal de não-violência que essa tribo urbana era a favor. Isto posto, acrescenta Laurie (1997) que naquele momento, irrompeu no ocidente uma onda de euforia política, espiritual, tanto cultural como contracultura também.

Eles tiveram o auge no final da década de 60 durante a guerra do Vietnã (1955-1975), e por causa das barbaridades em vigência, os jovens, em sua maioria, iniciaram os protestos e as manifestações contra essas atrocidades. Para Napolitano (2020), foi nessa década que surgiu um desconforto moral e político decorrente do passado recente de guerras e

injustiças, e dos demais problemas presentes na sociedade da época, como o nacionalismo e o racismo. O autor clarifica no trecho abaixo:

Os jovens, estudantes ou não, foram os que mais se mobilizaram nesse contexto: além de serem convocados para lutar em guerras com as quais não se identificavam, sentiam o peso do tradicionalismo das instituições e de valores conservadores que lhes tiravam espaço de participação social e política. Em suas críticas ao *establishment* (a ordem social, política e ideológica vigentes), explicitavam as contradições das democracias ocidentais e tentavam propor mudanças para um mundo melhor. (NAPOLITANO, 2020, p. 114)

Os jovens adultos, adeptos ao movimento, eram em sua maioria filhos de pais de classe média. Eles “insurgiam-se contra os valores baseados na acumulação de riqueza e no supostamente correcto, bem como contra a banalidade e o tédio do mundo pequeno-burguês” (LEHNERT, 2001, p. 51). Contrários aos pensamentos e posicionamentos de seus pais, e inconformados com a sociedade, buscaram um novo modo de viver a vida: uma regressão a natureza, um modo de vida simples e nômade, utilizando de uma antimoda e/ou moda anticonvencional inspirada no estilo indiano e de outras culturas orientais.

Justifica Lehnert (2001) que essa moda era a expressão do posicionamento pacifista e o amor à natureza, em adição de uma convicção que um estilo de vida mais simples fazia mais sentido que o sistema capitalista e consumista desenfreado em vigor na sociedade da época. “Esta anti-moda era a expressão de uma nova visão do Mundo.” (LEHNERT, 2001, p. 59)

Usando roupas simples e de segunda mão, como peças artesanais, bordadas manualmente e bijuterias caseiras, Lobo, Limeira e Marques (2014) citam que os *hippies* possuíam o traje clássico representados com camisas e saias longas, calça boca de sino e cabelos desleixados e longos. Além de símbolos budistas, estampas psicodélicas, das quais Stenvenson (2012) alega que se tornaram os símbolos dessa contracultura e de sua revolução no mundo. Assim como as vestimentas orientais e técnica como o *DIY* (*Do it Yourself* – em tradução livre “faça você mesmo”). A partir destas especificidades, Boucher (2012) completa:

Os mais ardorosos propagandistas desse tipo de roupa são o grupo dos *hippies*, cujo movimento nasceu nos Estados Unidos em torno de 1966-1967. Trata-se de adolescentes pacifistas e amantes da música, revoltados com a burguesia, que exprimem, por meio da combinação de peças de roupa de todos os períodos e origens, sua rejeição às coerções da vida urbana. O traje *hippie* comporta também cabelos longos e soltos, que tinham desaparecido havia mais de um século. (BOUCHER, 2012, p. 414)

Figura 01 – Movimento Hippie



Fonte: Compilação da autora.³

Esse movimento dos anos 60 foi importante para o levantamento de pautas e quebra de tabus relacionados a relações amorosas, ao amor livre e a sexualidade seguidas da libertação feminina após a criação da pílula anticoncepcional. Complementa Alves e Pitanguy (2003) a essas pautas de libertação a reivindicação quanto ao exercício da sexualidade feminina, principalmente à desvinculação por ser apenas um meio biológico de reprodução para as mulheres, enquanto para os homens é um meio prazeroso; e da contracepção opcional, além de o acesso a contraceptivos seguros. Em adição das discussões pautadas sobre a guerra do Vietnã, ao agregamento de religiões orientais, a liberdade de expressão, antimachismo, antifascismo, a igualdade de gênero e de raça, a luta contra o capitalismo desenfreado, e a sociedade industrial e de consumo.

O uso de drogas alucinógenas, como o LSD, era recorrente no meio da comunidade, mas Azevedo (2018) confirma que muitos dos adeptos seguiram suas manifestações e a defesa de seus ideais sem o uso de drogas, considerando dispensáveis, pois, optavam pela busca espiritual. Os eventos e festivais de música promovidos por eles repercutiram de forma mundial “a destacar o famoso *happening*⁴ de Woodstock, realizado em 1969, ao qual compareceram

³ Montagem a partir de imagens coletadas no site Pinterest via: <https://br.pinterest.com/>

⁴ Os *happenings* são performances artísticas que requerem participação ativa do público (Disponível em: <https://www.dicio.com.br/happening/> Acesso em: 29 de nov. de 2021)

cerca de 400 mil pessoas.” (AZEVEDO, 2018, p. 242). Esse *happening* foi um marco na história do movimento *hippie* ao mesmo tempo que foi um de seus eventos finais.

Para Sousa em *O movimento Hippie: tudo sobre a contracultura e sua influência no Brasil*, o fim prematuro desse movimento contracultural foi decorrente de uma série de fatores importantes que ocorreram ao longo dos últimos anos da década de 60 e durante o início da década de 70. Um fator que abalou os jovens *hippies* foram os assassinatos cometidos pela *Família Manson*, um grupo de criminosos que se diziam pertencentes ao movimento de “paz e amor”, fez com que muitos jovens desacreditassem na comunidade e seus ideais. No ano seguinte da realização do festival de Woodstock muitos astros da música como Jimi Hendrix e Janis Joplin, que serviam de inspiração para esses jovens, morreram em um espaço de tempo curto entre um e outro. O último suspiro do movimento foi na década de 80, quando o ex-*Beatles*, John Lennon, foi assassinado.

2.1.1 Movimento *Punk*

Cansados da pacificidade e do lema “paz e amor” dos *hippies*, nos anos de 1970 surgiu outra vertente de movimento contracultural denominada *punk*. Naquele momento, o mundo passava por um contexto de taxa de desemprego elevada, a violência e a falta de segurança agravavam a cada dia, e o abismo social entre as classes intensificava. Milani (2008) completa que mesmo os jovens abastados que não estavam sujeitos as mazelas do capitalismo, podiam se revoltar e manifestar-se contra as injustiças presentes naquela década. Gallo (2010) reforça as origens do movimento no trecho abaixo:

O *punk* nas origens apareceu de forma muito diferente das manifestações anteriores de outros grupos. Os principais adeptos eram os jovens filhos de operários das periferias de Londres e de algumas cidades da América do Norte que sob os governos Thatcher e Reagan viram suas expectativas de vida frustrada. O *punk*, ao invés de apresentar-se como continuidade com o suposto movimento de jovens anterior, se reporta a ele essencialmente como ruptura, mesmo reconhecendo tributo a certas matrizes consolidadas na geração anterior, em música, em literatura e comportamento. (GALLO, 2010, p. 287)

Diante da crise econômica que os *punks* enfrentavam, o movimento trazia como lema recorrente “*No Future*” (Sem futuro – em tradução livre), relacionando-se a desesperança e a descrença nos valores do amor e da amizade. Tornaram-se incrédulos pela ascensão rápida

do capitalismo e, assim, assumiram uma atitude violenta. Gatto (2011) aduz que esses jovens utilizavam como forma de protesto contra o governo suásticas nazistas em ataque ao saudosismo, principalmente britânico, instaurado pós derrota nazista seguidamente do término da Segunda Guerra Mundial, “a utilização de suásticas é um ataque [...] a esse certo ar de *englishness*.” (GATTO, 2011, p.112).

A utilização de ideologias dentro das subculturas é habitual, pois esses adolescentes precisavam de algo “para se agarrar” ao lutar contra um sistema opressor e uma sociedade desigual, diante disso “[...] a função da ideologia é a de apagar as diferenças como de classes e de fornecer aos membros da sociedade o sentimento da identidade social [...]” (CHAUI, 2008, p. 109). Decorrente disso, os *punks*, alinhando seus pensamentos aos ideais anárquicos, lutando por igualdade, liberdade e principalmente, por serem contrários a exploração econômica do sistema capitalista, aderiram a ideologia anarquista como forma de protesto e manifestação. Manifestações, essas, que ficaram registradas, principalmente em músicas como: *God save the Queen*, da banda britânica *Sex Pistols*, também retratada na fala de Ozzy Osbourne, vocalista da banda *Black Sabbath*, no início da década de 70. “Nossa música é uma reação a toda essa babaquice de paz, amor e felicidade. Os *hippies* ficam tentando te convencer que o mundo é uma maravilha, mas é só olhar ao redor para ver em que porcaria nós estamos.” (OSBOURNE citado por GATTO, 2011, p. 104).

Desse modo, como no movimento anteriormente citado, os *punks* adotaram do uso da antimoda e/ou moda anticonvencional para seus ideais, comportamentos e pensamentos virem à tona. Lehnert (2001) argumenta que nessa época a moda era como um meio democrático de expressar opiniões. Uma técnica recorrente que os jovens adeptos ao movimento utilizavam era o *DIY* (*Do it Yourself* – em tradução livre “faça você mesmo”), modificando, assim, camisas, jaquetas e calças para o estilo mais dramático, rasgando as peças, aplicando taxas, alfinetes, *spikes*, correntes e até ossos. “As jaquetas e camisetas muitas vezes tinham palavras ou imagens obscenas e perturbadores, que incluíam iconografia nazista” (HAYE e MENDES, 2003, p. 226). Não obstante, esses jovens tingiam as peças, riscavam ou cortavam fora imagem de pessoas estampadas, como a rainha da Inglaterra Elizabeth II e os integrantes da banda Pink Floyd.

A estilista Vivienne Westwood e seu ex-marido Malcolm McLaren (empresário da banda *Sex Pistols* e responsável por espalhar a estética *punk*) são os grandes criadores por trás do estilo e do comportamento *punk*. Como explica Gatto (2011) no trecho abaixo:

possibilidades, para depois, lentamente, retroceder.” (KÖHLER, 2001, p. 57). Desta forma, o movimento foi perdendo sua força e seu impacto na sociedade ao longo da década, após as grandes marcas aderirem símbolos, peças e acessórios. Para Köhler (2001) a partir disso surge uma nova linha de estilo/estilística, como aconteceu com Vivienne Westwood, que foi a “mãe” do movimento, e a marca Zandra Rhodes, que levaram o *punk* para os desfiles de moda e a comercialização, fazendo com que o estilo que antes causava espanto e assustava as pessoas na rua, torna-se tendência e “[...] por fim, ser filtrado para a moda de massa e para a alta moda” (HAYE e MENDES, 2003, p. 226) terminando como mais um produto nas grandes vitrines luxuosas a ser comercializado pela indústria consumista da moda.

3 Consultoria de Imagem e os Estilos Universais

Historicamente, a consultoria de imagem surge quando Alyce Parsons e Mimi Dorsey buscam compreender e analisar os comportamentos dos consumidores de moda. Após o desenvolvimento de uma pesquisa de marketing sobre perfis de consumo, ambas perceberam padrões repetitivos nas vestimentas de diferentes grupos de consumidores, desta forma foi criado e organizado esses padrões em estilos. Como informa Almeida (2020):

Quando se fala sobre compreensão e análise de estilo na consultoria de imagem é preciso falar sobre Alyce Parsons e Mimi Dorsey – nos anos 80 do século XX – organizaram uma pesquisa de marketing sobre perfis e comportamentos do consumidor, tendo como resultado um indicador de padrões e características organizados em sete estilos universais: clássico, sexy, dramático, romântico, elegante, natural e criativo. (ALMEIDA, 2020, p. 47)

Como uma profissão recente, o consultor de moda e o *personal stylist* são confundidos regularmente. De acordo com Aguiar (2015), o *personal stylist* é aquele que busca avaliar minuciosamente o cliente estudando assim: o biotipo, estilo de vida, paleta de cores, estilo pessoal, imagem percebida e a imagem que deseja passar para os demais. Em contrapartida, o consultor de imagem é aquele que estuda o cliente de uma forma mais ampla, podendo dar dicas de maquiagem, cabelo, pele e até de comportamento e etiqueta social. É dizer que o consultor de imagem trabalha com o propósito de potencializar a beleza do indivíduo, sem seguir determinados padrões impostos pela mídia, mas valorizando o que cada um tem de melhor. Começando pela aceitação do próprio corpo e criando soluções visuais para cada tipologia corpórea. Além disso, encarrega-se também de alinhar o discurso verbal do cliente

com a produção da sua aparência pessoal, por meio de formas, cores e texturas que reestruturam visualmente o corpo no modo do vestir e de se comunicar.

Assim, a atividade do consultor de imagem exige uma formação aprofundada em áreas diferenciadas, como semiótica, comunicação, psicologia, linguagem têxtil, antropologia do consumo, marketing, modelagem, bem como a incorporação de técnicas de visagismo e coloração. Por isso, há importância da qualificação profissional para atingir os objetivos com maior eficiência, diferenciando-se de um mero comprador de roupas ou manual de dicas prescritivas, afirma Aguiar (2015).

Dentro da esfera da consultoria de imagem, trabalha-se com universos visuais os quais auxiliam o encontro do estilo pessoal, conciliando o biotipo com a imagem desejada, utilizando-se, assim, de peças e acessórios ideais para cada pessoa. Após finalizar todas as etapas necessárias, o profissional chegará ao estilo pessoal do cliente, cada indivíduo possui um estilo principal e até dois secundários dentro dos setes estilos universais.

Nesta perspectiva, é importante ressaltar que moda e estilo são conceitos diferentes. Assim, segundo Calanca (2008), compreende-se que a moda é um fenômeno cíclico, de costumes, gostos, mudanças e comportamentos. Algo que sinaliza, que aponta cotidianamente direções, significados e instrumentos de julgamento para as roupas. E isso só é possível porque a roupa significa algo, e exatamente por significar algo que ela pode ser usada como instrumento de mediação entre o indivíduo e o sentido que ela imprime em suas ações. A moda, portanto, mais do que indicar os gostos que mudam de tempo em tempo, a fim de atender a vontade de distinção de um grupo social, é um sistema, que constitui a própria sociedade em que funciona.

Por outro lado, o estilo é a marca pessoal de um indivíduo, é a forma como ele se mostra ao mundo, usando para isso sua imagem pessoal e refletindo através de suas roupas, acessórios, corte de cabelo e maquiagem, sua personalidade. Pois, a comunicação não-verbal parte de um estilo e uma imagem pessoal, mesmo antes de suas palavras, a imagem pessoal transmite inúmeras mensagens sobre quem esse indivíduo é na sociedade, aduz Aguiar (2015).

Nesta perspectiva, a consultoria de imagem utiliza o estilo como base para identificar o universo visual e a imagem pessoal de um sujeito. Assim, existem pelo menos sete tipos de estilos que são considerados universais: sexy, elegante/contemporâneo, tradicional/clássico, criativo, esportivo/natural, romântico ou dramático/moderno. Nesta lógica, Aguiar (2015) ainda ressalta que entre esses estilos existe uma vizinhança: o estilo tradicional é vizinho do elegante; o elegante é do tradicional e ao mesmo tempo do dramático; já o estilo

dramático fica ao lado dos estilos elegante e criativo. Os estilos sexy, romântico e natural não possuem vizinhança, portanto, são estilos avulsos.

À vista disso, o estilo sexy é frequentemente visto em áreas não conservadoras, como nas profissões que estão atrelados às artes, moda, música e cinema. Ele reflete uma pessoa confiante, ousada, sedutora, carismática, glamurosa e corajosa que utiliza de fendas, decotes, recortes e texturas estratégicas em suas peças para valorizar seu corpo sem ser vulgar. Seguindo por esse ângulo, os homens optam por camisas e camisetas com decotes, calça *skinny*, blazer e jaquetas ajustados a silhueta, sapatos com design elegante, e misturam couro com outros tecidos. Já as mulheres usam sapatos *stiletto*, *peep toe*, sandálias de bico fino e botas *over the knee*. “No armário do estilo sexy tem muitas peças que modelam o corpo, decotes, textura em couro, renda, vinil, lurex, paetês, estampas de animal print e tecidos fluídos. Os acessórios são marcantes, as bolsas em cores fortes e materiais chamativos ou em couro.” (ALMEIDA, 2020, p. 50-51).

Em contrapartida, o estilo elegante é percebido pela discrição e sofisticação, destinada por muitas vezes, a cargos de poder, executivos, diplomatas, jornalistas, no meio corporativo e jurídico, políticos, médicos, monarcas entre outros. As pessoas que possuem esse estilo têm como características a segurança, firmeza, formalidade, discreto e respeito, mas, por outro lado, podem passar uma imagem de indisponibilidade. “A alfaiataria é muito utilizada nesse estilo. [...] No armário há roupas duráveis e de qualidade, acessórios refinados e com acabamentos impecáveis” (ALMEIDA, 2020, p. 50). As peças bases desse estilo são os blazers, calças retas, camisas sociais, ternos, *peep toe*, sandálias, sapatos sociais, calças de cintura alta etc. o ponto chave fica na qualidade dos tecidos, cortes e costura.

O estilo clássico, por muitas vezes, é confundido com o estilo elegante por possuir elementos parecidos, a diferença se encontra nos detalhes. Aguiar (2015) afirma que pessoas que seguem esse estilo são tradicionais e conservadoras em seus estilos de vida, recatados e até mesmo preconceituosos em suas maneiras de vestir, trazendo esse tradicionalismo para a imagem e a aparência. Universalmente aceito no meio profissional, esse estilo recorre a peças de alfaiataria, tecidos como tweed, cashmere e seda em cores sóbrias, estampas tradicionais como a risca de giz e o poá. “A desvantagem desse estilo é que anos passam e você tem a impressão de que a pessoa sempre está igual, com uma aparência monótona e antiquada, além de parecer formal e cerimonioso para ocasiões casuais” (AGUIAR, 2015, p. 61).

Contrariamente ao estilo citado anteriormente, o estilo criativo é aquele em que se faz um mix de tudo possível. “O estilo criativo é uma mistura dos setes estilos universais. As pessoas deste estilo gostam de arriscar, usam coisas diferentes e sabem misturar muito bem cores, estampas, texturas, comprimentos e sobreposições” (ALMEIDA, 2020, p. 53). A mistura da moda com a arte retrata esse estilo, assim como a palavra “mistura” ou “mix” o resume. Aplicado às carreiras poucos usuais, pessoas com esse estilo não se importam com a opinião alheia, são confiantes, exóticos, inovadores, aventureiros e fogem dos padrões. Com um guarda-roupa repleto de peças com texturas étnicas, modelagens diferentes, peças artesanais e *vintages*, roupas de brechó, acessórios rústicos, roupas customizadas, sapatos de salto grossos com plataforma, e com cores vibrantes, bolsas divertidas e com materiais diferentes.

Em discordância com o estilo criativo, o estilo natural é explicado por Vaz (2007) como aquele que representa pessoas com aparências pacíficas, amistosas e entusiasmadas, que gostam de atividades que entram em contato com a natureza. Movidos pela praticidade, conforto e com uma estética *clean*, a prioridade desse estilo se mantém em peças básicas e coringas como jeans, camisas de flanelas, suéter, *pulôver*, moletom, tênis, coturnos, chinelos, botas e sandálias de saltos grossos e baixos. Seguindo a linha do estilo sexy, esse é predominantemente encontrado em áreas como na moda, na música, nas artes além do meio escolar, na construção civil e no jornalismo. A essência desse estilo transmite uma imagem de alegria, jovialidade e receptividade, porém ele se limita ao casual criando uma dificuldade para as pessoas desse estilo em ocasiões formais e ultraconservadoras.

Ainda, o estilo romântico, com traços de feminilidade, inocência, meiguice, delicadeza e fragilidade, compõe os setes estilos universais. As mulheres sendo, habitualmente, a porcentagem maior dentro deste estilo, encontram como empecilho áreas conservadoras e que exijam manifestação de poder, pois aparentam muito gentil para o cargo. O *closet* de uma romântica é composto por tecidos fluídos, com rendas, babados, estampas florais, cores *candy color*, laços, mangas bufantes, linhas arredondadas nas peças e sapatos, roupas estilo princesa e usa-se muito de acessórios como colares delicados, de pérolas e antigos, camafeus etc. “O romantismo permanece mesmo se não estiver em alta nas vitrines” (ALMEIDA, 2020, p. 52).

Por último, o estilo dramático, para Vaz (2007) remete a pessoas intimidadoras, fortes, desafiadoras, inovadoras e exageradas. Por muitas vezes confundido com o estilo criativo, uma pessoa moderna/dramática é vanguardista, urbana e ousada, além desses atributos. Aguiar (2015) completa que esse estilo transmite a sofisticação do elegante. Bem como em

outros estilos citados acima, esse também é recorrente encontrado em áreas de meios não conservadores como a moda, as artes, a música, o meio escolar e o design. A composição de um *look* dramático gira em torno de peças ousadas e diferentes, é optado por tecidos estruturados, couro, peças volumosas, texturas, jeans, modelagens assimétricas, cores fortes e contrastantes, estampas macros etc. Do mesmo modo que os acessórios são maxi colares e brincos. “A seleção dos sapatos pode ser desde o clássico *scarpin*, tênis *all star*, até sapatos mais conceituais com bicos quadrados, plataformas e *oxford*.” (ALMEIDA, 2020, p. 51).

É importante reforçar que a moda, segundo Palomino (2013), é um contexto abrangente que segue o vestuário ao longo do tempo, incorporando aspectos mais importantes como a política, o social e o sociológico. Já o estilo pessoal é construído para a expressão de si e a visibilidade de um indivíduo no seu espaço social. Conforme Aguiar (2015) elucida:

Estilo e moda são duas coisas distintas. A moda é um reflexo da cultura do momento, são tendências difundidas pelos estilistas em todo o mundo. O estilo é a expressão pessoal de quem somos, a expressão do caráter, a relação com o mundo à nossa volta; tem conteúdo pessoal, pois tiramos da moda somente aquilo com o que nos identificamos. O estilo pessoal reflete na roupa as mudanças que se passam em nossas vidas. (AGUIAR, 2015, p. 39-40)

Portanto, de acordo com Marinho e Martins (2010) o estilo pessoal faz alguém ser único através da combinação de elementos característicos do seu visual. O estilo pessoal vai muito além de peças de roupas e acessórios. Kalil (2007) afirma que o estilo está ligado ao modo de viver, pensar e agir de um indivíduo. Apesar de existir uma categorização dos estilos, é imprescindível que cada pessoa possua o seu próprio, pois é um ser singular e que usa composições diferentes por ter uma vivência, pensamentos, posições, atitudes, visão de mundo, classe social, poder aquisitivo, uma individualidade e autoconhecimento dos demais com o mesmo estilo.

4 Análise

O presente trabalho irá analisar seis imagens, três referentes aos movimentos contraculturais *hippie*, dos anos de 1960, e outras três respectivas ao movimento *punk*, dos anos de 1970, com o intuito de averiguar as convergências e divergências presentes nos elementos visuais usados pelos jovens adeptos a essas tribos urbanas, bem como as ideologias de contracultura presente nesses movimentos.

O método a ser utilizado será a pesquisa qualitativa de descrição, sendo o tipo a análise de conteúdo e a técnica de estudo de caso. “[...] o estudo de caso como modalidade de pesquisa é entendido como uma metodologia ou como uma escolha de um objeto de estudo definido pelo interesse em casos individuais.” (VENTURA, 2007, p. 2). Ainda sob essa ótica a autora complementa o conceito de estudo de caso explicando que esse método visa uma investigação “bem delimitada, contextualizado em tempo e lugar para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações.” (VENTURA, 2007, p. 2).

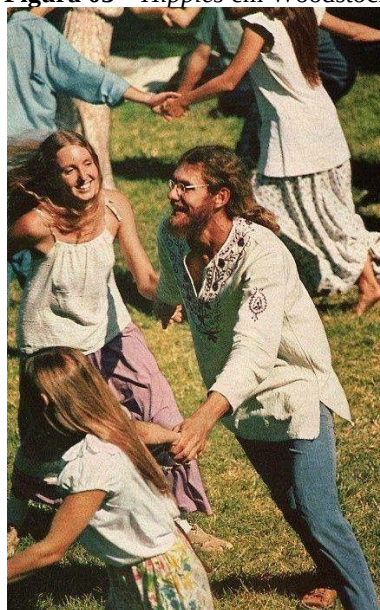
Esta análise irá utilizar como parâmetros de investigação a consultoria de imagem e estilo, especificamente os conceitos dos setes estilos universais. O critério da autora na escolha das imagens foi a busca por fotografias de momentos diferentes entre o “nascimento” e “morte” dos movimentos contraculturais citados.

4.1 Movimento *Hippie* e os Estilos Universais

Os jovens *hippies* utilizavam de peças e elementos visuais que mostravam ao mundo o seu estilo de vida comunitário, seus ideais pacíficos, a aceitação e busca por religiões orientais, a esperança de um mundo melhor sem guerras e a desaceleração da destruição da natureza motivada pelo consumo, de forma geral, desenfreado. Esses elementos visuais eram a representação da identidade cultural que essa subcultura carregava consigo, Maffesoli (2010) atesta que esses jovens se conectam por possuírem afinidade, como: experiências de vida, ideologias e pensamentos similares.

O uso de composições visuais variadas como mix de estéticas, cores, acessórios e padronagens étnicas e psicodélicas exprimem o estilo criativo como predominante nessa tribo urbana, complementando com outros estilos como o natural, sexy e romântico. Essas composições eram, por muitas vezes, feitas a partir de outros contextos, como no uso de artesanato, reparos manuais, roupas de segunda mão, além de “[...] alguns *hippies* e místicos desprezavam a roupa excessivamente limpa e arrumada como um sinal de comprometimento com o sistema e um apego exagerado ao seu mundo” (LAURIE, 1997, p. 29).

Figura 03 – Hippies em Woodstock



Fonte: Pinterest⁶

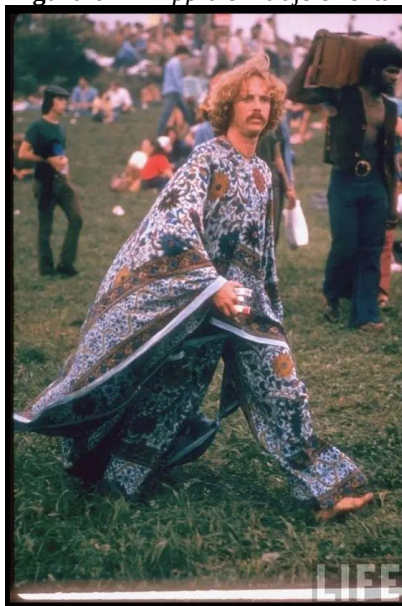
Uma foto retirada durante o festival de Woodstock⁷ retrata exatamente como eram as composições visuais dos *hippies* nos anos 60. O uso de modelagens soltas e fluidas, cores claras e sóbrias, além de estampas florais e bordados, eram recorrentes. Elementos, esses, que expõem o estilo de vida livre e nômade dessa tribo urbana, além de expressar a liberdade do corpo com roupas “frouxas” e o regresso a natureza com sua estética artesanal e cores sóbrias, quase como se o tecido fosse tingido artesanalmente ou fosse a sua cor natural, sem passar pela etapa de tingimento que polui o meio ambiente. Tais elementos visuais são característicos dos estilos universais natural e romântico, pois essa busca por conforto e liberdade do corpo e dos movimentos é um dos pontos-chaves do primeiro estilo citado. “As pessoas desse perfil prezam pela praticidade, funcionalidade e, principalmente, pelo conforto na hora de se vestir [...]” (ALMEIDA, 2020, p. 52), além da busca por peças agradáveis fisicamente. Por fim, Vaz (2007) complementa que esse estilo reflete pessoas que são ligadas a natureza e transmite uma pacificidade.

⁶ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/650348002445942751/> Acesso em: 20 de out. 2021

⁷ Woodstock Music & Art Fair foi um festival que ocorreu dos dias 15 a 18 de Agosto no ano de 1969. Realizado em uma fazenda de 600 acres, localizada em Bethel, New York. Esse festival foi o maior evento *hippie*, onde cerca de meio milhão de pessoas se reuniram para assistir 32 performances de músicos que estavam em ascensão ou emergindo como: Jimi Hendrix, Janis Joplin and Crosby, The Grateful Dead, The Who entre outros artistas. (Tradução Livre. Disponível em: <https://www.woodstock.com/about/>. Acesso em: 25 de nov. 2021)

As cores claras, estampas e bordados florais expressão o estilo romântico, do qual traz uma leveza ao visual como um todo. Esses jovens buscavam um estilo que pudesse expor o seu modo de vida, filosofia e valores. Inconscientemente, também é possível notar esses elementos que transmitem uma imagem de suavidade, o que espelha essa busca pela vida mais natural e ligada ao meio-ambiente.

Figura 04 – *Hippie* em traje oriental.



Fonte: Pinterest⁸

Peças que remetessem as culturas orientais, principalmente aos indianos, era febre entre os *hippies*, principalmente porque muitos jovens se converteram as religiões orientais das quais eram próximas de suas ideologias e modo de vida sem violência e pacifista como retrata seu lema “paz e amor”. Um look composto por um *kaftan* com estampa étnica da cabeça aos pés mostra o estilo criativo predominantemente, alude Aguiar (2015) que o estilo criativo é aquele que vale tudo “a pessoa que tem esse estilo não se importa com o que os outros pensam dela, pois a forma de expressão é mais importante.” (AGUIAR, 2015, p. 70). Por fim a peça acompanha modelagens largas, frescas e sem apertar o corpo, característico do estilo natural. Crane (1997) inclui que:

⁸ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/777504323171179454/> Acesso em: 20 de out. 2021

O estilo *hippie* [...] indicava que os estilos de roupa totalmente diferentes podiam coexistir e que, por conseguinte, regras rígidas de indumentaria não eram mais adequadas. As pessoas eram livres para escolher entre diversas possibilidades o tipo de vestimenta que preferiam. Ao fazê-lo, identificavam-se com um subgrupo ou estilo de vida [...] em vez de identificar-se com a classe média. (CRANE, 1997, p. 282-283)

O *kaftan*, uma peça originalmente oriental, era comumente usada pelos jovens *hippies* por eles inserirem indumentárias de outras etnias e de suas próprias nos *looks*. Esse mix de culturas trouxe uma nova ótica e variedade de estilos para exteriorizar suas opiniões, logo “A ampla variedade da moda contracultural misturava velho e novo, Oriente e Ocidente, cor e textura para produzir visões de uma caleidoscópica oposição ao *establishment*.” (STENVENSON, 2012, p. 196). Deste modo a introdução de túnicas e *kaftans* fluidas com estampas coloridas e chamativas, em adição de acessórios, técnicas e bordados se tornaram símbolos em meio a essa contracultura.

Figura 05 – Jovem Mulher *Hippie*



Fonte: Pinterest.⁹

A jovem *hippie* da imagem acima veste-se com um ícone da época: a calça boca de sino, peça com modelagem justa até o joelho e ampla do joelho para baixo, imitando a silhueta triangular de um sino. Um *look* estampado e colorido, com modelagem ajustada ao corpo, com decotes e pele a mostra. Nessa composição os estilos criativo e sexy mostram-se presentes e

⁹ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/2674081019977348/> Acesso em: 20 de out. 2021

ecoam os pensamentos daqueles que eram adeptos a essa tribo urbana: a revolução gerada após a criação e comercialização da pílula anticoncepcional impulsionou o empoderamento feminino e a liberdade da mulher através do corpo e sexo livre, principalmente nas comunidades *hippies* pois pregava-se a liberdade sexual e a igualdade de gênero. Dentro desse contexto, o estilo sexy era utilizado inconscientemente e/ou conscientemente como liberdade de expressão, Almeida (2020) elucida que esse estilo revela uma mulher empoderada, confiante e sedutora.

A abordagem das ideologias *hippies* nos contam a narrativa do uso do corpo como expressão e como a indumentária empregue por esses jovens poderia auxiliar nessa comunicação. A conscientização dessa liberdade sexual perante a sociedade é algo antigo, que já derivava e seguia ao longo da história desde os povos antigos. Para esses povos o nu ou a roupa que mostrava mais partes do corpo não era algo impuro ou promiscuo como era considerado aos olhos da sociedade patriarcal vigente, Laurie (1997) aborda esse tema abaixo:

Nos antigos Egito, Creta e Grécia o corpo despido não era considerado impudico; escravos e atletas habitualmente andavam sem roupas, enquanto as pessoas de posição elevada usavam roupas cortadas e drapeadas de modo a mostrar grande quantidade do corpo quando se moviam. (LAURIE, 1997, p. 225)

Nesta perspectiva, observa-se que esses jovens se espelhavam nesses conceitos e modos de vidas antigos, empregando os elementos do estilo sexy como forma de evidenciar para a sociedade a sua filosofia de vida de relação com o próximo, além de elucidar seus valores, princípios, convicções e modelo de um possível futuro.

Desta forma, entende-se que os *hippies* estavam passando por um momento de tensão no mundo, são “filhos da guerra” e estavam vivenciando a Guerra do Vietnã (1955-1975), eram adolescentes que buscavam mudanças no mundo. Com suas ideologias e a busca pelo *nirvana*¹⁰ o uso dos estilos criativo e natural transmitiam essa imagem da regressão à natureza, da paz, do amor, da busca pela liberdade e igualdade. Mostrando ainda com clareza suas ideologias, os estilos manifestavam-se na subcultura como visão, convicções e

¹⁰ “O *Nirvana* é, para esses sistemas filosóficos [...], o símbolo da felicidade, da bem-aventurança e da redenção às quais todos os homens devem invariavelmente buscar para se verem livres, para sempre, dos tormentos e misérias da vontade de viver.” (LOPES, Ricardo Farias Martins. **A contemplação estética como ideal do *nivarna* búdico**. 2012. 183 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Filosofia e Ciências de Marília. 2012, p. 56. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/91765?show=full>. Acesso em: 25 de nov. 2021)

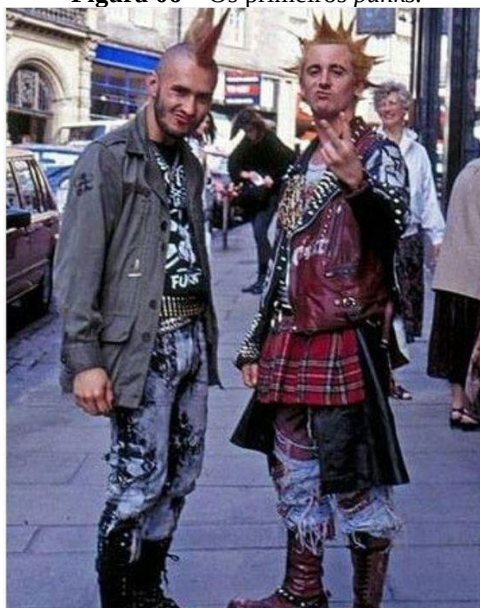
comportamento: o modo de vida nômade, o retorno à natureza, a vivência em comunidade, a religiosidade provinda do oriente, as questões em torno da sexualidade e das identidades de gêneros.

Por conseguinte, os elementos visuais dos estilos mais recorrentes nesses adolescentes e jovens adultos, conseguiam refletir seus ideais, Vaz (2007) alude como o estilo natural passa a imagem de alguém pacífico, que busca pelo conforto, além de ser alegre e ter uma ligação com a natureza. Em acréscimo a isso, o estilo sexy que Almeida (2020) esclarece ser usado por mulheres empoderadas e confiantes ecoava naquelas mulheres *hippies* que viviam o ideal de liberdade e independência feminina e sexual. E como complemento, o estilo criativo que Aguiar (2015) retrata como sendo aquele que vale tudo, sem se importar com modismos, pois o que realmente importa é a forma de expressão: os jovens, que não possuíam voz, buscaram outras formas de se expressar e opinar, a forma de se expressar através das roupas, da composição e da combinação de tudo aquilo que os representava.

4.1.2 Movimento *Punk* e os Estilos Universais

Enquanto os *hippies* viviam de forma esperançosa e não violenta, mostrando ao mundo isso através de suas roupas coloridas, fluidas, com o corpo a mostra e seus comportamentos “paz e amor”, os *punks* queriam mostrar ao mundo a ideia contrária a essa pacificidade, na nova década a esperança tinha morrido e o espírito anárquico reinou em meio aos jovens. Conforme Crane (2013) essa movimentação juvenil era uma forma de expressar suas identidades sociais “[...] os que pertencem as minorias alicerçadas em raça, etnia ou preferência sexual tendem a usar o estilo como meio de expressão de sua identidade e resistência à cultura dominante.” (CRANE, 2013, p. 340). O uso de couro, cores escuras, rasgos e acessórios como correntes, coleiras, alfinetes e *spikes* refletem o estilo dramático, nota-se ainda que em muitas composições é possível encontrar outros elementos dos estilos: elegante, romântico, criativo e natural.

Figura 06 – Os primeiros *punks*.



Fonte: Pinterest¹¹

O movimento *punk* não foi apenas definido por roupas fetichistas, dramáticas e *looks all black* que causavam olhares de rejeição e estranheza. No início do movimento era comum notar como alguns jovens possuíam predominantemente o estilo criativo em suas composições visuais. Na imagem acima é visível o estilo criativo transparecendo na composição do *look* do homem disposto a direita da imagem com mix de texturas, acessórios, estampas e cores. Apesar de ser uma aparência com cores mais fechadas, o impacto fica nessa “confusão” visual: a jaqueta de couro de duas cores com *spikes*, taxas e pintura manual; a saia metade couro e metade flanela xadrez vermelha sobreposta a uma calça jeans rasgada e desfiada, concluindo o visual com uma bota similar a um coturno e cabelos arrepiados, estilo moicano colorido.

Dentro dessa composição visual feita pelo jovem disposto a direita da imagem, os significados que as peças, as texturas, as padronagens e os acessórios em questão carregam e associam-se com o movimento é notável. Assim, como o exemplo da estampa xadrez que foi amplamente utilizada dentro do movimento *punk*, Laurie (1997) aborda a história do xadrez e do seu significado primitivo no trecho abaixo:

¹¹ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/8585055528117286/> Acesso em: 20 de out. de 2021.

O mais distintivo de todos, quase significando uma língua separada, é o xadrez do tecido da Escócia. Assim como o verde dos irlandeses, seu xadrez tem uma importância política antiga. No passado, chegaram a ser proibidos pela lei britânica; em 1746, um ato do Parlamento tornou o uso do quadriculado da Escócia uma ofensa; foi revogado 1785, depois de muito protesto. Ainda hoje, a exibição do tecido escocês de um clã é, muitas vezes, um ato político. (LAURIE, 1997, p. 220)

Neste contexto, o uso do xadrez, mesmo que inconscientemente, trazia a ideia de pertencimento a um clã ou a um grupo, da qual abraçava os seus iguais, e possuía uma representatividade ao mesmo passo que enunciava o protesto político contra o sistema opressor, econômico, político e patriarcal; não só o sistema da sociedade em que viviam, mas também àqueles que criaram esses jovens, como seus pais e responsáveis. Aduz Laurie (1997) abaixo:

Na língua das roupas, o estilo *punk* era um pedido de atenção, juntamente com um grito de raiva contra aqueles que, no passado, deveriam ter dado atenção a essas crianças e não deram: pais que eram imaturos demais ou estavam extenuados demais; professores e assistentes sociais insensíveis e incompetentes; um sistema de Previdência que parecia desinteressado em seu bem-estar e não oferecia trabalho à maioria deles. (LAURIE, 1997, p. 176)

Em contrapartida, o outro homem, disposto do lado esquerdo da imagem, se veste mais modestamente, um visual pendendo para o estilo dramático, que atesta Aguiar (2015) o dramático é um estilo moderno e cosmopolita que nos transparece a imagem de alguém distante, ela ainda completa que “[...] A roupa funciona como uma armadura que envolve o corpo, transmite uma imagem forte, poderosa que acaba intimidando por ser um visual pesado.” (AGUIAR, 2015, p. 67) contraponto com estilo natural: o uso de peças confortáveis como a calça jeans, a *t-shirt* e a *parka*, buscando a dramaticidade nos detalhes como o cinto de balas, a estampa, o jeans tingido, o coturno e seu penteado.

Assim como o xadrez possuía um significado perante essa comunidade, o coturno e a *parka*, provindos da história militar, também correspondiam a esse protesto a favor do que acreditavam. Além de serem itens, muitas vezes reciclados, comprados em brechó e estilizados em casa, por possuírem um passado de invenção/criação para e/ou dentro do universo militar, os *punks* divergiram seus significados de orgulho e honra que as nações conservavam por essas indumentárias históricas, principalmente a Inglaterra que venceu o nazismo na Segunda Guerra Mundial, Gatto (2011) faz uma observação perante a essa ótica de como esses jovens conseguiram utilizar até mesmo da suástica nazista como forma de ataque radical ao sistema e ao governo.

Figura 07 – Grupo de jovens *punks*



Fonte: Pinterest.¹²

Ao longo dos poucos anos do movimento contracultural anárquico, a mudança no estilo foi se tornando perceptível. Esse grupo de jovens representados na figura 7, misturam elementos do estilo elegante com o estilo dramático, estilos esses que são vizinhos e se correlacionam nos *looks* da imagem acima. Os elementos visuais correspondentes a esses estilos são: o sobretudo com modelagem de alfaiataria, ao elegante; e as jaquetas de couro, calças rasgadas, coturnos e penteados “ouriçados”, ao dramático. Para Aguiar (2015) o estilo elegante transparece um requinte, mas pode carregar um significado de intimidação, poder e imponência por passar uma imagem de severidade. Desta maneira, quando os *punks* unem os elementos visuais de ambos os estilos citados, eles sinalizam sua forma de expressar seus pensamentos diante da época vivida e dos acontecimentos, dos quais eles manifestavam-se contra, como a política de Margaret Thatcher durante a década de 70.

Em adição ao uso das estampas xadrezes, do coturno e da *parka*, o sobretudo foi mais uma das peças que circulam a história do militarismo que os *punks* trouxeram para o seu

¹² Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/64739313384063046/> Acesso em: 20 de out. de 2021.

universo de protesto contra o *establishment*¹³ e o *englishness*¹⁴. Por conseguinte Köhler (2001) atesta que o sobretudo provém de um estilo de casaca chamada de *redingote*, cujo, foi modificada muitas vezes dando origem a outros estilos de casacas como o casaco de equitação inglês, o *surtout* e os primeiros estilos de casacas militares, o autor complementa o sobre o uso das casacas “[...] usado pela maior parte dos regimentos do exército imperial francês.” (KÖHLER, 2001, p 470).

Antes de ser incorporado novamente no vestuário militar, com maior visibilidade e uso durante a Segunda Guerra Mundial, o sobretudo, dito por Köhler (2001) foi regularmente usado por homens de prestígio. Algumas de suas modificações mais antigas apontam sobre o encurtamento e o alongamento da mesma peça, o autor no trecho abaixo explica melhor esse estudo sobre a história do sobretudo:

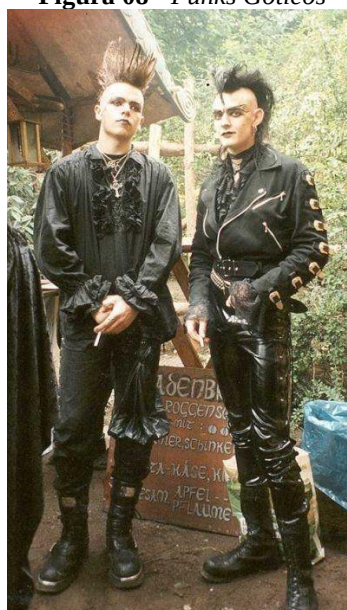
O *redingote*, porém, só se tornou de uso geral em 1810, e por essa época já tinha sido tão modificado e encurtado que conservava muito poucos indícios de ter sido originalmente um sobretudo. [...] O *redingote* ainda era um sobretudo popular, e a fim de que se tornasse mais apropriado a essa finalidade foi encomprido e alargado. (KÖHLER, 2001, p. 472)

Ademais, observa-se que a inversão do significado desta peça foi manipulada para simbolizar a aversão ao sistema e ao governo, seja o parlamentar ou o reinado da rainha Elizabeth II da Inglaterra. A utilização do sobretudo vem do estilo elegante, por isso as pessoas que possuem esse estilo, com frequência, possuem essa peça em seus guarda-roupas justifica Aguiar (2015). Nesse contexto, Almeida (2020) corrobora com a autora citada incluindo que a ostentação desse estilo passa uma ideia de pessoa distante “Por vezes, dependendo do contexto, este estilo pode inibir as pessoas ao redor e passar uma imagem de indisponibilidade devido às formas de [...] poder.” (ALMEIDA, 2020, p. 50). Por fim, o uso do elegante suplementado com o peso do dramático retrata completamente esse distanciamento, estranheza, reclusão as regras e à normalidade da sociedade.

¹³ Por seu significado, *establishment* é “uma ordem social estabelecida” e/ou um grupo de pessoas que possuem grande poder ou influência. (Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/establishment> Acesso em: 25 de nov. de 2021.)

¹⁴ A palavra *englishness* é relativo a Inglaterra e a sua identidade nacional. Surge um “[...] imaginário sobre um passado pré-moderno que caracteriza a verdadeira Inglaterra. Nisso encontra-se um apego sobre as tradições comunitárias e pastoris aparentemente tranquilas baseadas na sabedoria, na solidariedade e na tradição.” (GATTO, 2011. p. 92. Vide Referências)

Figura 08 - Punks Góticos



Fonte: Pinterest.¹⁵

A mistura de estilos opostos nessa subcultura também era recorrente. Ambos os jovens presentes na imagem acima estão aplicando os elementos visuais dos estilos dramático e romântico. Predominantemente dramáticos, os *punks* utilizavam de elementos em couro, aviamentos como fivelas e correntes que remetem a um *look* fetichista, cujo, representava a luta contra um sistema conservador e patriarcal, expondo ainda o discurso de resistência e manifestação desses grupos que proveio do descontentamento causado pela crise política e econômica. À vista disso, os jovens *punks* manejavam as indumentárias e os elementos visuais para evidenciar a frustração e a insatisfação perante o *establishment*. “As subculturas e os grupos marginais manipulavam os textos em forma de vestuário para exprimir suas atitudes a respeito de si próprios e da sociedade.” (CRANE, 2013, p. 466). Em segundo plano, fica evidente os elementos visuais românticos, Almeida (2020) esclarece que esse estilo se aproxima do universo feminino, representando leveza, compostos por modelagens com babados e levemente bufante, e gola *jabô* mostrando a transição do final do movimento *punk* anárquico e agressivo para o início da tribo urbana gótica, essa sendo uma subcultura com um apelo mais romântico.

¹⁵ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/12877548924059868/> Acesso em: 20 de out. de 2021

O estilo *punk* não foi apenas uma tendência ou modismo, ou ainda rebeldia e ingratidão dos jovens, ele foi um marco na história da moda, fez muito mais do que causar surpresa ou choque. Como citado anteriormente, Laurie (1997) interpretando a partir de suas indumentárias clássicas, esclarece que esse comportamento e estilo era uma forma de apelação por atenção e uma forma de extravasar sua raiva e frustração perante àqueles que deveriam se importar e dar suporte para eles.

Toda essa movimentação e protesto juvenil fez com que uma sociedade inteira sentisse “[...] raiva, culpa, compaixão e medo simultaneamente” (LAURIE, 1997, p. 176), mas também fez com que a moda se movesse em direção à manifestação política e à ação dela. Para isso, esses jovens manipulavam as indumentárias e os elementos históricos com o intuito de retratar sua ideologia através disso, que por muitas vezes, a distorção daquela peça era mais importante do que ela por si só. Os estilos refletidos em seu vestuário, como o dramático e o criativo, era muito mais do que roupa, era sua forma de expressar e de se comportar perante tudo que acontecia.

A dramaticidade do preto, rasgado, cortado, tingido; a criatividade do mix de estampas, texturas e acessórios era a sua forma de dizer “estamos aqui e queremos ser ouvidos”. A imagem percebida desta tribo urbana rebelde em maioria retratava apenas uma confusão e estranheza, por causa desses ruídos na comunicação da imagem e do estilo pessoal, muitos não levavam a sério o que eles estavam buscando, mas o impacto causado por essa mistura de estilos cruzou as fronteiras do “estar na moda” apenas como modismos, tendências, roupas e matéria, eles reviveram a moda como comportamento e expressão.

A juventude adepta dos movimentos contraculturais *hippie* e *punk* nos mostraram ao longo das décadas que possuíam visões diferentes do mundo e na forma de se expressar: a não-violência *versus* a agressividade; em seus lemas de “paz e amor” *versus* “sem futuro”; em sua espiritualidade pacífica *versus* o comportamento anárquico, e em suas (des)esperanças, em suma: eram opostos, mas analisando os detalhes de elementos visuais que compõe as vestimentas características dessas tribos urbanas, é possível notar como ambos os movimentos se cruzam, convergindo-se e divergindo-se ao longo da história.

Apesar de possuírem ideologias e estilos de vidas diferentes, esses jovens que usufruíram de uma antimoda e/ou moda anticonvencional apresentavam convergências e divergências em diversos âmbitos, principalmente aqueles ligados à sua forma de vestir. Segundo Boucher (2012) essa antimoda é uma tradução de um vestuário selvagem com ideais

revolucionário: a “[...] busca de liberdade, desejo de comunhão entre os povos, derrubada da moral burguesa, destruição das barreiras que separam as diferentes classes da sociedade.” (BOCHER, 2012, p. 420).

Sendo o vestuário um fator importante nos movimentos de contracultura por seus elementos representativos ideologicamente, o autor citado acima completa sobre o guarda-roupa da mocidade *hippie* e *punk* no trecho abaixo:

As roupas importadas, que vinham da Índia ou do Afeganistão, do Marrocos ou da América do Sul, formam o fundo do guarda-roupa *hippie*: coletes ou casacos em carneiro bordados no avesso, lenços e túnicas indianas, a que se somam os chapéus de feltro com abas flexíveis, as camisetas *tie and dye*, as calças jeans *délavés* ou rasgadas, as velhas camisolas desencavadas no sôtãos, os uniformes do exército descoberto nos brechós. Após 1975, o movimento *punk*, sob a bandeira do *No Future*, assina o fim dessa cultura pop marcada pelo *peace and love*, o gosto pelas viagens iniciáticas, o retorno à natureza. Essa nova boemia oriunda de meios desfavorecidos vive em apartamentos ocupados e assusta com seus trajes de combatentes urbanos: corpo espetado por alfinetes de fralda, jaqueta reluzente cheia de emblemas, roupas rasgadas, cabelos espetados à moicano. (BOUCHER, 2012, p. 420)

Analisando os elementos visuais de vestimentas *hippie* e *punk* é possível notar a repetição de modelagens como: a cintura baixa, o comprimento mini, decotes, algumas peças folgadas prezando o conforto, e pele amostra, principalmente em *looks* femininos de ambos os movimentos que exterioriza suas ideologias voltadas as mulheres adeptas: de liberdade sexual a independência feminina, pois era dessa forma que as mulheres conseguiam fazer suas vozes serem ouvidas em uma década ainda machista e patriarcal. Desse modo, Alves e Pitanguy (2003) abordam essa questão dentro do movimento feminista, cujo “denúncia da mesma forma a violência simbólica que faz de seu sexo um objeto desvalorizado. Reivindica a autodeterminação quanto ao exercício da sexualidade, da procriação, da contracepção.” Em um momento em que a pílula contraceptiva foi criada, os ideais do movimento feminista foram introduzidos aos ideais *hippies* como forma de busca por essa liberdade sexual feminina e a quebra de tabus sexuais em torno do feminino.

Ao mesmo tempo em que as modelagens se repetiam, os elementos de estampa se divergiam: enquanto os *hippies* utilizam de cores vibrantes, estampas psicodélicas, florais e étnicas, entre outras combinações coloridas, os *punks* apostavam em um *look* mais pesado, carregado e urbano, com muito preto. Mas, também, utilizavam cores como o verde militar, tons de bege, vermelho escuro e cinza chumbo, o colorido do *look* ficava apenas nas peças com

estampas como o xadrez que poderia ser vermelho, azul, amarelo etc. ou em suas maquiagens e cabelos coloridos, estampas militares e mix de texturas também eram recorrentes na composição visual de um *punk*.

Outro âmbito que aponta esse cruzamento de convergências e divergências nos movimentos contraculturais citados são as técnicas artesanais que ambos utilizavam como modo de customização de peças, onde ficava presente a expressão de seus pensamentos, ideias e ideologias. A técnica denominada *DIY* (*Do it Yourself* – em tradução livre “faça você mesmo”) era utilizada de diversas formas pelas comunidades *hippies* e grupos juvenis *punks*, Stenvenson (2012) alega, ainda que essa técnica que estourou nos anos 60 “[...] fez com que cursos noturnos, livros de artesanatos e a produção doméstica fossem muito populares [...]” (STENVENSON, 2012, p. 210) principalmente entre essas comunidades e grupos. A aplicação era conforme as necessidades: fosse para recuperar uma roupa e reutilizá-la, refletindo o modo de vida e o pensamento contra o consumismo e o capitalismo desenfreado que os *hippies* possuíam, como também era utilizada para aplicação de elementos considerados grotescos na época ou rasgar e riscar estampas para expressar os ideais anárquicos dos *punks*.

Os *punks* mostravam a raiva e o desgosto pelos *hippies* a todo momento, mas inconscientemente utilizavam de elementos visuais de seus antecessores, como as modelagens, peças de cores sóbrias (preto, bege, marrom, azul marinho/jeans), além dos mix de acessórios, texturas e tecidos, mistura de estilos na composição final de um *look* e também o “faça você mesmo”, a divergência entre os movimentos se dá na agressividade, comportamentos, em seus pensamentos, ideologias e modos de vida que refletiam em seus estilos.

Por final, essa movimentação juvenil acrescentou a funcionalidade e a manipulação de componentes visuais dos estilos universais, dos quais é possível distinguir em suas indumentárias, para salientar os seus comportamentos. “A função da roupa não é só de proteger contra as intempéries: o que vestimos é uma projeção de nossas personalidades [...], simpatias e antipatias, conhecimento, valores e aspirações.” (STENVENSON, 2012, p. 07). Logo, o estilo das vestimentas reflete muito mais do que apenas moda, rebeldia, desleixo e drogas, elas representam uma insatisfação com aqueles que deveria proteger e ajudar esses integrantes dessas comunidades, além de melhorar o mundo.

5 Considerações Finais

O desenvolvimento deste trabalho possibilitou a reflexão sobre como a contribuição da rebeldia dos jovens possibilitaram novas perspectivas e formas de analisar a moda, pois para muitos a moda é apenas o “[...] estar na moda” (PALOMINO, 2003, p.14), os modismos e as tendências. É sabido que a moda possui sim seu caráter efêmero por instigar o consumismo decorrente da mudança dos estilos de vestimentas a cada 6 meses, mas quando surge movimentos como o *hippie* e o *punk* notamos a utilização de peças *vintage* e a reutilização daquilo que já estava em seus guarda-roupas, manipulando o uso, assim, criando novas combinações, repetindo o uso das peças sem se importar se está ou não sendo usada no momento e quando os recursos se esgotam, a customização e o “faça você mesmo” entra em ação.

É dito regularmente em como os movimentos *hippie* e *punk* são opostos, em como um odiava o outro e sua forma de viver e ver o mundo, mas como analisado anteriormente eles se divergem e se convergem. As divergências são encontradas em suas atitudes e ideologias, mesmo que algumas ideologias se convergem como os ideais de liberdade e independência feminina, a frustração com o governo e as políticas implementadas, além de que a forma de se expressar e comportar eram diferentes.

Os *hippies* eram pacíficos e buscavam por essas mudanças de forma sem violência, querendo dizer que o mundo pode mudar se todos forem empáticos e amarem o próximo, o poder do amor e da amizade regia nesse movimento. Os *punks* por sua vez, acompanhando essas manifestações pacíficas em sua infância e pré-adolescência, quando se tornam adolescentes e não viam nenhuma mudança feita ou realizada, eles decidem agir diferente. A agressividade e a anarquia foram as principais características dessa subcultura refletindo diretamente em suas roupas pois, era em conjunto com o comportamento, sua única forma de se expressar para os adultos e para o mundo.

Já a convergência se dá em seu vestuário, em suas técnicas de customização e em algumas de suas ideologias. O vestuário *punk*, embora muito pesado e carregado com seus simbolismos anárquicos e agressivos, inconscientemente herdaram elementos dos seus antecessores como: modelagens, o uso de algumas cores sóbrias e o uso de elementos que representasse suas identidades pessoais e grupais, e não apenas por estética, por estilo ou por moda. A manipulação do estilo criativo e a adesão dos outros estilos como: o natural, romântico, sexy, elegante e dramático fez com que essa conversão se manifestasse, pois os adolescentes

queriam ser ouvidos e vistos por aqueles que, aduz Laurie (1997) deveriam lhe orientar e ajudar, como os adultos responsáveis por eles e o governo, e ao não fazer, os jovens encontraram na forma de se vestir a sua forma de expressão não verbal.

Analisando historicamente a contribuição das ideologias que essas tribos urbanas carregavam com si ao longo de sua existência foi percebido como o vestuário se tornou muito mais do que moda e reflexo dos nobres, das monarquias, das modelos e das pessoas influentes no mundo usavam e à qual as classes mais baixas repetiam, aduz Palomino (2003). Quando a Segunda Guerra Mundial termina e a ascensão da juventude nos anos 50 se torna algo que não pode mais ser ignorado, principalmente pelo comércio e a indústria, pois agora, esses jovens possuem poder aquisitivo para consumir, consequentemente as tribos urbanas começam a surgir. Mesmo que os *hippies* e os *punks* não fossem os primeiros jovens a se manifestar dessa forma, a contribuição que eles tiveram para a história da moda foi imprescindível. Comunicar-se, expressar-se e impor suas identidades através do estilo mudou a moda e a criação da consultoria de imagem nos anos 80 apenas reuniu essas ideias em uma teoria. Os gostos e os perfis de consumo refletem diretamente em como a imagem percebida mostra muito mais do que roupa, mostra quem a pessoa é, o que ela quer passar, ao que ela veio, nos mostra o trabalho, sua idade aproximada, como se comporta e principalmente como ela vê o mundo, transparecendo sua filosofia de vida e ideologias.

À vista da indagação sobre se é possível ou não ainda criar novos estilos pois “tudo já foi criado” e a moda é um ciclo do qual vai e volta essas peças e composições, é conclusivo que, no momento em que surgiu esses movimentos contraculturais, a moda ainda criava novos estilos com peças já existentes, o comportamento representado através desses estilos foi fundamental para essas criações, o problema aqui se encontra quando a moda de elite “sequestra” esses estilos e leva-os para as passarelas. Reforça Crane (2013) esse argumento explicando que esses “estilos que emergem de grupos socioeconômicos inferiores são normalmente gerados por adolescentes [...] que pertencem a subculturas ou “tribos urbanas” com modos de vestir característicos, que atraem a atenção e por fim levam à imitação por parte de grupos etários e socioeconômicos.” (CRANE, 2013, p. 45). Logo, os estilos se tornaram muito mais do que mostrar riqueza, poder ou de que classe social você é pertencente. Ao fazer combinações que refletem sua personalidade e seus gostos os estilos tornaram-se a forma mais pura de se expressar não verbalmente.

Referências

- AGUIAR, Tita. **Personal Stylist: Guia para consultores de imagem**. 7 Ed. São Paulo: Senac, 2015.
- ALMEIDA, Lara. **Psicologia Fashion: Consultoria de estilo, imagem & marca pessoal – integrando a aparência com a essência!** Belo Horizonte: Dialética, 2020.
- ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- AZEVEDO, Antonio Carlos do Amaral. **Dicionário de nomes, termos e conceitos históricos**. 4º Ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2012.
- BOUCHER, François. **História do vestuário no Ocidente: das origens aos nossos dias**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Senac, 2008.
- CHAUI, Marilena. **O que é ideologia**. 2º Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 2008.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2º Ed. São Paulo: Senac, 2013.
- GALLO, Ivone. **Por uma historiografia do Punk**. Revista do programa de estudos de pós-graduação de História. Vol. 41. Educ, São Paulo, 2010.
- GATTO, Vinicius Delangelo Martins. **Rock Progressivo e Punk Rock: Uma análise sociológica da mudança na vanguarda estética do campo do Rock**. 2011. 134 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Sociais, Departamento de Sociologia, 2011.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. / Stuart Hall; tradução Tomaz, Tadeu da Silva; Guaracira, Lopes Louro. 11 Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HAYE, Amy de la; MENDES, Valerie. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- KALIL, Gloria. **Chic: Um Guia Básico de moda e estilo**. 27º Ed. São Paulo: Senac, 2007.
- KÖHLER, Carl. **História do Vestuário**. 2ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- LAURIE, Alison. **A Linguagem das Roupas**. Rio de Janeiro: ROCCO, 1997.

LOBO, Renato Nogueirol; LIMEIRA, Erika Thalita Navas Pires; MARQUES, Rosiane do Nascimento. **História e Sociologia da Moda: Evolução e Fenômenos Culturais**. São Paulo: Érica, 2014.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massas**. 4º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

MARINHO, Carmem Lúcia de Oliveira; MARTINS, Marcelo Machado. **A Mulher Contemporânea e a Relação: Aparência, Estilo Pessoal E Moda**. In: Encontro de Pesquisa e extensão da Faculdade Senac Pernambuco, 4, 2010, Recife. Anais Eletrônicos. Disponível em: http://www.faculdadesenacpe.edu.br/encontro-de-ensino-pesquisa/2011/IV/anais/poster/005_2010_poster.pdf. Acesso em: 28 de set. de 2021.

MILANI, Marco Antonio. **Dinâmicas ideológicas do movimento punk**. In: III Simpósio de lutas sociais na América Latina. Anais do Simpósio de lutas sociais na América Latina. Londrina, 2008. Disponível em: <http://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/terceirosimposio/marcoantonio.pdf>. Acesso em: 02 de out. de 2021.

NAPOLITANO, Marcos. **História Contemporânea 2: dos entreguerras à nova ordem mundial**. São Paulo: Editora Contexto, 2020.

O'HARA, Craig. **A filosofia do Punk**. São Paulo: Radical Livros, 2005.

PALOMINO, Erika. **A moda**. 2º Ed. São Paulo: PubliFolha, 2003.

PAIS, José Machado. **A construção sociológica da juventude – alguns tributos**. Revista Análise Sociológica, vol. 25, n. 105-106, 1990.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **O que é contracultura**. 8º Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1992.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 14º Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

SOUSA, Izis. **Movimento Hippie: tudo sobre a contracultura e sua influência no Brasil**. Disponível em: <https://conhecimentocientifico.com/movimento-hippie/>. Acesso em: 02 de out. de 2021.

STENVENSON, NJ. **Cronologia da Moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

VAZ, Ana. **Pequeno Livro de Estilo: Guia para toda hora**. Campinas: Verus Editora, 2007.

VENTURA, Magda Maria. **O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa**. Revista SOCERJ, vol. 20, n. 383-386, 2007.