

A resignificação do punk na moda na interpretação de alunos de ensino fundamental

Gabriela Natalia da Silva (Letras/UFSCar)

Luís Paulo Piassi (Estudos Culturais / USP)

Orientadora: Maria Sílvia Cintra Martins (UFSCar)

RESUMO: O punk, de início, era um movimento musical com marcas características ideológicas e políticas. O aspecto visual do grupo colaborou para a produção de uma imagem associada a ele que permitia identificar os seguidores de tal ideologia. A partir desses dados iniciais, podemos formular algumas questões: de que forma moda, comportamento, música e ideologia se relacionam nesse universo? Em que medida a incorporação dos elementos transgressores do punk pela moda mainstream se afasta da conotação ideológica inicial? O objetivo do projeto foi investigar a incorporação de alguns elementos do estilo de vestimenta presentes na cultura punk pelo universo mainstream da moda, assim como a forma de sua incorporação por jovens estudantes de Ensino Fundamental na faixa etária dos onze aos quinze anos. Foram selecionadas diversas imagens de desfiles de moda privilegiando os estilistas com influencia bem marcada do punk; além disso, também foram selecionadas fotos de editoriais de moda de revistas renomadas na área e catálogos de coleção de grifes, visando a montagem de um corpus. Identificou-se assim alguns desses elementos na relação com os critérios ideológicos que norteiam essas escolhas. A partir disso, estabelecemos uma análise comparativa do discurso implícito na indumentária punk em relação com aquilo que ela se torna ao ser apropriada no universo da alta moda e, em seguida, por jovens de periferia urbana. Após essa seleção, as imagens selecionadas foram levadas para as salas de aulas de alunos do Ensino Fundamental da cidade de São Carlos. Junto a esses alunos, foi desenvolvida a realização atividades de observação das revistas, debates e produção de texto, através de uma série de visitas à escola. Nelas procuramos observar a relação dos alunos com a moda, no que diz respeito à sua incorporação no dia a dia deles, de maneira o universo da alta moda é adaptado e passa a ser usado pelas massas e para observar até que ponto eles têm consciência de que suas escolhas nesse sentido, repercutem na formação de sua identidade e até na formação de estereótipos exteriores a seu respeito.

Palavras-chave: punk, subculturas, editoriais de moda

ABSTRACT Punk, at first, was a musical movement with ideological and political features. The visual aspect of the punk groups collaborated to produce an image associated with it and to trace the main characteristics of followers of this ideology. From these initial data, we can formulate some questions: how fashion, behavior, music and ideology are related in this universe? To what extent the incorporation of elements of punk features by mainstream fashion moves away from the initial ideological connotation? The aim of the project was to investigate the incorporation of some elements of the present dressing style in punk culture by mainstream fashion

world, as well as the form of its incorporation by young students from elementary school aged eleven to fifteen years old. We selected several images of fashion designers focusing on that clearly marked with influences of punk, in addition, were also selected pictures of fashion editorials for magazines and catalogs in the renowned collection of brands, aimed at setting up a corpus. Thus identified some of these elements in relation to ideological criteria that guide these choices. From this, we established a comparative analysis of discourse implicit in punk clothing in relation to what it becomes when it is appropriate in the world of high fashion and then by young people from the urban periphery. After this selection, the selected images were taken into classrooms of elementary school students in São Carlos. Along with these students, was developed activities to observe the magazines, debates and production of text, through a series of visits to the school. In these activities we tried to observe the relationship of students with fashion, with respect to its incorporation in their day to day, so the world of high fashion is going to be adapted and used by the masses and to observe to what extent they are aware that their choices accordingly, are reflected on the formation of their identity and even the formation of stereotypes external to them.

Palavras-chave: punk, subcultures, fashion editorials

Introdução

O punk, de início, era um movimento musical com marcadas características ideológicas e políticas (Mc Neil; Mc Cain, 2004). O aspecto visual do grupo colaborou para a produção de uma imagem associada a ele que permitia identificar os seguidores de tal ideologia. A jornalista de moda Érika Palomino (2003, p. 61), ao comentar a respeito das influências dos movimentos musicais na moda, descreve o cenário punk como *“um punhado de garotos desempregados [que] faz barulho, sintetizando a atmosfera No Future (...); eles protestam com seus alfinetes, roupas rasgadas, muito preto, jaquetas de couro, coturnos e cortes de cabelo moicanos”*. Entretanto, a idéia inicial do movimento punk não era lançar moda e, sim, através das roupas e acessórios, transgredir os conceitos e o comportamento vigentes na época. Contraditoriamente, no entanto, a esse ideal polemizador, de maneira gradativa percebeu-se a incorporação de alguns elementos dessa cultura underground para o universo do chamado *mainstream*, como se pode observar em inúmeras coleções de estilistas renomados e em editoriais de moda (Punk, 2010; Westwood, 2011). Autores de estudos culturais como Kellner (2001) têm investigado a contradição entre valores de transgressão na música e na moda, e sua incorporação ao mercado de consumo. No caso do punk, destaca-se o papel da

estilista Vivienne Westwood, intensamente envolvida com o movimento desde seu início (Palomino, 2003), tendo sido esposa de um dos integrantes da banda Sex Pistols. Nesse sentido, pode-se pensar no trabalho de Vivienne Westwood, considerada mãe do punk, principalmente por sua participação na elaboração do visual da banda Sex Pistols; atualmente, embora mescle muitos elementos da mencionada sub-cultura, possui participações em universos que destoam bastante da atitude considerada transgressora do punk. Um exemplo é a aparição de um de seus vestidos de noiva, no filme *Sex and the city*, no qual o vestido é sonho de consumo e posteriormente utilizado no casamento de uma personagem que incorpora traços muito femininos e que é extremamente consumista, ao mesmo tempo que é considerada uma mulher determinada. Aqui, temos um exemplo do paradoxo que se dá no universo da moda quando pensamos na incorporação da cultura punk. Essas contradições permitem a observação de questões muito mais profundas quando se decide usar uma peça de roupa e não outra.

A partir desses dados iniciais, podemos formular algumas questões: de que forma moda, comportamento, música e ideologia se relacionam nesse universo? Em que medida a incorporação dos elementos transgressores do punk pela moda mainstream se afasta da conotação ideológica inicial? Investigamos essas questões a partir da análise de coleções de moda de alguns estilistas representativos, no que concerne à incorporação e conseqüentemente ressignificação de elementos da moda punk ao universo da alta moda. A partir dos corpora obtidos, buscamos selecionar o que consideramos mais representativo para os objetivos de pesquisa detalhados abaixo.

São duas as principais referências teóricas em que nos centramos para a proposta deste projeto. Por um lado, elementos da Análise Crítica do Discurso, na linha da proposta da análise tridimensional formulada pelo lingüista inglês Norman Fairclough (2001); por outro, a categoria de ethos prévio e de ethos discursivo (Amossy, 2005; Maingueneau, 2004, 2005, 2006), lembrando, de toda forma, que o mesmo Fairclough (2001) incorpora a categoria de ethos dentro da função identitária que postula.

A presença do enunciador – instância associada à produção do discurso (Charaudeau, 2009) – e a identificação de suas intencionalidades serão

consideradas a partir da análise do *ethos* e do *pathos* discursivos tendo-se como enunciador o ateliê de alta moda e como enunciatários os leitores das revistas, a platéia dos desfiles e os potenciais consumidores de moda. Nesse contexto, os conceitos de cenografia, cena e cenário, a pressuposição da interação entre as diferentes competências discursivas (Maingueneau, 2004), assim como a postulação da dimensão da prática discursiva concernente à produção, circulação e consumo de textos (Fairclough, 2001) serão fundamentais para identificar conteúdos de transgressão.

Na linha de teorização de Fairclough (2001), o discurso incorpora uma determinada temática, adequada à imagem que o enunciador quer formar de si mesmo ao co-enunciador. Quando observado nos anúncios publicitários, tal fenômeno determina qual é o público-alvo a ser atingido. Nesse sentido, podemos também entender essa construção social de um “eu” que seja atrativo a um “tu”, remetendo à questão do *ethos*. O ser humano, em situações diferentes adota posturas éticas diferentes. No gênero do discurso propagandístico, o exercício retórico faz-se muito marcado, exatamente pelo interesse mercadológico inerente a esse gênero.

O *ethos* é responsável, por exemplo, pela criação da pessoa que se encontraria por trás dos anúncios, no caso do discurso publicitário: quem chama a atenção do público e como que faz, propriamente dito, o comercial para o consumidor. Neste caso, este termo engloba características físicas e psíquicas do enunciador e faz com que o leitor/consumidor sinta-se, ou não, atingido pela propaganda. Isto é, a imagem que o co-enunciador (ou co-enunciatário), ao ler um anúncio, forma a respeito do enunciador e faz com que esse mesmo co-enunciador sinta-se parte do público-alvo, quando ocorrem semelhanças entre o enunciador e o enunciatário, ou cria uma sensação de indiferença, quando ocorre o afastamento entre as características de ambos. Com base em Martins (2007), entendemos que essas considerações a respeito do *ethos* no discurso publicitário são, também, apropriadas para se pensar o *ethos* em outros gêneros do discurso, sejam verbais ou não verbais, assim como com a finalidade da compreensão da leitura corporal e proxêmica propriamente dita.

O caráter corresponde a uma gama de traços psicológicos. Já a corporalidade atende a uma compleição corporal, uma maneira de se vestir e de se movimentar no espaço social. O poder de persuasão de um discurso consiste, em parte, em levar o leitor a se identificar com a movimentação de um corpo investido de valores socialmente especificados. O co-enunciador incorpora, assimila, desse modo, um conjunto de esquemas que definem para um dado sujeito, pela maneira de controlar seu corpo, de habitá-lo, uma forma específica de se inscrever no mundo.

Esse projeto de pesquisa dá continuidade a ações de que já participamos na EMEB “Dalila Galli” como parte do Projeto PIBID/UFSCar. Embora a pesquisadora tenha, nesta circunstância, se envolvido em atividades relacionadas ao ensino de Língua Portuguesa propriamente dito, passou a atentar, também, para a questão da construção da imagem dos alunos por meio daquilo que vestem, sensibilizando-se para o fato de que, o fato de se usar certa roupa ou acessório carrega toda uma simbologia e vontade de passar aos outros uma determinada imagem de si, ou espelhamento, com base em alguém (seja famoso ou não) que admiram.

O objetivo foi investigar a incorporação de alguns elementos do estilo de vestimenta presentes na cultura punk pelo universo *mainstream* da moda, assim como a forma de sua incorporação por jovens estudantes de Ensino Fundamental na faixa etária dos onze aos quinze anos. Identificou-se assim alguns desses elementos na relação com os critérios ideológicos que norteiam essas escolhas. A partir disso, estabelecemos uma análise comparativa do discurso implícito na indumentária punk em relação com aquilo que ela se torna ao ser apropriada no universo da alta moda e, em seguida, por jovens de periferia urbana.

Metodologia

Foram selecionadas diversas imagens de desfiles de moda, privilegiando os estilistas como Vivienne Westwood, John Galliano e Alexander McQueen por terem uma influência bem marcada do punk; além disso, também foram selecionadas fotos de editoriais de moda de revistas renomadas na área, como Elle, Vogue, Marie Claire, e catálogos de coleção de grifes, visando a montagem de um corpus. Adotamos como critério para essa seleção a presença de elementos não verbais do universo punk articulada com elementos verbais sobre a coleção que apontem a

intenção de incorporação de tais elementos nos trajes por ela apresentados. Após a montagem do corpus, procuramos investigar a influencia visual do movimento punk e como eles são constantemente reelaborados, ressignificados e até mesmo utilizados de maneira paradoxal quando mesclados com elementos de estilos, em princípio, considerados opostos.

Após essa seleção, as imagens selecionadas foram levadas para as salas de aulas de alunos do Ensino Fundamental da escola municipal Dalila Gali, da cidade de São Carlos. Junto a esses alunos, foi desenvolvida a realização de atividades de observação das revistas, debates e produção de texto, através de uma série de visitas à escola. Nelas procuramos observar a relação dos alunos com a moda, no que diz respeito à sua incorporação no dia a dia deles, de maneira o universo da alta moda é adaptado e passa a ser usado pelas massas e para observar até que ponto eles têm consciência de que suas escolhas nesse sentido, repercutem na formação de sua identidade e até na formação de estereótipos exteriores a seu respeito.

O estudo de cada imagem foi acompanhado de questões formuladas por nós. Cada uma delas tinha como objetivo motivar as alunas a refletirem sobre como elas incorporam (ou não) aquilo que veem na mídia (e em quais mídias), no que concerne à moda aquilo que usa e as influencias sofridas tem uma repercussão e ajudam em sua constituição como sujeitos.

A pesquisa de viés qualitativo (Cf. Lüdke; André, 1986) faz-se importante para tentar mostrar aos jovens em uma linguagem adequada a sua faixa etária, a maneira como eles são atraídos pela estética punk e tentar refinar o olhar para que desenvolvam uma consciência crítica em relação ao ethos que incorporam e, além disso, tentar, a partir de um trabalho com as revistas analisadas pela pesquisadora, contribuir no desenvolvimento de práticas de leitura.

Resultados: discussão e produção do jornal escolar

Um dos primeiros encontros com as alunas da escola municipal ocorreu em função da publicação do segundo número do jornal escolar, cuja iniciativa foi dos alunos atuantes do PIBID¹, também participantes do grupo de pesquisa LEETRA². Percebendo o interesse de algumas garotas dos oitavos e nonos anos por moda, eu e outro aluno do grupo de pesquisa, decidimos elaborar uma matéria sobre o

assunto para o referido jornal. Passamos nas salas convidando os jovens para a participação nas diversas seções, aproveitando para fazer um levantamento dos temas que lhes interessavam.

Assim, em uma das tardes em que nos reunimos com alunos do sexto e nono ano, os separamos em grupos, de acordo com os interesses que manifestaram. No grupo que escreveria sobre moda havia apenas alunas; nenhum dos alunos manifestou interesse em participar; ao menos não abertamente. Digo isto porque notei que um dos garotos ficou um tanto quanto interessado e sua própria maneira de vestir e os acessórios que utilizava demonstravam possível interesse pelo tema – os tons das peças que usava conversavam entre si, usava um tênis da marca *Nike*, com os cadarços trançados de maneira bastante original. Entretanto, ele optou por ficar na seção de críticas.

Foram necessários três encontros, de duas horas cada, para que a matéria ficasse pronta. No primeiro, conversamos com as meninas para que pensassem a respeito do que gostariam de discutir, escrever. Esta conversa foi importante porque funcionou como um diagnóstico para que eu tivesse uma ideia em relação à interferência da moda em suas vidas e em que medida tinha importância em seus universos, bem como a interpretação dos editoriais e desfiles. Foi interessante observar a preocupação das garotas em relação ao que vestiriam para um aniversário da semana seguinte; em suas próprias palavras, queriam “arrasar”.

No segundo encontro, na semana posterior, uma das garotas levou um editorial da *Shoestock*, uma conhecida marca de calçados, direcionada ao público feminino, adulto, de classe média. Aproveitei para levar várias revistas, em especial as que traziam referenciais da cultura punk, incorporados das mais diversas maneiras. Revistas como *Elle*, *Daslu*, *Capricho* e *Plastic Dreams* foram manuseadas pelas alunas, que comentavam entre si aquilo que gostavam e o que achavam pouco convencional. Um dos editoriais foi bastante comentado por elas; tratava-se de um editorial da revista *Daslu* em que as modelos foram fotografadas próximas ou mesmo como pilotos de motos estilo custom. Usavam jaquetas de couro, algumas com rebites, coturnos, calças de couro.

As alunas argumentaram que aquele visual passava a imagem de uma mulher forte, destemida, com coragem de assumir um visual mais agressivo. Esses

comentários foram muito importantes para que eu notasse a relação dessas garotas com os editoriais, de modo que, de fato, elas intuem a atmosfera criada nesse tipo de ambiente, quais os efeitos desejados e interpretam de acordo com suas próprias referências, com seu conhecimento de mundo. Além disso, foi surpreendente perceber como alguns elementos considerados indumentária punk tem papel fundamental para criar um personagem, passar uma mensagem dentro dos editoriais. Uma das garotas mencionou a palavra rebeldia, referindo-se à postura da modelo em uma das fotos; esta característica é marcadamente associada ao movimento punk pelo discurso alheio, apontando para certo inconformismo com a ordem vigente. Em certo momento, perguntei às garotas se elas acreditavam que causaria a mesma sensação de rebeldia se a modelo estivesse usando uma jaqueta de lã. Todas concordaram instantaneamente que não.

Deste modo, começamos a escrever a matéria levantando questões como o fato de escolhas de moda dificilmente serem arbitrarias; a tentativa de harmonização com alguns fatores, como: outras peças de roupas, sapatos e acessórios que já se tem em casa, para que possam combinar com a nova peça que pretendem adquirir, imagem pretendida por quem faz determinadas escolhas, etc. Todos estes aspectos foram sendo discutidos pelas próprias alunas, de modo que a pesquisadora pouco interferiu na conversa; somente o fez de modo a incentivar a reflexão e motivá-las a se expressar.

Assim, as garotas despertaram para o fato de que existem vários grupos na escola, possíveis de identificação por conta do estilo que defendem, daquilo que vestem. Embora a escola confira certa liberdade a seus alunos em relação à vestimenta, a presença do uniforme é algo em relação ao qual as alunas demonstram certo sentimento de repressão. Foi justamente neste ponto que nossa discussão se centrou. Ficou evidente a preocupação das garotas em protestar contra a imposição do uniforme, o que, segundo elas, anula a individualidade do aluno, fazendo com que todos fiquem iguais, por meio de uma vestimenta que as “ridicularizam”.

Esta preocupação com a liberdade de escolha a respeito das roupas de que gostam e preferem, evidenciou a preocupação que têm em relação a como

significam no mundo, como são vistas por outros e como constroem sua personalidade (ethos) por meio destas escolhas.

Convém discutir que, embora o foco desta publicação para o jornal escolar não tenha sido a moda punk em si, foi possível discutir elementos que estão intimamente relacionados a ela e que permeiam todo o universo que a moda representa.

SER DIFERENTE É SERMOS NÓS MESMOS

Por Eloisa Ataíde Lima, Isabela Dei Ponti, Kelly Caroline Nunes, Luana Maria Duarte, Luana Maria Romano, Maria Angélica da Silva Cardoso e Thaisla Fernanda de Araújo, das sétimas séries

De alguma forma a moda sempre está presente na vida das pessoas. Na escola não é diferente. Embora nem todas as pessoas se importem muito, sempre estão fazendo escolhas sobre o que vestir ou que acessórios usar. Por exemplo, quando entramos em uma loja, não compramos a primeira peça de roupa que vemos, mas procuramos o que nos agrada. A personalidade das pessoas acaba refletindo nas suas escolhas sobre o que usar. Alguns acabam se destacando na maneira de se vestir, escolhendo peças mais extravagantes. Por outro lado, há aqueles

que investem em peças mais básicas, mas nem por isso deixam de estar bem vestidos. Observando o modo de se vestir dos alunos, podemos dizer que de certo modo eles se espelham em amigos, novelas, filmes etc. Percebemos também que em cada série e grupo existe uma grande diferença de estilo. Alguns grupos usam roupas bem parecidas enquanto outros podem se vestir de uma maneira totalmente diferente. Algo constante na sociedade, em diversas instituições, é o uso do uniforme, que tem como



objetivo padronizar os indivíduos, o que nem sempre agrada a todas as pessoas porque não gostam de se sentir iguais aos outros, mas sim ter sua própria personalidade valorizada. Em nossa escola temos também a obrigatoriedade do uso do uniforme.

Segundo a diretora, essa medida é importante para que se reconheça os alunos em caso de acidentes ou alguma situação adversa. Entretanto, a maioria dos alunos acha o uniforme deslegrado por conta das cores contrastantes, dos tamanhos e da transparência das camisas. Talvez uma boa opção seja ter mais liberdade em sua confecção. Assim, seu uso não seria visto de forma tão negativa pelos alunos. De qualquer forma, achamos que o mais democrático seria cada um se vestir da maneira que gosta, respeitando sua personalidade.

Conclusões

Ao analisar os resultados das discussões, pudemos averiguar que a própria realização da atividade trouxe à tona questões relativas à constituição da identidade dos jovens, mostrando que, em grande medida, eles têm consciência disso e como encaram a incorporação de elementos visuais na constituição de sua imagem para o mundo. Quanto a este ponto, partimos do pressuposto de que o ethos discursivo se constrói em íntima relação com estereótipos sociais (Amossy, 2005), através da influência da mídia, assim como do convívio dos próprios jovens com outras pessoas de seu círculo social (pais, amigos, professores).

Diante da amostra das imagens retiradas de revistas renomadas na área da moda, verificou-se que as alunas expressam sua opinião a respeito e indicam de onde tiram suas próprias referências de como se vestir; o que isso representa para elas; como é encarada a escolha de certas peças e não outras para uso cotidiano. Nesse intuito, o debate em grupo e atividade de elaboração do jornal, além de servir nossos propósitos qualitativos, implicando uma intervenção pedagógica, também nos pareceu de valor para os eventuais redirecionamentos com relação a nossas próprias pressuposições iniciais.

Referências Bibliográficas

- AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- ANDRÉ, M. *Estudo de caso em pesquisa e avaliação educacional*. Brasília: Liber Livro e Editora, 2005.
- BURUMA, I; BOLTON, A. *Anglomania: Tradition And Transgression In British Fashion*. Yale: Yale University Press, 2007.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. 2009.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- KOCH, I.G.V. & TRAVAGLIA, L.C. Fatores de Coerência. In: KOCH, I.G.V. & TRAVAGLIA, L.C. *A Coerência Textual*. São Paulo: Contexto, 1991.
- LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.E.D.A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo, EPU/EDUSP, 1986.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez, 2004.
- _____. *Cenas da Enunciação*. Curitiba: Criar, 2006.
- _____. Ethos, Cenografia, Incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no Discurso: a Construção do Ethos*. São Paulo: Contexto, 2005, pp.69-92.
- _____. *Gênese dos Discursos*. Curitiba: Criar, 2005.
- MARTINS, M. SÍLVIA CINTRA. Ethos, gêneros e questões identitárias. *Revista Delta*, volume 23, n°1, 2007.

_____. Ethos e estilo em textos produzidos na esfera acadêmica. In: Serrani, Silvana (Org.). Letramento, Discurso e Trabalho Docente: uma homenagem a Angela Kleiman. São Paulo: Ed. Hedra/Ecidade, 2010.

MC NEIL, Legs; MC CAIN, Gillian. *Mate-me por favor: uma história sem censura do punk*. 2005.

PALOMINO, Erika. *A moda*. 2003.

_____. *Subversão na alta moda*. Plastic Dreams. p. 15. 2010.

PERELMAN, CHAÏM. *Retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

_____. *Tratado de Argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PUNK Pirata. Plastic Dreams. 2010. pp. 40-47.

WESTWOOD, Vivienne. Página eletrônica. Disponível em <http://www.viviennewestwood.co.uk/>. Acesso em 13/03/2011.