

Moda hip-hop: do gueto à passarela

Hip-hop fashion: from the ghetto to the catwalks

Camila Marques

Mestranda em Comunicação Midiática na Universidade Federal de Santa Maria
camila.markes@yahoo.com.br

Resumo:

É sobre as relações entre moda e música, mais especificamente, sobre moda e música hip-hop que se debruçam as reflexões a que o artigo pretende realizar, buscando como principal objetivo o entendimento do percurso que levou o vestuário característico de uma subcultura urbana a se tornar uma das “tendências da vez”. Assim, realiza-se uma pesquisa bibliográfica e documental, entendendo esta moda que caminha das periferias para as grandes passarelas.

Palavras chave: moda hip-hop; periferia; tendência.

Abstract:

It's about the relationship between fashion and music, more specifically, about fashion and hip-hop music that focus the reflections that the article intends to accomplish, seeking as main objective the understanding of the path that led the clothing characteristic of an urban subculture to become one of the "trends of time." So it holds a bibliographical and documentary, understanding this fashion walking in the peripheries to the big catwalks.

Key-words: hip-hop fashion; periphery; trend.

1 Os ciclos da moda

Apesar de as relações entre moda e música acabarem aparecendo quase sempre nas reflexões teóricas sobre a moda, percebemos que são raras aquelas que se debruçam exclusivamente sobre essas interações. No Brasil, poderíamos recorrer a Corrêa (1989), que discorre sobre as relações entre o mercado musical - que, segundo ele, é um produto cultural - e a moda - concebida como uma decorrência similar a esse mercado.

O mesmo acontece com o *punk*, segundo Rodrigues (2012). Não é raro vermos, por exemplo, publicações afirmando que a estilista, tida como a mãe do estilo *punk* Vivianne Westwood e o dono de loja de roupas Malcolm McLaren, também empresário da maior banda *punk* do mundo - o Sex Pistols - é que foram os responsáveis pela disseminação para a grande massa da moda *punk*. Não deixa de ser verdade que ambos cuidaram estrategicamente do visual dos membros do Sex Pistols, e que, a partir daí, a identificação visual com cada integrante passou a aumentar o lucro das lojas e marcas que vendiam, agora em grande escala, a imagem rebelde do movimento. Porém, o perigo de vermos somente esse lado da

relação é acabarmos esquecendo que, antes de o estilo *punk* se massificar e entrar para o circuito da moda, inclusive em coleções de grandes estilistas como Jean-Paul Gaultier e Zandra Rhodes, ele foi, segundo Rodrigues (2012) um movimento urbano, originalmente periférico e contracultural, que acabou sim entrando no circuito *fashion* pela ganância econômica pós-moderna, mas que não pode, de maneira nenhuma, fazer com que esqueçamos ou desconheçamos o seu real potencial opositivo.

Romero (2012) faz o mesmo percurso investigativo a respeito das transformações que a moda associada a determinado estilo musical proporcionaram na sociedade, como Corrêa (1989) faz com o *rock*, e como Rodrigues (2012) faz com o *punk*, porém, seu foco é na moda hip-hop. Segundo a autora, a moda surgida nos guetos urbanos americanos mudou radicalmente a forma desses sujeitos consumirem e se mostrarem ao mundo, assim como alterou a forma como a indústria *fashion* passou a tratar essas tendências. Romero (2012) conta que, antes de o *rap* americano passar a ser comercializado, a moda girava em torno da população branca, e que é apenas a partir dele que a indústria da moda passou a reconhecer o poder dos afro-americanos e dos latinos como consumidores/produtores de tendências de moda.

Essa concepção nos esclarece em muito então a necessidade de compreensão de que os movimentos subculturais e contraculturais que citamos anteriormente - como o *rock*, o *punk* e o hip-hop - funcionaram como uma maneira alternativa encontrada pela juventude de se opor às modas dominantes da época, criando, assim, movimentos com músicas, roupas e ideias diferentes e revolucionárias, causando uma mudança nas relações entre estrutura social e estilos, modas e comportamentos dominantes provenientes dos meios de comunicação de massa. É sobre esses movimentos que buscaremos um maior esclarecimento na sequência.

Cabe salientarmos que percebemos então que algumas das pesquisas que trabalham com a questão do consumo de moda e da formação das identidades carregam uma visão segundo a qual as classes populares e as subculturas consomem peças de vestuário simplesmente como forma de atender a necessidades básicas de pudor e proteção. Essa era uma visão comum aos estudos sobre moda no século passado, a exemplo de George Simmel e sua teoria conhecida como *trickle down* (ou, de cima para baixo), cunhada em 1904. O autor

afirmava então que a moda era um exercício feito única e exclusivamente por pessoas das classes altas, realizando um percurso que iniciava nestas e se destinava às classes mais baixas, onde a segunda tendia à imitar à primeira. Barnard (2003) é um dos autores que passam a contestar a visão teorizada por Simmel (2008), afirmando que esta não serve mais para saciar as questões teóricas a respeito da moda na atualidade. Assim, Barnard afirma que “ao invés de haver um centro em que a moda é produzida - a elite social - há muitos centros, cada qual produzindo seus diferentes modismos” (BARNARD, 2003, p. 186).

Um exemplo disso é tratado mais detalhadamente por Polhemus (1994) que, ao realizar uma pesquisa sobre o *street style*, nos possibilita concluirmos que o que acaba ocorrendo a partir do século XX é uma apropriação da indústria *fashion* pelas modas e estilos que surgem das ruas (*street* = rua; *style*= estilo), através de bricolagensⁱ feitas pelos próprios usuários. É um novo movimento, chamado *bubble up*, que supera a concepção de George Simmel (2008) e a teoria do *trickel down* cunhada pelo mesmo.

Assim, acreditamos que, para que se realize uma reflexão teórica a respeito do consumo da moda e do vestuário na contemporaneidade, se faça necessária a ampliação da discussão, englobando também o caráter identitário, representativo, (e, quem diria!) resistente e emancipatório dos sistemas de moda, passando também por uma análise do seu consumo pelas classes populares e pelos sujeitos de periferia. Nesse sentido, tomamos como recorte - no sentido de exemplificar empiricamente essas relações – a moda hip-hop e seu circuito que caminha das periferias para as grandes passarelas mundiais.

Segundo Romero (2012), então, a moda hip-hop acaba despertando o mesmo tipo de relação contra-hegemônica através da moda, onde o vestuário composto de calças largas, camisetas XG e bonés de aba reta dizem muito sobre quem são os sujeitos que se utilizam desse vestuário, e fazem parte da sua colocação como sujeitos no mundo. É sobre esta manifestação modal então que lançamos nosso olhar na sequencia, com o intuito de entendermos melhor os fluxos e caminhos que ocorrem entre moda hip-hop, periferia e o mundo das tendências.

2 Moda hip-hop

Os primeiros processos de aproximação entre a cultura hip-hop e seu vestuário característico se deram, no presente artigo, através da pesquisa bibliográfica - escassa, vale ressaltar - e da pesquisa documental. Assim, os poucos livros que nos esclarecem sobre essas relações se unem a *sites* e *blogs* que versam sobre moda e sobre a cultura hip-hop, além de fotos, fóruns e notícias que aglutinam esses dois elementos em um só. Neste momento, então, apresentaremos algumas das primeiras impressões e dados das relações entre a cultura hip-hop e o vestuário, iniciando uma reflexão a respeito das relações entre os sujeitos adeptos dessa cultura e suas práticas de consumo e do entendimento da apropriação dessa moda pelo mercado *fashion*.

Iniciamos com o auxílio de Bergamo (2007), que reflete sobre a questão da atitude no ato de se escolher as peças de roupas que se irá consumir. Segundo o autor, essa “atitude” refere-se à expressão de uma postura que se admite “perante a sociedade, ou, em outros termos, uma postura de coragem perante uma contingente posição social, capaz de suplantar a ordem social e sobre ela impor-se” (BERGAMO, 2007 p. 138). O autor exemplifica essa atitude com a cultura hip-hop e os grupos de *rap* que têm surgido com cada vez mais força, sendo compreendidos como:

[...] uma crítica social que se completa no uso particular de um tipo de roupa, e, independente de qual seja o caráter da crítica, ela precisa necessariamente expressar, ou ser expressiva de, uma postura de coragem perante a sociedade, configurando uma postura pessoal diante de uma ordem social que deve ser recusada. (BERGAMO, 2007, p. 139).

Para o autor, o vestuário então funciona como um outro elemento que auxilia na expressão da ideologia da cultura hip-hop. Stevenson (2012) reafirma essa ideia, e diz que “não foi só a linguagem que fez parte do estabelecimento da cultura hip-hop, mas também um código de vestuário dotado de padrões que significavam pertencimento ao grupo” (STEVENSON, 201, p. 244). O movimento hip-hop conseguiu assim construir sua identidade visual por meio de modelagens, cores, texturas e peças que emergiram dos subúrbios negros e latinos de Nova Iorque, disseminando-os para o mundo inteiro.

Se pensarmos próximos à teoria do *bubble up* e dos movimentos anti-moda, tratados por nós anteriormente, fica claro o entendimento do caminho rua-passarela-mídia-rua que esse vestuário que nasce em uma cultura urbana e periférica para posteriormente ser apropriada e reapropriada por estilistas e pela grande mídia, até

se espalhar de forma massiva, acaba percorrendo. O que acontece é que a moda hip-hop acabou virando uma tendência com o passar dos anos, principalmente pela disseminação do estilo *street wear* nos anos 1990. Bergamo (2007) esclarece:

O *street wear* só recebeu essa denominação quando as grandes confecções decidiram competir com as pequenas por essa fatia de mercado. Num primeiro momento, apenas confecções desconhecidas do público produziam roupas para *rappers* e *skatistas*. O crescimento do movimento, tanto na música quanto no consumo de um tipo específico de roupa, foi traduzido pelas grandes confecções e por muitos consultores moda como “tendência”. (BERGAMO, 2007, p. 139).

O que ocorre aqui é um legítimo exemplo da moda não mais escorrendo de cima para baixo, como diria Simmel (2008), mas sim, um movimento de baixo para cima, com a apropriação de uma maneira urbana e contestatória de se vestir pela indústria da moda. Bergamo (2007) traz uma afirmação feita pela consultora de estilo brasileira Gloria Kalil para refletir sobre essa relação, que diz que:

[...] a pirâmide da moda sofreu uma inversão: deixou de se inspirar na classe alta e difundir seu estilo às demais para inspirar-se nas classes baixas urbanas e difundir seu estilo para aquelas que estão acima. (BERGAMO, 2007, p. 139).

Alguns exemplos dessa transformação do vestuário hip-hop em tendência puderam ser observadas por nós durante a pesquisa documental, realizada com o intuito de nos aproximarmos dessa cultura além do que a ainda escassa bibliografia sobre a mesma nos ofereceu. Pudemos perceber que, não mais restrito aos guetos e periferias urbanas, o estilo hip-hop ganha popularidade, desde os anos 1990, através de artistas como Run DMC, Public Enemy e Wu-Tang Clan, primeiro grupo a produzir sua própria linha de roupas, ajudando assim a reforçar a imagem já consolidada pelo movimento (STEVENSON, 2012). Fica evidente então que a mídia têm seu papel não como simples influenciadora de um estilo, mas como divulgadora deste, principalmente para o público brasileiro - que bebe da fonte norte americana do movimento hip-hop. Foi através de canais como a MTV Brasil e de revistas como a *Rap* Brasil que os adeptos do movimento hip-hop em nosso país puderam não apenas ouvir a mensagem disseminada pelos *raps*, mas também ver como esses, que mais do que artistas, são porta vozes de uma cultura dos excluídos, se comportavam, esteticamente falando. Porém, como afirma Bergamo (2012), “ao

ascender aos meios legítimos de informação e divulgação, essa tendência passou a adquirir um status que antes não lhe era atribuído” (BERGAMO, 2012, p. 140), e é assim que observamos haver uma apropriação de sujeitos de classes mais altas por elementos utilizados originalmente por adeptos dessa cultura periférica. Alguns exemplos esclarecedores puderam ser notados durante nossa pesquisa documental.

Um exemplo do hip-hop como tendência pôde ser visto na matéria *O hip hop e a moda*, do site modaspot.abil.com.br, da Rede Abril. Na matéria em questão, de agosto de 2012, o estilo hip-hop de se vestir aparece como sendo a “tendência da vez” no mundo *fashion*, ressaltando que os *top cropped* e as jaquetas *college*, em alta na moda na atualidade, são referências ao estilo hip-hop original de se vestir. Além desses elementos, a matéria enumera outros tantos itens que originam da cultura hip-hop e compõem hoje a *wish list* de qualquer *fashionista* atendida nas tendências mundiais: a overdose de *jeans*, coletes, jaquetas, bonés de aba reta e os famosos *sneakers* de salto, grande febre calçadista no ano de 2012. Para dar legitimidade ao estilo hip-hop como tendência, a matéria traz artistas do *mainstream* do estilo como forma de ilustrar o texto, como os cantores Chris Brown e Rihanna, além de citar o estilista brasileiro Alexandre Herchcovitch como pioneiro, ao usar para a capa da revista Elle Brasil de julho de 2011 um boné de aba reta na modelo Carol Trentini (figura 1).



Figura 1. Capa da Elle com Carol Trentini.

Outro exemplo pôde ser percebido na matéria publicada na Revista Elle Brasil de setembro de 2012, intitulada *Hype hip-hop*. Sem muito texto, a matéria se

concentra nas fotos misturando elementos chaves da vestimenta hip-hop, como bonés, bandanas, correntes grandes e *sneakers* com peças mais sofisticadas e glamourosas (figura 2). Um bom exemplo da cultura do hip-hop sendo apropriado pelo mercado de luxo da moda, dando a entender que agora alguns desses elementos, que antes se restringiam à adornar sujeitos das periferias, podem ser consumidos por uma parcela mais elitizada da população, como os consumidores de informação editorial de moda - se enquadrando nesse nicho os leitores da revista Elle Brasil. Percebemos assim uma aproximação forte da questão da moda hip-hop com a questão da imitação do estilo periférico pelas classes mais altas e por pessoas de outros estilos.



Figura 2. Matéria da revista Elle.

Outra matéria que nos chamou atenção foi *Os 4 mandamentos da moda hip-hop*, publicada pelo site espaçofashion.net.br em fevereiro de 2013. A matéria traz a *Dj* - loira e de classe alta - Nicole Nandes, residente da festa LUV, em Botafogo, no Rio de Janeiro dando dicas de como se vestir para ir para a “balada” no estilo hip-hop. Nicole enumera quatro elementos, que, se segundo ela, são indispensáveis na vestimenta da cultura hip-hop: os *sneakers*, os bonés *snap back* (aba reta), as regatas com maxi cavas e as caveiras. O mais interessante da matéria em questão foram as postagens dos leitores da mesma, a maioria adeptos da cultura hip-hop que renegavam de maneira convicta a forma como a matéria fora estruturada. A maior queixa dos leitores foi o fato de a matéria abordar elementos da cultura negra

sem trazer modelos representantes negros nas imagens. Um exemplo pode ser notado nas falas de Gessica Justino, que diz: “Olá, Espaço Fashion. Sou cliente e mulher preta. A pergunta que gostaria de ter resposta: por que falam de uma manifestação *black* sem nenhum preto como modelo? Pesquiso manifestações populares e penso que isso é mais uma das formas de exploração da cultura, no caso, a cultura preta. Não dá pra falar do que temos sem estarmos. EXCLUSÃO CONVENCIONAL É O NOME DISSO. Enfim, olho pra essa coleção e não me vejo. Aguardo resposta.” Esse é apenas um exemplo dos vários que acabaram surgindo a respeito da forma como a matéria falava de uma cultura urbana e periférica sem trazer elementos e sujeitos que referem-se realmente a esta cultura.

3 Considerações finais

Através dessa pesquisa ficou claro entendermos que, sim, a grande mídia e a indústria da moda (incluindo a indústria informativa) passa a se apropriar das culturas urbanas e periféricas de maneira a inseri-las no circuito mercadológico. Porém, percebe-se que há uma resistência por parte dos sujeitos adeptos dessas culturas - e, nesse caso em específico, do movimento hip-hop - na aceitação da apropriação daquilo que é seu (como a vestimenta hip-hop) por grupos e classes que as utilizarão por um simples fator estético, sem perceber que a ideologia do movimento também é carregada através do vestuário, ocasionando, por vezes, em um esvaziamento de seu real sentido.

Essa foi a maior constatação realizada na presente pesquisa: o entendimento de que a moda hip-hop possui dois lados: assim como o *punk*, por exemplo, a moda hip-hop funcionou, em sua origem, como uma forma de oposição e resistência por parte de seus usuários. Porém, a apropriação da indústria da moda por essa que é uma forma de se vestir genuína dos guetos urbanos acaba transformando esse vestuário em tendência, o que acaba massificando o estilo para diversos outros grupos e classes sociais. Percebe-se então uma certa imitação e apropriação para com essa moda, ao mesmo tempo em que os sujeitos pertencentes ao movimento hip-hop recebem essa tendência de forma negativa. Segundo eles, isso acaba esvaziando o real sentido do movimento e de sua forma de se vestir. É uma relação complexa e paradoxal que exige um prosseguimento de pesquisa, inclusiva direta

com os sujeitos consumidores dessa moda (sejam os do movimento hip-hop ou os que aderem à tendência por simples fator estético), contudo, entendemos que esse artigo possa ser um passo inicial para o entendimento das relações entre o mundo da moda e as culturas urbanas e periféricas.

Referências

BARNARD, M. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BERGAMO, A. **A experiência do status: roupa e moda na trama social**. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

CORRÊA, T. G. **Rock nos passos da moda: mídia, consumo x mercado**. Campinas, SP: Papirus, 1989.

POLHEMUS, T. **Streetstyle: from the sidewalk to the catwalk**. London: Thamesand Hudson, 1994.

RODRIGUES, D. **Anarquia na Passarela**. Porto Alegre: Dublinense, 2012.

ROMERO, E. **Free Stylin': How Hip Hop Changed the Fashion Industry**. Connecticut: Praeger, 2012.

SIMMEL, G. **Filosofia da moda e outros escritos**. Tradução: Artur Morão. Lisboa: Texto e Grafia, 2008.

STEVENSON, N.J. **Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

OS 4 mandamentos da moda hip-hop. In: **Site Espaço Fashion**. Fev. 2013. Disponível em: <http://www.espacofashion.net.br/site/os-4-mandamentos-da-moda-black>. Acesso em: 23 de março de 2013.

HYPE hip-hop. In: **Revista Elle Brasil**. Set. 2012. Disponível em: <http://elle.abril.com.br/materia/estampa-de-oncinha-e-dourado-encontram-tenis-e-bones-em-looks-prontos-para-ganhar-as-ruas/galeria-maior?id=508057091e1369205e000075&pw=2>. Acesso em: 24 de abril de 2013.

O hip hop e a moda. In: **Site Moda Spot**. Ag. 2012. Disponível em: <http://modaspot.abril.com.br/colunistas/un-fashion/o-hip-hop-e-a-moda>. Acesso em: 12 de abril de 2013.

ⁱ Bricolagens são construções que se utilizam de restos, sobras, quinquilharias e miudezas, realizando assim uma construção nova através de uma recombinação de elementos já utilizados.