

**“MODA E ARTE DE RUA: AUTENTICIDADE JUVENIL”**

**“FASHION AND STREET ART: YOUTH AUTHENTICITY”**

Letícia Vilela Bueno Jardim; Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curso de Desenho Industrial – Habilitação em Design de Moda;

[lehvilela@gmail.com](mailto:lehvilela@gmail.com)

Mestre Gabriela Garcez Duarte; Pontifícia Universidade Católica do Paraná

[gabi\\_duarte@uol.com.br](mailto:gabi_duarte@uol.com.br)

**RESUMO**

A pesquisa de iniciação científica visa identificar o estilo de vida dos consumidores que associam arte de rua à moda, e vice-versa, na cidade de Curitiba-PR. Para tanto, o foco se dá em uma “mancha urbana” desta cidade, o bairro do São Francisco.

Palavras-chaves: Moda, Arte de rua, Estilos de vida.

**1 ABSTRACT**

The undergraduate research aims to identify the lifestyle of the consumers who associate street art to fashion, and vice versa, in the Curitiba-PR city. Therefore, the focus given on a “urban spot” of this city, the neighborhood of San Francisco.

Keywords: Fashion, Street Art, Lifestyle.

Para a compreensão das trocas de referências e estilos entre o fenômeno da arte urbana e a moda, tendo como fundo a pós-modernidade e a globalização, é analisado o consumo e a comunicação entre tais fenômenos na cidade de Curitiba. O bairro São Francisco é tomado como “mancha urbana” (MAGNANI, 2007) a fim de explorar devidamente a pesquisa de campo.

Os principais autores desta pesquisa são: Mike Featherstone; Fredric Jameson; Renato Ortiz; Elizabeth Wilson; Massimo Canevacci; Colin Campbell e Livia Barbosa; Guilherme Magnani; Elizabeth Prosser e José Valenzuela Arce.

## **OBJETIVOS**

A intenção deste trabalho consiste na identificação da arte de rua na capital paranaense, através dos principais produtores deste movimento e assim, verificar como se moldou a relação entre tal fenômeno com o consumo de moda. A partir de então, pode-se proporcionar um estudo que contribua em questão de design, consumo e novas possibilidades ligadas ao mercado de moda.

## **METODOLOGIA**

O procedimento inicial teve como base pesquisas bibliográficas pré-determinadas pela orientadora deste. Visto que o tema era moda, cidade e estilos de vida, artistas de rua da cidade de Curitiba, foram escolhidos para devida análise. Contudo, notou-se que estes não se encaixavam, *a priori*, em uma subcultura, assim a ênfase foi no estilo de vida daqueles que apreciam o movimento da arte urbana na capital paranaense. A pesquisa de campo foi realizada no bairro São Francisco, conduzida pelo conceito mancha urbana (MAGNANI, 2007) e também por meio de conversas e entrevistas realizadas com artistas, registros fotográficos e formulários de identificação de hábitos de consumo.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Curitiba é uma capital de pequeno porte, contudo, com características globais. A arte de rua curitibana difundiu-se em meados da década de 1980 e ainda firma-se um meio de expressão juvenil atual. Com remanescentes deste movimento, antes tido como marginal e, dentro das linguagens de arte urbana atuais, tem como principais artistas curitibanos: André Mendes, Artestenciva, Baycroc, Bolacha, Cínico, Dimas, Jorge Galvão, e Rimon Guimarães e também coletivos de arte como Mucha Tinta e Pupillas Ilustradas, dentro das linguagens de arte urbana atuais.

Evidencia-se o bairro São Francisco como uma mancha urbana que emana este tipo de arte, pois oferece equipamentos que indicam atividades distintas, não restritas a um grupo específico de pessoas ou estilos e diversas opções de lazer onde a juventude prevalece (MAGNANI, MANTESE, 2007).

O público jovem apreciador deste movimento, bem como as expressões nesse meio, não se encaixa nos estereótipos sociais. Assim, o bairro atua como plataforma que promove a troca de ideias e o encontro daqueles que buscam ocupar a cidade. O apreciador de arte de rua, ao procurar se manter fora do perfil de um consumidor de massa, opta por dinâmicas de consumo alternativas, assim como de produção. Nesse sentido, destacam-se os brechós e a customização na moda, como foco de consumo de artigos têxteis mais “autênticos” que outros demais.

## **CONCLUSÃO**

O movimento da arte urbana, antes relacionado a atividades marginais, atualmente propaga-se por inúmeros centros urbanos como suporte de transgressão, bem como de comunicação social. A relação entre moda e o fenômeno da arte de rua, gera artigos carregados de significações autênticas e simbolismos de uma cultura jovem e contestadora.

Portanto, é entendido como ‘mancha urbana’ o bairro São Francisco, frequentado por aqueles que apreciam a arte de rua, bem como por quem a produz. Esta mancha é, atualmente, um meio daqueles que buscam um estilo de vida alternativo e reforçam uma identidade dita autêntica, através das

características oferecidas pela região, como uma cena de cunho jovem, urbano e cosmopolita, permeada por referências culturais de Curitiba.

## **REFERÊNCIAS**

ARCE, José Manuel Valenzuela. **Vida de Barro Duro: cultura popular juvenil e Grafitti**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Collin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica – Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana** (2ª Ed.), São Paulo: Studio Nobel, 2004.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo** / Mike Featherstone; trad. Julio Simões – São Paulo: Studio Nobel, 1995.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**/Stuart Hall; trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Lauro – 11 ed.– Rio de Janeiro: DP&A, 2011

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo – A lógica do capitalismo tardio**. São Paulo. Editora Ática. Vol. 41, 2000.

MAGNANI, Guilherme; CANTOR, José; MANTESE, Bruna. **Jovens na metrópole – Etnografias de Cuicuito de Lazer, Encontro e Sociabilidade**. São Paulo: Ed. Terceiro Nome, 2007.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. Ed. Brasiliense, 2000.

PROSSER; Elizabeth. **Grafitti Curitiba**, 2010.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de Sonhos**, Liboa: Edição 70, 1987.

