

artigo

Esse tal de “roque enrow”: quando a moda e a música se encontram

This thing called “rock & roll”: when fashion and music come together

LORENA POMPEI ABDALA¹

resumo

Este artigo propõe a discussão sobre os entrelaçamentos entre moda e música a partir de três possibilidades de análise: moda usada como ferramenta na cena musical para a construção de identidade dos movimentos, música usada como referência inspiracional na criação de moda e moda apropriada como pertença das audiências. A moda, entendida como uma prática sociocultural, opera como um suporte existencial na criação de narrativas visuais de uma dada cultura, num dado tempo e espaço histórico. As figuras de estilo criadas pelas práticas da moda geram arquétipos sociais que se tornam signos de um modo de vida. O texto fundamenta-se nos discursos da moda, tendo como recorte amostral o rock e alguns subgêneros, entendendo que as identidades são fixadas pelos simulacros criados pelos grupos e incorporados às práticas vestimentares.

palavras-chave

Moda; Música; Identidade; Visualidades.

abstract

This article proposes a discussion about the intertwining between fashion and music from three possibilities of analysis: fashion used as a tool in the music scene for the construction of identity of movements, music used as an inspirational reference in fashion creation and fashion appropriated as belonging to the audiences. Fashion, understood as a sociocultural practice, operates as an existential support in the visual narratives creation of a given culture, in a given time and historical space. Style figures created by fashion practices generate social archetypes that become signs of a way of life. The text is based on fashion discourses, taking rock as a sample and some subgenres, understanding that identities are fixed by simulacra created by groups and incorporated into clothing practices.

keywords

Fashion; Music; Identity; Visualities.

¹ Doutora em Arte e Cultura Visual pelo Programa de Pós-graduação em Arte e Cultura Visual da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás (FAV-UFG) e Professora Adjunta no Curso de Design de Moda da mesma instituição. E-mail: lorena.abdala@ufg.br

Ela nem vem mais pra casa, doutor, ela odeia meus vestidos
Minha filha é um caso sério, doutor
Ela agora está vivendo com esse tal de Roque Enrow
Roque Enrow, Roque En...
(Rita Lee, 1975)²

1 MODA COMO CONSTRUCTO DE VISUALIDADES

Este artigo busca dialogar sobre as aproximações entre moda e música, ao que se refere às práticas vestimentares e à construção da identidade impressa através dos repertórios iconográficos de alguns grupos e intérpretes musicais que serão referenciados ao longo do texto. A moda, nesta perspectiva, é entendida como uma experiência estética responsável por atribuir ao corpo e ao sujeito significâncias de existência. A moda funciona como um conjunto de valores e referências simbólicas que quando materializados e quando combinados sobre o corpo produzem formação de sentido dentro de um determinado território, localizando, assim, os sujeitos enquanto *personas* sociais e culturais.

Serão apresentadas três possibilidades de encontros que se entremeiam: o uso do figurino como marcação da identidade de um artista/grupo, movimento musical, o desdobramento resumido desta estética que é incorporada pelas comunidades de adesão em busca de pertencimento e o próprio sistema da moda que se retroalimenta das estéticas em que a moda em si mesma foi instrumento geracional primário.

Diana Crane (2006, p. 22) traz a discussão sobre a moda como uma prática social: “As roupas como artefatos criam comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes”. Sendo assim, a moda é uma prática de si, um exercício estético da identidade que transforma a subjetividade em algo objetivo: o vestuário. Trecho da música: “Esse tal de Roque Enrow”, do álbum “Fruto Proibido”, de Rita Lee gravado em 1975.

A definição de Foucault sobre as “práticas de si” se encaixa perfeitamente na conceituação que poderíamos fazer sobre o sistema da moda:

(...) Práticas refletidas e voluntárias através das quais os homens não somente fixam-se regras de conduta, como também procuram se transformar, modificar-se em seu singular e fazer de sua vida uma obra que seja portadora de certos valores estéticos e responda a certos critérios de estilo.³

Cabe localizar a noção sobre o conceito de sujeito para Foucault: O sujeito é entendido como um processo contínuo de subjetivação. Subjetivação a qual é construída historicamente pelos jogos de verdade ou realidade cultural, das quais

² Trecho da música: “Esse tal de Roque Enrow”, do álbum “Fruto Proibido”, de Rita Lee, gravado em 1975.

³ FOUCAULT, M. *História da sexualidade 2: o uso dos prazeres*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984, p. 15.

ela é produto. É a prática de si que mantém ativa a subjetividade e por consequência a alteridade.

Na mesma linha de pensamento, Stuart Hall acredita que devido às constantes modificações sociais, culturais e históricas ocorridas na pós-modernidade, os sujeitos estariam empenhados não na construção de identidades, mas na construção de identificações. A terminologia deve-se ao fato de que a construção de si mesmo é um processo contínuo, em constantes devires.

Uma vez que os sistemas culturais oferecem possibilidades múltiplas de artefatos simbólicos para a construção do *self*, nas palavras de Hall, um “supermercado cultural” está à disposição para a apropriação dos sujeitos. Desta apropriação temos o corpo como signo da mediação entre o mundo objetivo e subjetivo.

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”.⁴

Através da flutuação identitária que Hall nos apresenta podemos pensar o corpo como artefato visual que narra visualidades. A visualidade é um processo de construção do sentido e são os próprios sujeitos que estabelecem os elos de sentido para dar significado àquilo que eles veem e entendem nos sistemas de representação simbólica. A moda, neste sentido, seria o suporte de essência para a geração de tais narrativas visuais.

Estes interligamentos ocorrem porque a moda consegue ressignificar os artefatos, conferindo a eles informações conforme disposição, combinação no corpo e contextos culturais. A prática da moda é uma escolha, em certa medida, livre, no sentido em que, cada sujeito elege os artefatos que, a partir de uma lógica particular, lhe parece significar alguma coisa.

A subjetividade é algo que acontece num corpo e dele não se desvincula. De fato, se a subjetividade é (...) uma expressão de nossa relação com as coisas, através da história então, o modo mais imediato pelo qual essa relação se expressa é o corpo, entendido não apenas como corpo orgânico, mas também como corpo construído pelas relações com as coisas que se encontram durante sua existência”.⁵

Assim, perceber como os intérpretes das bandas, suas respectivas audiências e

⁴ HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP & A, 2001.

⁵ CARDOSO JR, H. R. “Para que serve uma subjetividade? Foucault, tempo e corpo”. In: *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 2005, p. 345.

a própria moda em si se comunicam visualmente por narrativas, fazendo-se portadoras de uma identidade em comunhão a uma estética, podendo-nos conduzir a uma clarificação sobre a harmônica confluência dos fenômenos da moda e da música.

2 MÚSICA AO ENCONTRO DA MODA

Para este artigo, como recorte, para fins de exemplificação da construção das visualidades de moda, serão citadas algumas bandas e intérpretes da cena rock em grande área⁶. Este segmento foi um gênero de subversão, de provocação dentro da cultura popular, uma subcultura que na maioria das vezes atraiu os jovens. Eles, geralmente, buscavam expressão em resistência à cultura dominante. O suporte existencial que a moda proporciona é o caminho mais rápido e eficaz para a expressão da identidade em narrativas visuais.

Mitchell discute o modo como as imagens despertam estímulos sinestésicos localizados conforme a cultura, que vão além do ato físico de ver. Neste sentido, ver e mostrar são aspectos constitutivos de uma relação dialógica que fluí conforme as existências e os afetos dos sujeitos envolvidos. Mesmo em um grupo que convive e consome as mesmas imagens, a forma pela qual estas interpelam cada um desses sujeitos será diferente, pois os repertórios simbólicos de cada sujeito e experiências são únicos, embora haja partilhas de signos comuns.

As configurações intersubjetivas na moda projetam identificações provisórias que se dinamizam conforme o instante que se quer experienciar. É desta forma que as práticas da aparência se tornam uma condição móvel, pois é na vida cotidiana que experimentamos a poética de novos repertórios simbólicos. Freedman afirma que as imagens objetivam o significado que às vezes é transitório e está estreitamente ligado ao objeto. Neste contexto, as imagens projetadas na cena rock estiveram e estão, estreitamente, ligadas às roupas que provocavam e provocam, à sua maneira, uma contestação, seja em substituição de um estilo musical por outro, seja por questionamento às ordens das instituições dominantes.

Um exemplo destas relações, e fora das referências ocidentais, é o cantor chinês Cui Jian, conhecido por ter sido pioneiro na introdução do gênero rock na China, em 1989. O single “*Nothing to My Name*” provocava a situação política do país, 13 anos após a morte de Mao Tse Tung. Cui Jian foi duramente perseguido pelo Partido Comunista, mas sua inserção na cena foi crucial para a formação de outros grupos *undergrounds* de rock chineses, que se construíram mais pelo apelo estético do que pelo apelo político. A cidade de Wuhan, atualmente, concentra a maior comunidade de punks⁷ na China.

A questão das subculturas na cena rock é importante porque elas, historicamente,

⁶ É importante ressaltar que para cada gênero musical podemos traçar uma base conceitual que codifica uma estética identitária.

⁷ O gênero do punk rock foi introduzido como gênero e estética somente na década de 1990 na China, em especial pela banda SMZB, liderada por Zhu Ning.

mente, questionaram os padrões vigentes nas sociedades em que surgiram e propuseram formas alternativas de posicionamento social através de outras narrativas visuais. “O movimento punk mantinha como por encanto o equilíbrio sobre todas as falhas, todas as rachaduras da sociedade”⁸.

O fato de as bandas estarem em uma posição de destaque nos grupos de onde emergem favorece a disseminação da provocação à cultura de massa. Quando David Bowie e os New York Dolls, em 1970, travestiam-se a partir da estética que ficou conhecida mais comumente como “Glam Rock”, questionou-se os padrões de gênero na sociedade, ou ainda os punks, quando construídos na versão de Malcolm McLaren assumiram uma nuance estrategicamente estética frente ao conservadorismo britânico. A fala de McLaren ao ver um show de Richard Hell nos EUA deixa clara a construção estética da banda punk que seria conhecida como “Sex Pistols”.

Achei Richard Hell simplesmente incrível ... Não se tratava de alguém vestido de vinil vermelho, com lábios cor de laranja berrante e saltos altos... Era um cara maravilhoso, entediado, acabado, marcado, sujo, com uma camiseta rasgada. Acho que não havia alfinete de segurança ali, embora pudesse haver, mas era com certeza uma camiseta esgarçada e rasgada. E esse visual, a imagem desse cara, aquele cabelo todo espetado, tudo nele – não havia dúvida de que levei aquilo pra Londres. Ao ser inspirado por essa imagem, eu iria imitá-la e transformá-la em algo mais inglês.⁹

No depoimento mencionado, pode-se verificar a necessidade latente de uma representatividade visual na estética do movimento punk rock. Era preciso, junto com a música, uma presença que identificasse e legitimasse uma postura. Os recursos imagéticos do punk rock que configurariam a iconografia do movimento fundaram suas bases: o couro ou a imitação dele, as roupas puídas e rasgadas, as taxas, os rebites, os cabelos espetados, em negação à estética anterior do Glam Rock.

Era preciso explorar narrativas visuais que expressassem a poética do gênero. Neste sentido, o movimento punk rock foi importante para ajustar a estética do rock ao incorporar alguns elementos alegóricos chaves, como as taxas e os rebites nas roupas e adornos e as modelagens ajustadas.

A exposição “Samsung Rock Exhibition Rita Lee”, exibida no Museu da Imagem e do Som em São Paulo no ano de 2022, teve como norte conceitual a importância dos figurinos da cantora brasileira Rita Lee, para a composição de sua identidade artística em diferentes fases (Figuras 1a, 1b, 1c e 2a, 2b). A curadoria das peças foi feita pela própria artista e por João Lee, seu filho e curador da exposição.

⁸ BOLLON, P. *A moral da máscara: merveilleux, zaz zazous, dândis, punks, etc.* Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

⁹ MCLAREN apud MCNEIL, L; MCCAIN, G. *Mate-me por favor: uma história do punk sem censura.* Porto Alegre: L & PM, V.I, 2004, p. 261.

Os 50 anos de carreira da cantora foram apresentados através das narrativas visuais de cada roupa usada de acordo com os contextos de significados. O que pôde ser visto em “Samsung Rock Exhibition Rita Lee” foi uma história narrada por roupas que marcaram o rastro de subjetividade de Lee e identificação visual perante o público.

Na obra *O casaco de Marx*, Peter Stallybrass (2004) nos revela as relações simbólicas das roupas com os sujeitos, de como estas se corporificam em uma presença fantasmática. São nas roupas que imprimimos nossas marcas, deixamos nossas memórias, nosso cheiro, nossos rasgos. Na materialidade da presença ausente, a roupa toma para si uma vida social (Figuras 1a, 1b, 1c e 2a, 2b), já que a impregnamos de nós mesmos e neste sentido ela se torna uma continuação do corpo, pois carrega em si a herança de nossas ações. As roupas recebem a marca humana.



Figs. 1a, 1b, 1c (a partir da esq.): Primeiros figurinos de Rita Lee, usados em 1973 em carreira solo e com fortes referências a David Bowie, na fase Ziggy Stardust, segundo os textos da curadoria da exposição (Fonte: Acervo pessoal, 2022).



Figs. 2a, 2b (a partir da esq.): Figurino de Santa Rita de Sampa, 1997. Executados por Chico Spínosa e macacão tipo calça e camisa por Ocimar Versolato. (Fonte: Acervo pessoal, 2022).

3 MODA AO ENCONTRO DA MÚSICA

Dentro da lógica dos sistemas culturais e as formas sobre como as ideologias são impressas socioculturalmente, o rock trouxe com ele muito mais que um gênero artístico, trouxe um conjunto de associações simbólicas e de comportamentos. O mercado cultural vinculado às indústrias fonográficas levou à disseminação do estilo das bandas, utilizando-se das vestimentas como um código.

As roupas usadas pelos grupos de rock reforçaram o gênero visualmente nas estéticas das roupas. A polarização sobre a percepção dos estilos dos artistas pelo público sempre foi declarada entre a tolerância conservadora do pop e a transgressão dos subgêneros do rock. Os estilos eram comparados: Beatles x Rolling Stones, Elvis Presley x Chuck Berry, Sex Pistols x New York Dolls, Rita Lee x Wanderlea, dentre tantos outros, que eternizaram suas músicas na ideologia estética de suas composições, tanto musicais, quanto de imagem de moda.

Há, ao mesmo tempo, uma apropriação estética da moda pelos agentes da cena musical para darem suporte às identidades dos grupos e uma apropriação deste estilo pelas audiências que se identificam com estas expressões e encontram nelas uma linguagem para se comunicarem por narrativas visuais, via moda pelo suporte do corpo. Ao que parece, a partir da inserção massiva do rock na cultura popular ocidental, desde fins de 1940 a 1950, a vestimenta vinculada aos intérpretes dos grupos de rock garantiu suporte existencial aos mesmos. O “espírito” de um gênero musical é, quase sempre, materializado na vestimenta, e acopla-se na roupa como ideologia.

Um fato é claro: para cada gênero musical temos uma estética muito bem definida. Segundo Tupã Correa Gomes, a disseminação do movimento punk no mundo, por exemplo, abandonou o conteúdo da contestação para importar em primeiro plano a forma e a aparência de seu significado. Não foi por acaso que Vivienne Westwood¹⁰ e Malcolm McLaren vestiam os integrantes do Sex Pistols.

Ao longo da disseminação, enquanto estilo musical, o que importou mesmo foi a imagem de seus intérpretes, além de todo o aparato que os cobria... E aquilo que fora adorno de agressão, acabou sendo convertido em adorno caro¹¹.

Neste ponto, o corpo, juntamente com a roupa, consegue passar um pouco da subjetividade encarnada em um determinado tipo visual, não pela mensagem literal de uma camiseta, mas por todo o universo simbólico que esta abrange.

Podemos definir o rock como o gênero de música pelo qual se estabelece um limite de confronto com os padrões sonoros convencio-

¹⁰ Em 1977, em Londres, Westwood e McLaren eram proprietários da loja chamada “SEX”, a qual vendia roupas e acessórios com a estética punk.

¹¹ CORREA, T. G. *Rock nos passos da moda: mídia, consumo X mercado cultural*. Campinas: Papirus, 1989. p. 86. Correa faz alusão à série “punk” que a joalheria Stern lançou, toda em platina, um metal nobre.

nais, mediante o preenchimento de todas as extensões possíveis entre forma e conteúdo, pela proposta de ruptura do tradicional, do usual e daquilo que pode vir a ser estabelecido¹².

O rock, como qualquer outro gênero musical, imprime características que dão a ele suporte existencial. Ocorre, assim, a dinâmica entre a identidade e a alteridade, ou seja, fusão do individual com o coletivo, relação do si-mesmo com o outro, isto é a moda: ligação de um sujeito aos seus pares.

As roupas em si mesmas são significantes, e o código da moda, dentro do consumo da cultura ocidental, trata dos tipos particulares de combinações que estariam relacionadas aos conceitos de elegância, formalidade, causalidade etc., que seriam os significados. É exatamente este código que transforma as roupas em signos e cada um deles pode ser lido com uma linguagem. Os significantes são arranjados em uma certa ordem que se relacionam com outros significantes, e esta relação pode ser de similaridade ou de diferença.

Na moda, o objeto da significação não é notificado no ato: ele é um conjunto, o modo de vestir, a toalete, a pessoa vestida, e por ser geral o que se visa não é definido com precisão, pois são conjuntos de subjetividades.

Uma roupa puramente funcional só é concebível fora de qualquer sociedade: a partir do momento em que uma roupa é confeccionada, chega fatalmente a uma semiologia”¹³.

Quanto a alguns elementos de semiologia, o *vestuário usado ou real*, segundo o que Roland Barthes, o considerando como um texto, teria nitidamente definido a analogia entre língua e fala: a língua indumentária seria constituída pelas oposições de peças, encaixes, cuja variação acarreta uma mudança de sentido, “não tem o mesmo sentido usar uma boina ou um chapéu-coco”¹⁴. Enquanto a fala da indumentária seria constituída pela fabricação anônima ou de uso individual: medida da roupa, grau de propriedade, de gasto, manias, associações livres de peças, enfim.

Tais definições se fazem necessárias, ao passo que a análise partirá de imagens de moda fotografadas, que para o autor seriam uma língua que emana não da “massa falante”, mas de um grupo de decisão que elabora voluntariamente um código, e logo a língua se originaria dos *fashion-groups*,

Mas não mais se apresenta em sua abstração, pois o vestuário fotografado é sempre usado por uma mulher individual; o que é oferecido pela fotografia de moda é um estado semi-sistemático do vestuário; pois, de um lado, a língua de moda deve ser inferida aqui de

¹² *Ibidem*, p. 39.

¹³ BARTHES, R., 2005, p. 310.

¹⁴ BARTHES, R., *Elementos de semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1964, p. 29.

um vestuário pseudo-real e, de outro lado a portadora do vestuário (o manequim fotografado) é, por assim dizer, um indivíduo normativo, escolhido em função de sua generalidade canônica, e que, representa, consequentemente, uma ‘fala’ cristalizada, desprovida de qualquer liberdade combinatória¹⁵.

Mas, se pensarmos sobre as noções de semelhança e generalidade, o uso das fotografias de moda é um recurso que evidencia a noção do tipo. Todos nós temos em mente um esquema de classificação geral, de acordo com nossa cultura, para identificarmos objetos, pessoas e eventos. O tipo é o conceito pelo qual situamos e identificamos o particular e é essencial para a produção do sentido dentro do discurso dos sistemas de representação.

Nós sempre damos sentido às coisas em termos de algumas categorias mais amplas. Deste modo, por exemplo, nós para virmos a saber algo sobre uma pessoa, pensamos sobre os papéis sobre os quais ele ou ela realizam: ela/ela é um pai/mãe, uma criança, um amante, um patrão, ou um velho pensionista? Nós atribuímos ele/ela como membros de diferentes grupos, conforme classe, gênero, grupo de idade, nacionalidade, raça, grupo lingüístico, preferência sexual e assim por diante... Em termos gerais, então, um tipo qualquer é simples, vívido, memorável, de fácil compreensão e amplamente reconhecido pela caracterização na qual alguns traços são levantados¹⁶.

Neste sentido, se pensarmos nos tipos relacionados aos arquétipos da cena rock clássica podemos identificar alguns elementos essenciais convencionados como signos desse gênero: as roupas em couro preto, o jeans, as tachas e os rebites, bem como os acessórios específicos que acompanham esses tipos de indumentárias. Em resumo, esta é a aura vestimentar na imagética do rock clássico até a variante do *heavy metal*. É importante lembrar também as vinculações culturais do estilo, como as referências ao gótico, ao medieval, ao místico, dentre outras referências.

A escolha por determinados ícones de referência data do início da década de 1950, anos que marcam o surgimento do movimento rock. Característico da cultura jovem, o rock buscou elementos vestimentares subversivos na época para expressar sua vitalidade.

A partir dos anos 50, começaram a aparecer os ‘teenage styles’, subgru-

¹⁵ *Ibidem*, p. 29.

¹⁶ “We are making sense of things in terms of some wider categories. Thus, for example, we come to know something about person by thinking of the roles which he or she performs: is he/she a parent, a child, a worker, a lover, a boss, or an old age pensioner? We assign him/her to membership of different groups, according to class, gender, age group, nationality, race, linguistic group, sexual preference and so on... In broad terms, then, a type is any simple, vivid, memorable, easily grasped and widely recognized characterization in which a few traits foregrounded.” HALL, S. *Representation: cultural representations and signifying practices*. London, Sage Publications, 2002, p. 257. (Tradução nossa).

pos unificados por gostos musicais, na década de 80 batizados de ‘tribos’ (existencialistas, mods, rockers, punks, rockabillies, skinheads, soul boys, rastas, neo-românticos, new wavers, rappers,...)¹⁷.

Grandes mídias como o cinema eternizaram imagens clássicas dos tipos no rock, como a figura de James Dean no filme “Juventude Transviada”, de 1955. As vestimentas básicas concentravam-se em jeans puído, jaqueta preta de couro e camiseta. Elvis Presley, na mesma época, vestia-se de forma similar, bem como usava os clássicos topetes ao estilo rockabilly.

Um pouco mais adiante, no final da década de 60 e da década de 1970 adiante, outros elementos vestimentares seriam incorporados às visualidades do rock: o tênis All Star da marca Converse, modelo Chuck Taylor, e a introdução de correntes, tachas, rebites, alfinetes e *piercings* como acessórios. Após o uso por bandas como Ramones nos Estados Unidos e Sex Pistols na Inglaterra, rapidamente o modelo de tênis e os acessórios se popularizaram entre os adeptos daquele novo estilo de rock: o punk construía, assim, sua estética social e visual.

É importante lembrar que os elementos citados são as configurações mais comuns na cena rock desde o seu surgimento. Paralelamente, outros subgêneros do rock surgiam, como o *Glam Rock*, *Heavy Metal*, pós-punk, indie rock, cada qual com suas narrativas visuais e peculiaridades imagéticas. Peculiaridades que foram alcançadas devido ao suporte existencial proporcionado pelas práticas culturais da moda.

A fala de Malcolm McLaren sobre o deslumbramento da banda New York Dolls é uma clara passagem em que notamos a plena consciência de que era necessário criar artefatos de moda que traduzissem as aspirações da cultura rock. Muito mais que roupas era preciso marcar a ideologia da cena. McLaren e Westwood foram uns dos pioneiros a comercializar roupas embrorrachadas em vinil, como substituto mais barato para as roupas de couro, para o grande público.

Os Dolls tinham vindo muitas vezes à minha loja quando estavam em Londres e ficaram completamente espantados e chocados com a loja naquela época, porque não havia absolutamente nada parecido em Nova York. Em Nova York ninguém vendia cultura rock & roll na forma de roupas e música num lugar específico. E a loja Sex, tinha uma ideologia definida, o lance era não vender coisa nenhuma, era criar uma atitude. Não era uma porra de loja caretão dos anos dourados, longe disso¹⁸.

Debby Harry, líder da banda Blondie, narra como conheceu as roupas produzidas pela loja SEX, durante a viagem que McLaren fez aos EUA na década

¹⁷ PALOMINO, E. *Babado forte: moda, música e noite na virada do século 21*. São Paulo: Mandarim, 1999, p. 228.

¹⁸ MCLAREN, M. apud MCNEIL, L.; MCCAIN, G. *Mate-me por favor: uma história do punk sem censura*. Porto Alegre: L & PM, V.I, 2004, p. 247.

de 1970 e confirma a estratégia bem-sucedida de McLaren e Woods:

Um dia eu estava no apartamento de alguém na Rua 13, e de repente uma caminhonete pára na frente do edifício e Malcolm McLaren abre o porta-malas e começa a tirar aqueles trajes emborrachados e sapatos de plataforma e a vendê-los na rua. E todo mundo foi correndo até lá comprar aquelas coisas... Acho que ele sabia que a gente ia estar lá e ia querer comprar aqueles troços, porque naqueles tempos havia uma oferta muito limitada para trajes emborrachados¹⁹.

A moda, como parte deste processo, foi fundamental, pois tornou-se a forma pela qual a noção de pertencimento e construção identitária foi efetivamente materializada sobre os corpos dos sujeitos que aderiram a esta estética. Junto com as visualidades criadas, criaram-se também novos hábitos, novas atitudes, novos modos de vida, que localizaram os sujeitos enquanto “tipos” sociais.

Desta forma, podemos dizer que a moda, enquanto roupa apenas, não justifica seu conceito, mas, se associada a um contexto, é imputado a ela um sentido de representação social. O que se consome é o que a roupa representa, e a condição de objeto utilitário fica em segundo plano. “Quando um jovem passa a usar as mesmas cores que seu ídolo do rock, está apenas acrescentando um conteúdo material (a roupa) ao estilo musical que está ouvindo”²⁰.

A prática da moda é uma escolha e, em certo sentido, livre, já que os sujeitos colhem os artefatos que melhor os representam em determinado momento e dão a eles significância conforme o local da cultura no espaço e no tempo. A construção da identidade,

É o processo de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado. Para um determinado indivíduo ou ainda um ator coletivo, pode haver identidades múltiplas²¹.

Podemos assim dizer, a partir da fala de Castels, que a identidade é fonte de significado tanto para o sujeito que dela usufrui e é portador, quanto para o sujeito que nela se espelha, pois o significado se relaciona com a identificação ou pertencimento, processos essenciais nos sistemas de representação. Além do quê, a identidade como fonte de significado diz respeito a um processo de individuação, ou seja, o significado para cada sujeito é único. Considerando a identidade coletiva, podemos fazer uma analogia em relação às identidades individuais, já que o significado desse tipo de identidade advém de uma identidade primária que es-

¹⁹ *Ibidem*, p. 247.

²⁰ CORREA, T. G. *Rock, nos passos da moda: mídia, consumo x mercado*. Campinas, SP: Papirus, 1989.

²¹ CASTELS, M. *O poder da identidade: a era da informação - Economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p. 22.

trutura as demais em um processo que se orienta do genérico ao particular, de um macrouniverso para um microuniverso.

Cabe esclarecer a distinção entre identidade e papéis sociais, distinção que vem da sociologia e se faz pertinente uma vez os papéis sociais que ocupamos (mãe, pai, professor etc.) são definidos conforme normas sociais institucionalizadas. Já a identidade faz parte de algo mais complexo, em que o sujeito é o principal autor de suas designações, isto é, faz parte de uma autoconstrução. Em resumo, podemos dizer que as identidades organizam significados e os papéis sociais organizam funções.

Posto isto, segundo Castels, a identidade pode ser reconhecida por três categorias distintas: a identidade legitimadora, a identidade de resistência e a identidade de projeto.

Eis as respectivas definições dos termos: a identidade legitimadora seria aquela introduzida pelas instituições dominantes como o Estado e está mais relacionada às ações nacionalistas e de dominação cultural/ideológica. A identidade de resistência é um tipo que surge em grupos marginais, que em geral estão fora do contexto cultural dominante; estes grupos criariam trincheiras de resistência contrárias aos princípios ideológicos vigentes. E por fim a identidade de projeto que,

É quando os atores sociais utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e ao fazê-lo, de buscar transformação de toda a estrutura social²².

Feitas as devidas definições, podemos pensar as existências na cena rock como um misto das identidades de resistência e de projeto, pois em um primeiro momento temos na identidade de resistência a formação de pequenos grupos, muitas vezes denominados subculturas, como os movimentos Punk, Pós punk, Glam Rock, Mods, Heavy Metals, que eram avessos à cultura dominante, e em um segundo momento vemos que estes grupos dão origem a uma resistência cultural coletiva que produz novas propostas de vida, novas propostas estéticas para a identidade, as quais podem ser experienciadas pela identidade de projeto apresentando novos projetos para os sujeitos, enquanto atores sociais.

Pode-se perceber que o sistema que opera a lógica das práticas de si é bem amplo e envolve ações sociais e culturais de vários pontos. Tanto na identidade de resistência quanto na identidade de projeto observamos uma movimentação social direcionada à experimentação simbólica que culmina no suporte do corpo, como uma de suas expressões. Ao menos no que se refere à materialização estética das

¹⁹ *Ibidem*, p. 247.

²⁰ CORREA, T. G. *Rock, nos passos da moda: mídia, consumo x mercado*. Campinas, SP: Papirus, 1989.

²¹ CASTELS, M. *O poder da identidade: a era da informação - Economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p. 22.

²² *Ibidem*, p. 24.

das propostas ideológicas, o corpo continua sendo um de seus maiores divulgadores visuais.

Assim, pode-se dizer que o local para a experiência da identidade é o corpo, suporte para a tomada de forma das subjetividades. A moda torna-se assim a forma concreta e objetiva para a expressão existencial dos sujeitos.

Segundo Pascal Ory (2008), o corpo, até o Século XX, nunca havia sido tão potencialmente autônomo, pois a curto prazo assistimos a muitas reviravoltas sobre o corpo humano, as quais referem-se, dentre outras, à inclusão do que o autor chama de “novos adereços”. “As vanguardas culturais de meados do Século XX para frente, por meio de múltiplas mediações, acabam influenciando, de maneira mais ou menos duradoura, largas parcelas da sociedade”²³.

O autor cita duas categorias profissionais que deram impulso à disseminação dos “novos adereços” a partir de 1950: os esteticistas e os estilistas. Ou seja, os cuidados com o corpo e o rearranjo deste mesmo corpo pelo vestuário. Neste sentido podemos observar que a construção do corpo e da identidade é vinculada às práticas de si como fundamento para uma existência estética do sujeito. Existem dois “novos adereços”, que foram popularizados no Século XX, segundo Ory, não por acaso pela cena rock: a tatuagem e a perfuração de corpos (*piercing*). É a partir de meados da década de 1970 que a tatuagem e o *piercing* voltam à moda, por meio da cultura rock.

A periodização dessa revolução epidérmica se acha confirmada em todos os outros planos dos adereços e enfeites. Entra-se em uma fase de democratização, amplificada pela indústria... A industrialização do vestuário acelera a difusão dos modelos elaborados no seio das classes e regiões dominantes, mas não se traduz de modo algum por uma uniformização²⁴.

Apesar de os grupos serem unidos por códigos que os identificam como tal, a prática da customização singulariza cada sujeito. Cada tatuagem, cada perfuração possui significados e histórias singulares. Até mesmo a ausência de significado para o sujeito já pode ser um motivo de singularização. As vanguardas culturais sempre souberam disso: era preciso construir uma atitude, dar forma ao corpo expressivo de uma época.

4 MÚSICA AO ENCONTRO DA MODA

Patrice Bollon trabalha com o conceito de *panóplias*, que poderíamos encaixar no mesmo sentido de máscara ou armadura. São por estas panóplias que podemos distinguir claramente convenções de estilo: “clássica”, “vanguarda”, “minimalista”, “fashionista” etc. Muito mais que sobreposições de vestimentas, identificamos a

²³ ORY, P. "Os desejos e as normas: o corpo ordinário". In: CORBIN, A; COURTINE, JJ.; VIGARELLO, G. *História do corpo: as mutações do olhar. o século XX*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 175.

²⁴ *Ibidem*, p. 175, p. 176-178.

atitude, a localização social e as narrativas visuais que este sujeito produz travestido. De acordo com o autor:

No fundo, os estilos expressariam uma espécie de conhecimento poético da realidade. Como os mitos, os estilos, apesar de serem apenas fantasmas, imagens fluidas, no limite da recusa do sentido, não atuam cegamente: eles simplesmente assimilam o real de uma maneira diferente e complementar da linguagem²⁵.

Na lista da iconografia dos cruzamentos entre moda e música, exemplos não faltam. Temos Kansai Yamamoto, que criou os figurinos de Ziggy Stardust e Aladdin Sane para David Bowie na década de 1970, Zandra Rhodes, que em 1974 criou para Freddy Mercury e Brian May o icônico top branco plissado acetinado de Bohemian Rhapsody, Marc Bolan, da banda T-Rex, que em 1973 era vestido pela boutique londrina Biba, os figurinos sempre na cor púrpura de Prince, os figurinos retro futuristas do grupo alemão Kraftwerk, Patti Smith com sua androgynia nos anos 1975, o figurino de franjas usado por Sly Stone na primeira edição do festival Woodstock em 1969, o estilo pós punk de Sioux, da banda Siouxsie and the Banshees, a qual era consumidora da loja SEX em Londres e que inspirou Robert Smith, líder da banda The Cure a criar sua imagem. Adam Ant, líder da banda Adam and the Ants, que representou o estilo *new romantic*, misturava militarismo, brilhos e algo de referências a piratas em fins da década de 1970 e início de 1980.

No movimento musical do *Synthpop*, representado por Marc Almond da banda Soft Cell e Gary Numan, temos a emblemática imagem de Boy George, líder da banda Culture Club, Grace Jones e o look criado por Karl Lagerfeld em 1983 para o Grammy e o vestido capuz criado em 1985 por Azzedine Alaïa. A iconografia do rock dos anos 1980 foi tão absorvida que a série de animação norte-americana chamada “Jean e as Hologramas”²⁶ trazia como enredo duas bandas de rock femininas que disputavam entre si. As personagens eram representadas com os cabelos, maquiagens e roupas comumente associadas ao glam rock, glam metal e new wave.

A coleção de Marc Jacobs, de temática grunge, em 1993, na época à frente da marca Perry Ellis e em 2013 relançada como “*Redux Grunge Collection*” por sua própria. Raf Simons, no outono/inverno de 1998, cria uma coleção tributo ao grupo musical Kraftwerk e no outono/inverno de 2001 cria coleção “*Riot, Riot, Riot*”, inspirada no desaparecimento de Richey Edward, guitarrista da banda post punk Manic Street Preachers. Em 2011, na coleção de alta costura, Jean Paul Gaultier trabalhou o tema punk, com referências diretas à banda Sex Pistols, a ponto de nomear looks como “*London Calling*” e “*Anarchy in the UK*”. Na cole-

²⁵ BOLLON, P. *A moral da máscara: merveilleux, zaz zazous, dândis, punks, etc.* Rio de Janeiro: Rocco, 1993, p. 76.

²⁶ Título de tradução no Brasil. Nos EUA era divulgado apenas como “Jem”.

ção *prêt-à-porter* primavera/verão de 2013, trouxe uma concentração de ícones musicais como David Bowie, Boy George, Grace Jones, Annie Lennox, Madonna, Jimmy Hendrix, em referências quase literais aos ícones pops da indústria musical dos anos 1980.

Paul Smith, no outono/inverno de 2014, inspirou sua coleção masculina em Jim Morrison. Alessandro Michele trouxe para a coleção primavera/verão da Gucci em 2018 referências aos figurinistas Bob Mackie e Annie Reavey para Elton John nos anos 1970. A reinvenção da Balmain, por Christophe Decarnin entre 2006 e 2011, deveu-se em boa parte à estética rock incorporada às coleções. Os blazers e as jaquetas de ombros marcados, botões dourados, tachas, spikes e rebites tornaram-se uma grande referência da marca. Virginie Viard, para a coleção de outono/inverno de alta costura da Chanel em 2020, criou roupas para princesas punks, sob o tema "*Ultra-rock romanticism*".

Hide Slimane, para coleção masculina da Celine primavera/verão 2023, apresentada durante o Paris Fashion Week, trouxe o tema "*Dysfunctional Bauhaus*", com referências diretas ao *new wave*. As variações ao estilo gótico e punk podem ser vistas nas calças e jaquetas de couro bordadas com pedrarias, franjas, metalizados, coturnos, os penteados punks e a própria trilha sonora do desfile, conduzida pela banda de Art Punk, Gustaf. A coleção proposta por Slimane aproxima-se do figurino da turnê de 2022 da banda Bauhaus. Peter Murphy (Figuras 3a, 3b), em apresentação no festival Primavera Sound, na cidade de Barcelona, vestiu um casaco acetinado preto bordado por pedrarias, coturnos, maquiagem dourada no rosto e sombra azul que borrava os olhos. Bauhaus e o hino "*Bela Lugosi is Dead*", 1979, considerado o primeiro single lançado do gênero, consolidou a estética visual do punk gótico. O single aparece no filme de terror "*The Hunger*", de Tony Scott, 1983, com elenco de David Bowie, Catherine Deneuve e Susan Sarandon; O figurino utilizou-se da tipificação visual clássica do gênero: alfaiataria e couro pretos compunham a aura soturna dos vampiros da narrativa.



Figs. 3a, 3b (a partir da esq.): Peter Murphy, vocalista da banda Bauhaus durante apresentação no festival Primavera Sound, em Barcelona, em junho de 2022, trajando o casaco bordado que comumente é presente em seus figurinos dramáticos. (Fonte: Acervo pessoal, 2022).

A estilista Vivienne Westwood merece menção honrosa nesta discussão, que ao lado de Malcolm McLaren, na década de 1970, foi uma das grandes responsáveis pela criação e disseminação da estética punk britânica. Westwood entendia a fúria do punk e soube compor elementos visuais que traduzissem a negação aos sistemas culturais impostos naquela ocasião. Os conceitos de anarquia, nihilismo e antifascismo foram representados pelas imagens da suástica, da rainha e frases de impacto, pelos elementos fetichistas como o vinil, pelo bondage e sadomasoquismo, rasgos, puídos, alfinetes, e estavam todos à venda na loja da Kings Road em Londres. Em sua biografia, Westwood comenta:

A forma de uma camiseta é simples e bonita. Você está ciente do tecido, do corpo, mas também de uma imagem: é uma tela. E como uma tela, a camiseta estava aberta a experimentações de todos os tipos. Arte Pop. Letrismo. Objetos encontrados e bricolagem; a camiseta o era lugar onde a moda, o sexo, a política e a arte se encontravam²⁷.

A série “Pistol”, dirigida por David Boyle e lançada pela plataforma de streaming Star Plus em 2022, narra o drama biográfico da banda punk Sex Pistols, e apresenta uma passagem interessante: no quarto episódio, chamado “Pretty Vaaaycunt”, vemos um diálogo que se passa na loja SEX entre Westwood e duas jovens clientes que estão descobrindo o movimento punk. As jovens questionam sobre o uso de algumas peças, sobre as quais a criadora argumenta acerca da ideologia que as tornam anárquicas. O diálogo termina com as seguintes falas:

- Espere. Está dizendo que podemos usar isso? Não temos dinheiro.
- Eu vou vesti-las. O show é meu desfile.

Westwood tinha total consciência do espaço público do show como espaço de comunhão da estética punk, era preciso a roupa certa para a revolução. A partir da noção de fruição estética de Hans Jauss, a qual media os processos da identidade da alteridade, podemos dizer que o traje levaria a uma *Poiesis* diária que seria autorizada pela *Aisthesis* (reconhecimento e opção estética) que se completaria na *Katharsis*, que é a subjetivação estética por completo. "God save the queen!"

5 MODA E MÚSICA EM SINERGIA: APONTAMENTOS FINAIS

A moda dá significação aos objetos culturais, pois ao trocar informações produz discursos que localizam e inserem os sujeitos em um grupo social. A práxis da moda oferece a estes a possibilidade da metamorfose, de evidenciar o singular, bem como o contrário, o camuflar pela similaridade. Os discursos da moda na sociedade orientam-se tanto para as relações de aceitação com os padrões vigentes quanto para as relações de questionamentos dos papéis sociais e propostas de sub-

²⁷ WESTWOOD, V; KELLY, I. *Vivienne Westwood*. Londres: Picador, 2016, p. 173.

versão de convenções, no caso da antimoda.

De toda forma, o que prevalece é a possibilidade de tradução da subjetividade. A ontologia não deixa de existir devido às configurações dos sistemas culturais. Malcolm Barnard pontua, sobre a questão da moda na pós-modernidade, citando Gail Faurschou em “*Fashion and the Cultural Logic of Postmodernity*”, e destaca o seguinte trecho, em menção a Baudrillard: “a moda é o epítome da sobrevivência cínica do capitalismo”²⁸.

No entanto, seria raso atribuir toda subjetividade e manifestação criativa dos sujeitos a meras manobras do sistema de consumo. Sim, somos culturalmente contaminados, mas tal contaminação não impede um fluxo de consciência sobre si e reflexão sobre as informações que capturamos. Basear-se na assertiva de que a humanidade pós-moderna está hipnotizada pela dominação cultural é mais confortável do que a tentar entender em sua intimidade e complexidade.

Somos socialmente significativos e os universos simbólicos codificam nossos corpos e nossas roupas, inserindo-os em nossos imaginários e pertenças subjetivas. Neste sentido, a moda como um artefato visual pode ser estudada como um vestígio de informações a respeito de um dado momento na história, já que o artefato vestimentar se torna um indicador de hábitos, costumes, classes e ideologias. Um registro de práticas sociais localizadas no espaço e no tempo.

O corpo social é fragmentado em grupos identitários, cada qual com imagéticas próprias, que produzem narrativas de um determinado universo cultural. O espaço público é plural e a moda é cultura material. Todas as classes sociais consomem cultura material, pois é assim que salientam a sua identificação com seus pares. “A moda, assim como outras formas de cultura popular, emerge de um conjunto de organizações e redes que interagem e moldam esse conceito de várias maneiras”²⁹.

Tais conjuntos de organizações se interagem e compartilham uma mesma experiência estética, fenômeno que Michel Maffesoli denominou de “tribalismo”, que seria, em suas palavras:

Partilha sentimental de valores, de lugares ou de ideias que estão ao mesmo tempo, absolutamente, circunscritos (localismo) e que são encontrados em diversas modulações, em numerosas experiências sociais. É esse vaivém constante entre o estático (espacial) e o dinâmico (de vir), o anedótico e o ontológico, o ordinário e o antropológico, que faz da análise da sensibilidade coletiva um instrumento de primeira ordem³⁰.

Neste sentido, pelas atividades dessas tribos é que percebemos uma das formas

²⁸ FAURSCHOU apud BARNARD, M. *Moda e Comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco, 2003, p. 228.

²⁹ CRANE, D. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac São Paulo, 2006, p. 46.

³⁰ MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000, p. 28.

mais típicas da vida social. Através da expressão dos modos de vida, das estéticas, dos laços coletivos que cada tribo adota, temos a caracterização das práticas culturais cotidianas em sociedade que se dinamizam o tempo todo pelas relações da identidade e da alteridade.

Da prática cotidiana do vestir e da poética da moda estabelecem-se os hábitos/costumes que são o conjunto de usos comuns de artefatos e ideais que garantem a noção de pertencimento ao grupo social. É o costume que reforça a existência de um grupo como tal, formulando as estéticas a fim de especificar as relações que estabelecemos com os outros sujeitos, e caracteriza a aura estética de uma época. De acordo com Maffesoli, o "neotribalismo" é caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão. É assim que podemos descrever o espetáculo da rua nas megalópoles modernas"³¹.

As neotribos são fluídas porque permitem múltiplas associações e construções estéticas, que são pontuais porque são vinculadas a uma arena específica de significação e que são dispersas porque são fragmentadas. Assim, diante destes aspectos, é possível localizar um ponto de convergência: a aparência. A aparência torna-se um fator importante para a agregação do grupo, já que a estética é uma forma de pertencimento e de experimentação social. É sempre em relação ao grupo que se determina a vida social. Mais que uma reunião de pessoas, o grupo representa um universo cultural, no qual são compartilhadas tragevidades³² (objetividade/ subjetividade). Portanto, se ligam pela cultura, pela comunicação, pela moda, pela música, pela política, pela religião, por quaisquer instituições.

O estar-junto é um dado fundamental. Antes de qualquer outra determinação ou qualificação ele consiste nessa espontaneidade vital que assegura a uma cultura sua força e solidez específicas. Socialidade, por sua vez, se fundamenta na ambiguidade básica da estruturação simbólica"³³.

O que se quer dizer, neste sentido, é que o grupo constrói uma estética da existência e, pelos processos das práticas de si, ele se funda no espaço social como corpo ontológico. Daí a importância dos laços de afinidade cultural que a moda tão bem oferta, ao dispor de um sem-número de possibilidades identitárias aos sujeitos. A prática cotidiana da moda produz máscaras que ligam os sujeitos aos seus pares, que utilizam códigos que são reconhecíveis dentro daquele ajuntamento social. Tais códigos estabelecem contato tanto com a alteridade como com a identidade.

A força social que engendra as relações entre os sujeitos opera em todos os níveis da vida social, incluindo a moda, como agenciadora de subjetividades, que comumente estão vinculadas a territórios específicos. Se são por códigos que os

³¹ MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000, p.107.

³² Termo que Michel Maffesoli usa para referir-se a processos subjetivos e objetivos ao mesmo tempo.

³³ *Op. cit.*, p. 115.

grupos/tribos se comunicam, é de se esperar que em cada um destes espaços públicos haja uma configuração de iconografia própria. Dentre os vários gêneros musicais mencionados, como o *Glam Rock*, o *Heavy Metal* e o *Punk*, é notório que para cada movimento existiu uma estética definida que garantiu a projeção identitária destas comunidades. Tais unidades só foram possíveis porque os sujeitos se organizaram no espaço social e corporificaram as subjetividades em territórios existenciais vestíveis.

Ampliando o entendimento da sociologia da música na perspectiva de Theodor Adorno, que entende que toda música nasce de um contexto social, para além da condição mercadológica e do binômio "música séria" e "música ligeira", poderíamos encaixar as características contraculturais do rock e suas derivações nos momentos históricos em que surgiram, como pontos de flexionais de revolução e criatividade que não se aprisionam nas meras lógicas do mercado de consumo, pois foram movimentos que emergiram de grupos sociais marginalizados, os quais encontraram na música um local de fala e na moda uma expressão estética de existência. Sex Pistols, no single "*God Save the Queen*", convidava à desalienação: "*God save the queen / Her fascist regime / It made you a moron*". Marc Bolan, em "*Children of the Revolution*", já antecipava: "*But you won't fool the children of the revolution*". David Bowie, na música "*Changes*", alertava os roqueiros de que mais cedo ou mais tarde eles iriam envelhecer, mas a história mostra que "esse tal de roque enrow", desde a década de 1950, ainda tem sido reinventado como recurso de frescor pelos agentes criadores da moda: "*Turn and face the strange*".

Para o campo dos estudos da moda é de total importância o monitoramento dos movimentos culturais contemporâneos que podem ser relevantes para a pulsão criativa em moda, em especial aqueles que surgem de grupos minoritários, marginalizados e de regiões fora dos eixos hegemônicos. A cena musical continua sendo um ótimo escopo para a verificação de práticas vestimentares.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. "Por que é difícil a nova música". In: ADORNO, Theodor W. **Sociologia**. Organização de Gabriel Cohn. São Paulo: Ática, 1994.
- ADORNO, Theodor W. **Introdução à sociologia da música**: doze preleções teóricas. Trad. Fernando R. de Moraes Barros. São Paulo: Editora Unesp, 2011.
- BARNAD, Malcon. **Approaches to understanding visual culture**. New York: Palgrave, 2001.
- BARNAD, Malcon. **Moda e comunicação**. Trad. Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. Trad. Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix, 1964.

BARTHES, Roland. **Inéditos, vol. 3:** imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BHABHA, Komi K. **O local da cultura.** Trad. Myrian Ávila, Eliana Lourença de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

BOLLON, Patrice. **A moral da máscara:** merveilleux, zaz zazous, dândis, punks, etc. Trad. Ana Maria Scherer. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social:** classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

CORREA, Tupã Gomes. **Rock, nos passos da moda:** mídia, consumo x mercado. Campinas, SP: Papirus, 1989.

FREEDMAN, Kerry. **Enseñar la cultura visual – curriculum, estética y la vida social del arte.** Barcelona: Octaedro, 2006.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade 2:** o uso dos prazeres. Trad. Maria Teresa da Costa Albuquerque; Rev. téc. José Augusto Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

FRIEDLANDER, Paul. **Rock and roll:** uma história social. 8. ed. Rio de Janeiro. Record, 2013.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 6. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2001.

HALL, Stuart. **Representation:** cultural representations and signifying practices. London: Sage Publications, 2002.

JAUSS, Hans Robert. "O prazer estético e as experiências fundamentais da poiesis, aisthesis e katharsis". In: LIMA, Luiz Costa (Sel., Coord., Trad.). **A literatura e o leitor:** textos de estética da recepção. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1979.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Trad. Maria de Lourdes Menezes. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MCNEIL, Legs; MCCAIN, Gillian. **Mate-me por favor:** uma história do punk sem censura. Trad. Lúcia Britto. Porto Alegre: L & PM, V.I, 2004.

MITCHELL, W.J.T. "Showing seeing: a critique of visual culture". In: MIRZOEFF, N. **Visual Culture Reader.** 2. ed. London and New York: Routledge, 2002. pp. 86-101.

PISTOL. Direção: Danny Boyle. Produção de FX Productions. Escrita por Craig Pearce. Reino Unido da Grã-Bretanha e Irlanda do Norte. Distribuída por Star Plus, 2022.

ORY, Pascal. "Os desejos e as normas: o corpo ordinário". In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História do corpo:** as mutações do olhar. O século XX. Trad. Ephraim Ferreira Alves. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. pp. 155-195.

REBELLO, Hélio. "Para que serve uma subjetividade? Foucault, tempo e corpo". In: **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Curso de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), v. 18, n. 3, pp. 343-349, 2005. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/28952>>

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx:** roupas, memória, dor. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

WESTWOOD, Vivienne; KELLY, Ian. **Vivienne Westwood**. Londres: Picador, 2016.

Autora especialmente convidada.
Artigo recebido no segundo semestre de 2022.