

# A CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DO MOVIMENTO PUNK DOS ANOS 1970 E SEU IMPACTO NA MODA CONTEMPORÂNEA

*The construction of the 70's Punk Movement and It's impact in the contemporary fashion*

TALAWITZ, Amanda Baldissera. Discente; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, amandab.talawitz@gmail.com.br

WAGNER, Priscila Gil. Mestranda.; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, priscila.wagner@erechim.ifrs.edu.br

**Resumo:** O presente artigo tem como objetivo estudar os meios de construção identitária do movimento *Punk* dos anos 1970 através da moda e, dessa maneira, realizar uma análise de editorial de moda atual utilizando semiótica discursiva como metodologia. Por conseguinte foi possível verificar a presença de signos relacionados ao movimento Punk em composições visuais atuais de moda.

**Palavras chave:** Punk. Moda. Identidade.

**Abstract:** This paper aims to study the means of identity construction of the 1970s Punk movement through fashion and, thus, to conduct a current fashion editorial analysis using discursive semiotics as a methodology. Therefore it was possible to verify the presence of signs related to the Punk movement in current visual fashion compositions.

**Keywords:** Punk. Fashion. Identity.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo buscou compreender a construção da identidade de indivíduos do movimento Punk dos anos 1970 para assim realizar uma análise com o objetivo de identificar elementos de tal identidade em editoriais de moda atuais. Inicialmente, foi realizado um estudo sobre construção identitária e sua relação com o corpo que, de acordo com Castilho e Mesquita (2015), é o lugar primeiro onde as identidades se expressam. Após, foi realizado um estudo da historiografia sobre movimento Punk em seu ambiente sociocultural e na moda, a fim de entender e conhecer suas origens, influências e importância cultural para a sociedade contemporânea dos anos 1970.

Para compreender temas como a construção identitária do sujeito, a relação entre moda e identidade, a origem do movimento Punk, e a presença desse movimento na moda, foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica. De acordo com Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida através de outros estudos sobre o tema, com a finalidade de entender e construir determinados conhecimentos. Para a análise da imagem de um editorial de moda contemporânea, foi adaptada a metodologia de semiótica discursiva de Joly (1996)

com contribuições de Barthes (2006). Esses autores entendem que as imagens também são linguagens importantes na contemporaneidade, uma vez que, através de meios de comunicação, elas estão sendo difundidas cada vez mais, o que justifica a importância de análises imagéticas para compreender as representações sociais vigentes e os rastros históricos culturais nas sociedades contemporâneas.

Este artigo divide-se, portanto, em quatro seções: primeiramente, serão apresentados resultados do estudo de moda e identidade; em seguida, será traçado um histórico de como se iniciou o movimento Punk, apontando diferenças entre a identidade dos punks ingleses e os novos iorquinos, além de apresentar o estudo histórico de como a identidade punk ficou enraizada no mercado da moda. Por fim, será realizada uma análise de semiótica discursiva onde serão destacados elementos visuais punks em uma imagem de editorial atual de moda, verificando a força da estética desse movimento através das décadas.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 MODA E IDENTIDADE**

Segundo Svendsen (2004), na contemporaneidade a construção identitária está fundamentalmente atrelada ao corpo. Para Gardin (2008), atualmente o corpo foi estabelecido como o maior objeto de expressão nos meios de comunicação. Entretanto, é necessário apontar que a ideia de corpo atrelado a identidade e moda é algo definido a partir da pós-modernidade. Baudrillard (1988, apud Svendsen, 2004) afirma que, no período central da Idade Média as práticas comuns aliadas ao corpo tinham o objetivo de atingir a alma que, naquela época era compreendido como a verdadeira identidade. A identidade do indivíduo estava relacionada a devoção de sua alma à religião.

Como contrapartida, Svendsen (2004) apresenta que na sociedade atual temos a prática de realizar dietas, esse hábito também é atrelado ao corpo, mas, ao contrário da identidade ser transferida para a alma através de uma crença, a identidade permanece transmitida pelo corpo. Por meio de uma dieta, assume-se que a identidade do indivíduo se relacione a de um atleta ou modelo, por exemplo.

O corpo muito antes de ser entendido como veículo de informações identitárias já demonstrava sinais de comunicador social. Svendsen (2004) faz reflexões de como o corpo, mesmo nu, é capaz de emitir informações. Historicamente, o corpo nu já foi protagonista da questão identitária, como exemplo Svendsen (2004) cita os antigos escritos bíblicos e gregos mostrando que o corpo nu também funciona como linguagem. No livro bíblico de “Gênesis”, o autor comenta que o corpo nu é interpretado como indecente. Já na Grécia,

possuía-se o hábito de andar nu, contudo isso só era comum entre escravos e atletas, para essa cultura o corpo considerado forte era exibido explicitamente. Entretanto, nas sociedades ocidentais contemporâneas a ideia de nudez se altera, e Perniola (2001, apud Svendsen, 2004) discute que as roupas são responsáveis por transmitir a identidade antropológica, social e religiosa de um sujeito, assim afirmando que, o corpo ao estar nu não comunica claramente o papel identitário. Todavia, é necessário apontar que, para Svendsen (2004) o corpo nunca está nu, pois ao despi-lo de suas vestimentas ele permanece vestido por suas definições sociais – gordo, magro, atlético – o corpo segue sendo materialidade política.

Seguindo nessa linha, Katz (2008) afirma que, quando tratamos o corpo como um elemento de exteriorização existem duas ideias: a de que ele compreende o ambiente ao seu redor, o assimila, e o devolve como um reflexo para o exterior; a outra teoria destacada por Katz (2008) é a do “Corpomídia”, onde o corpo não assimila a informação que o rodeia, ele simplesmente passa a ser a informação e está em um constante estado transformatório. As duas teorizações apresentam um paradoxo de corpo, o corpo que assimila, e o corpo que ensina. Para este artigo o corpo é visto como um híbrido das duas ideias, tanto assimila informações culturais, quando ensina, nos modos de portar, vestir e agir, como outros corpos devem ser e estar na cultura.

Entretanto, na perspectiva cultural, é necessário refletir a respeito da mudança do corpo e como este deixa de ser somente carne, corpo biológico e passa a ser um veículo de comunicação. De acordo com Katz (2015), o corpo não existe somente em sua singularidade, ele vive em um estado de co-dependência com seu ambiente.

O corpo, sendo diretamente influenciado pelo seu entorno, passa a expressar uma identidade (Castilho e Mesquita, 2015). Como exemplo, temos o pensamento de Gardin (2008), que explica o comportamento de tribo, ao fazer parte de um ambiente, de uma sociedade, o indivíduo passa a adotar a identidade específica de sua tribo. Tal afirmação se comprova na existência de “modas tribais” como a moda grunge, moda hippie, moda punk etc. Crane (2006) teoriza que, ao mesmo tempo que as roupas possibilitam impor uma identidade elas também restringem o indivíduo de se expressar fora dela.

Em estudos sobre a moda com relação a identidade, como o de Guimarães (2008), vê-se a teoria de como o consumo pode estar atrelado a construção das identidades. Em certos grupos, como por exemplo, os *Hypebeasts*<sup>1</sup> que são caracterizados pelo consumo de grifes famosas de *streetwear*, o consumo é uma forma de expressão fundamental para estas identidades. Para Campbell (2001), um fator de grande importância é a reação de tais

---

<sup>1</sup> Jovens obcecados por colecionar roupas do segmento *streetwear*.

grupos aos produtos derivados desse consumo, essa mesma reação determina nossa individualidade.

Ainda Bocock (1993, apud Svendsen, 2004), sugere que o consumo desempenha um papel fundamental na construção de identidades, quanto a satisfação pessoal se torna uma necessidade secundária. Existe um poder disciplinador exercido através das grandes mídias que faz com que o indivíduo se sinta insatisfeito na busca constante pela sua identidade. O ser humano busca constantemente por espaço em uma tribo, e para sua aceitação é fundamental que as identidades sejam semelhantes (BAUDRILLARD, 1988, apud Svendsen, 2004).

A criação de uma identidade está fortemente atrelada à moda que, era utilizada para distinguir e igualar as diferentes classes sociais, fomentando uma disputa, que diferenciava os sujeitos uns dos outros, tornando-se a base do conceito de moda na perspectiva identitária. Antes da globalização as identidades expressavam tradições e a cultura limitada que viam ao seu redor, após a disseminação de informações passam a existir mais possibilidades de expressão (CRANE, 2006).

Ainda seguindo o pensamento de Crane (2006), em regiões como Europa e Estados Unidos, antes da globalização, a vestimenta expressava somente ocupação, religião, classe social. Entretanto, com o maior número de estímulos propagados durante a multinacionalização, abriram-se novas possibilidades de vestir e outros estilos de vida, com isso a roupa passa a expressar mais do que classe social e ocupação. Heinze (1990, apud Crane, 2006) afirma que, durante o século XIX, imigrantes que chegavam aos Estados Unidos trocavam suas vestimentas tradicionais e passavam a adotar o visual dos indivíduos locais, dessa maneira abandonando suas identidades prévias para estabelecer uma nova identidade, relacionada a pertencimento, através da roupa. Interessante destacar que, ao substituir uma veste por outra, o indivíduo passa a mudar sua identidade e pertencer a outro local, e ser, inclusive, outro sujeito.

Outro fator que contribuiu para a construção das identidades pós-modernas é a relação de tempo passado no trabalho e no lazer. Para Crane (2006), é no lazer que acontecem relações sociais baseadas em idade, raça e etnia, assim como gênero e preferência sexual, e, também no lazer, elas ficam evidentes. Dumazedier (1989, apud Crane, 2006), afirma que o tempo disponível para atividades fora do trabalho aumentou consideravelmente durante o século XX. Com tempo para o lazer as pessoas se tornavam livres para adotar diferentes identidades.

Para Crane (2006), é fundamental analisar a “sociedade fragmentada” do século XX, pois dessa maneira pode-se entender o início das identidades pós-modernas. Ela ainda

afirma não é possível entender como o indivíduo constrói uma identidade social na sociedade contemporânea, mas é possível captar os rastros que as diferentes instituições, tais como a moda, deixam na formação identitária dos sujeitos. Segundo Vidich (1995, apud Crane, 2006), as identidades deixam de ser definidas por classes sociais e passam a ser identificadas por interesses culturais dentro de múltiplas classes sociais. E Giddens (2002), aliado ao pensamento de Crane (2006), também acredita que em uma sociedade fragmentada as múltiplas possibilidades de estilo de vida permitem que o indivíduo faça escolhas de como irá vestir-se e comportar-se para as diferentes atividades cotidianas. Essas escolhas passam para o indivíduo a ideia de identidade própria, e auto identidade, quando na verdade, ele somente está se valendo das inúmeras possibilidades de ser e estar no mundo contemporâneo.

O auge do individualismo ocorre com os jovens dos anos 1960 presentes em movimentos políticos e culturais. A partir desse momento a moda passa a virar destaque como um meio de expressão para novas identidades e estilos de vida, que de acordo com Massarotto (2007), o termo “estilo de vida” é somente popularizado a partir do surgimento das culturas urbanas atuais.

Guimarães (2008) afirma que, com o crescimento da globalização as identidades passam a se desvincular das tradições e se tornam fluidas. Para Giddens (2002), esta nova expressão de identidades se constrói através dos “estilos de vida”, definidos aqui como: “um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só por que as práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de autoidentidade” (GIDDENS, 2002, p. 78).

Seguindo a narrativa de Massarotto (2007) podemos perceber uma dualidade ao tratar das identidades concebidas na contemporaneidade. As pessoas têm a necessidade de se sentirem incluídas em uma tribo e partilharem os mesmos interesses e ambientes sociais. Entretanto, em meio a essa coletividade se sentem obrigadas a destacar sua individualidade. Os sujeitos necessitam desta prática social para serem compreendidos precisam expressar sua identidade, tanto para si como para os outros.

Ao analisar o contexto histórico da expressão de identidade no vestuário, Turim (1985, apud Crane, 2006) afirma que, por determinado período, a vestimenta possuiu diversos significados originados de múltiplos conceitos, algo considerado vantajoso tanto para criadores, como consumidores, pois as peças poderiam ser manipuladas para expressar o significado desejado, tal processo é conhecido como “sobreposição semiótica”. Como exemplo temos filmes hollywoodianos de 1950, que passam a apresentar uma nova narrativa a identidade adolescente da época, os jovens são exibidos como rebeldes vestindo

camiseta, jeans e jaquetas de couro. A partir deste momento a jaqueta de couro, antes utilizada por heróis de guerra, passa a ter uma conotação negativa, Martin (1989, apud Crane, 2006) atribui esse significado a cor preta da peça que, “quando usada por homens no século XX, se converteu em símbolo de militância social e rebeldia contra normas sociais” (p. 268).

Jones (1987, apud Crane, 2006), em seu estudo sobre a vestimenta de músicos do rock, afirma que é necessário que as peças expressem uma identidade, principalmente no mundo da música pois, “Os fãs devem saber de imediato quem são os garotos maus e quem são os bons meninos” (p. 257). Para Jones (2006), um exemplo de “sobreposição semiótica” está em grandes artistas como Elvis Presley e os Beatles que flutuavam entre identidades rebeldes e heroicas. A partir da década de 1970, a identidade visual de músicos como David Bowie e Boy George passa a questionar o “vestuário padrão” e identidades de gênero.

Outra peça de vestuário que expressava fortemente a identidade de um grupo era o terno *zoot* (Figura 1), originário das décadas de 1930 e 1940. Martin (1989, apud Crane, 2006) afirma que a peça identificava imediatamente grupos que a usavam pois, o terno só era oferecido em bairros negros e hispânicos. A vestimenta representava a recusa destas culturas a serem subservientes a cultura branca. Percebe-se, então, que a moda é uma ferramenta importante para marcar as identidades dos sujeitos, e, de acordo com Crane (2006) não existe um corpo natural, ou uma moda natural. Ela acredita que na sociedade pós-moderna a prática de valorização do natural passa a ser substituída pelo desejo de estabelecer sua própria norma. Desta forma o movimento *Punk* apresenta uma identidade divergente da norma, segundo McLaren (1996) o movimento teve como objetivo apresentar uma identidade visual extremamente artificial, os piercings, tatuagens e cabelos em *neon* expressavam uma mensagem clara de repúdio a naturalidade. Os *punks*, para esta pesquisa, são apresentados como um movimento que se valeu da moda para construir uma identidade forte que deixa rastros desde sua gênese até os dias atuais.

**Figura 1** - Jovens usando o terno Zoot.



Fonte: Desconhecido. Disponível em:

<http://www.modadesubculturas.com.br/2017/12/subcultura-pachuco-rebeldia-feminismo-resiliencia-da-cultura-chicana-na-america.html>

## 2.2 DA PAZ E DO AMOR AO CAOS

Com o auge dos movimentos contraculturais nos anos de 1960, o movimento *Punk* surge na década de 1970 nos Estados Unidos e migra para a Inglaterra em meados de 1972. Para Ciquini (2010), o movimento abalou extremamente a estrutura social das regiões da América do Norte e da Inglaterra. De fato, em 1960 o movimento Hippie já se apresentava como contestador social. Entretanto, o aprofundamento dos hippies na filosofia da paz, amor e natureza em meio a uma sociedade que, segundo Ciquini (2010), operava como uma máquina de guerra, não se relacionava a identidade do movimento *Punk*.

Gallo (2010) enfatiza que, para a juventude *Punk* rebelde, o movimento Hippie era trajado de grande hipocrisia, pois diante do discurso progressista de liberdade e igualdade as comunidades hippies seguiam um estilo de vida onde a maioria dos líderes dessas comunidades eram homens que usufruíam de sua liberdade enquanto suas mulheres tinham a função de servi-los e aos demais membros da comunidade. Outro fator de discordância foram as formas de expressão entre os movimentos, enquanto o movimento Hippie apresentava interesse em religiões orientais, poesia, composições musicais extensas e melodias complexas, os *Punks* acreditavam que a forma de expressão deveria ser clara e impactante. Os Hippies acreditavam na ideia de que o Estado poderia ser transformado através do diálogo e compreensão, já o movimento Punk, muito instantâneo, via uma sociedade sem futuro onde o lema era “faça você mesmo, pois ninguém fará nada por você”.

O *Punk* seguiu uma vertente diferente de outros movimentos sociais já que recusaram a aderir à participação política onde, segundo Gallo (2010), afastaram-se igualmente de partidos de esquerda, dessa maneira assumindo total independência sobre

suas causas assim remetendo novamente ao lema “*Do It Yourself*”<sup>2</sup>. Contudo, o movimento Punk inglês parecia estar mais vinculado ao atual estado político social e econômico do que o movimento americano.

No movimento Punk, podemos observar a diferença entre os punks ingleses e os nova iorquinos. Em 1976, durante a turnê da banda Ramones (figura 2) pela Inglaterra, é possível notar um cenário diferente no movimento em Nova Iorque. Os jovens ingleses (figura 3) apresentavam uma identidade visual muito mais chocante e complexa que os minimalistas nova iorquinos. Ainda, as músicas inglesas apresentavam composições muito mais focadas no repúdio político do que as bandas de Nova Iorque (McNeil, 1996).

**.Figura 2 - Banda Ramones.**



Fonte: Sócio Nest. Disponível em:

[https://www.scoopnest.com/es/user/ElFinanciero\\_Mx/1071615420761698305-the-ramones-fue-el-ceril-lo-que-encendi-el-punk-y-uno-de-sus-integrantes-dar-un-concierto-el-prximo-j](https://www.scoopnest.com/es/user/ElFinanciero_Mx/1071615420761698305-the-ramones-fue-el-ceril-lo-que-encendi-el-punk-y-uno-de-sus-integrantes-dar-un-concierto-el-prximo-j)

**Figura 3 - Jovens Punks Ingleses.**

---

<sup>2</sup> Tradução da autora: “Faça você mesmo. ”





Fonte: Nils Jorgensen e Rex Features. Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/shortcuts/2016/mar/20/joe-corre-burning-sex-pistols-collection-memorabilia-punk-anniversary>

Gallo (2010) afirma que, os principais membros do movimento *Punk* eram jovens de periferias nova iorquinas e londrinas que, quando se encontraram no cenário político da época, tiveram suas perspectivas de vida frustradas. Estes jovens formavam ou apoiavam bandas que repudiavam o rock “pomposo” e progressivo de bandas como *Yes* e *Genesis*. A música teve um papel fundamental na construção do movimento *Punk*. Segundo Clark (2003), para a juventude da época tudo fluía do *rock’n’roll*, ou era organizado ou era validado por ele, desde a moda, gírias, abuso de substâncias, hábitos sexuais etc.

Uma das bandas ícones do movimento, os Ramones, foi autêntica representante do *punk* rock norte-americano. A banda deixava claro que não tinha interesse em questões sociais, mas sim em divertir a juventude através de suas músicas rápidas, letras minimalistas e acordes repetitivos. Dessa maneira, o *punk* deveria ser uma oposição a qualquer tipo de complexidade musical (CINQUINI, 2010).

Segundo Ciquini (2010), o auge do Punk britânico ocorreu com a entrevista realizada com a banda *Sex Pistols* onde a primeira obscenidade foi pronunciada na televisão britânica. Os jovens apresentaram a essência ultrajante do movimento para a sociedade britânica ao insultar o entrevistador Bill Grundy. Após a entrevista os jornais estampavam capas com a pergunta “Quem são esses punks?” (Figura 4).

**Figura 4** - Jornal Daily Mirror



Fonte: The Future is past, 2016. Disponível em:  
<https://thefutureispast.co.uk/2016/12/04/you-dirty-sod/>

Na Inglaterra os *punks* passaram a ser considerados inimigos dos “bons costumes” e da família. Clark (2003) afirma que o *Punk* prometeu construir um cenário onde a raiva, desejos e feiura não pudessem ser tolerados pelo capitalismo e sociedade burguesa. Grupos influentes como *Sex Pistols* deixaram claras as intenções do movimento quando se declararam inimigos de tudo que a Inglaterra apoiava: senso comum, bom gosto, patriotismo e hierarquia de classes: “*We’re into chaos, not into music*”<sup>3</sup> (BOLLON, 1992, p.135, apud Ciquini, 2010).

Para Ciquini (2010) o papel das mídias foi fundamental para estabelecer a identidade do movimento *Punk*, pois ao aparecerem em programas televisivos ou em capas de jornais solidificaram a estética de rebeldia e caos. Entretanto, Bianchin (2018) afirma que a crença dos membros do movimento era de que não se precisava do apoio de grandes corporações, a partir disso começaram a surgir gravadoras independentes e fanzines (Figura 5) logo a política do “Faça você mesmo” se expandiu para a confecção de pôsteres, flyers e roupas.

**Figura 5** - Fanzine “*Sniffin’Glue*”

<sup>3</sup> Tradução da autora: “Nós temos interesse no caos e não na música.”



Fonte: Mark Perry, 1976. Disponível em: <https://louderthanwar.com/top-10-best-fanzines/>

### 2.3 ESTÉTICA DE CAOS

Crane (2006), afirma que no início da década de 1950 filmes Hollywoodianos passaram a exibir uma nova concepção de identidade adolescente. Os atores que se apresentavam como jovens rebeldes de calça jeans, camiseta e jaqueta de couro fizeram com que milhares de espectadores passassem a adquirir a identidade considerada “Bad Boy<sup>4</sup>”. Desta maneira o clássico *look* (Figura 6) passa a apresentar uma conotação negativa, principalmente a jaqueta de couro que, segundo Martin (1989 apud Crane, 2006), possui tal simbolismo devido a sua cor preta.

**Figura 6** - James Dean usando jaqueta de couro e jeans.



Fonte: Spiral Woman. Disponível em: <https://spiralwoman.com/2016/07/17/the-bad-boys-its-easy-to-love-are-not-that-bad/>

<sup>4</sup> Tradução da autora: “Garotos maus.”

O movimento *Punk* teve uma das estéticas mais fortes e marcantes. Trazia em foco uma sociedade sem esperança, logo, temos a ausência de cores em peças pretas e destruídas, que remetiam à decadência e desleixo das roupas. McNeil e McCain (1996) afirmam que a cultura dos anos 1970 era baseada em imagens e símbolos agradáveis, como exemplo pode-se citar a popularidade do emblema de carinhas “Smiley<sup>5</sup>”, entretanto viam-se bandas *punks*, como o Ramones, estampando suásticas nazistas em suas roupas para transmitir uma mensagem de perversidade.

Além da estética bruta e agressiva o *Punk* trouxe uma nova visão na interpretação de sua identidade. O movimento destrói a ideia de que a moda representa literalmente o que era expressado pois as vestimentas passam a ser usadas de maneira irônica. McNeil e McCain (1997) relatam que em movimentos contraculturais como o Hippie, as comunidades adotam uma identidade fixa, os símbolos e características como cabelos compridos, barba, estampas *Tie Dye* afirmavam uma identidade, tais símbolos expressavam de maneira clara o posicionamento do indivíduo no grupo. Entretanto o movimento *Punk* utilizava elementos que serviam puramente para causar revolta (Figura 7). A utilização de imagens como suásticas e desenhos obscenos não significavam que os indivíduos partilhassem da ideologia nazista, mas como esta era uma imagem que causava tanta repugnância, ela era inserida em acessórios e peças de roupa.

**Figura 7** - Debbie Juvenile, Billy Idol, & Siouxsie Sioux,



Fonte: Pinterest, 1975. Disponível: <https://br.pinterest.com/pin/276760339572766525/?lp=true>

Outro acontecimento que serviu para propagação da identidade foi a criação da loja “SEX” idealizada por Malcom McLaren e Vivienne Westwood. A loja fundada em 1972 vendia peças fetiche e *t-shirts* com mensagens obscenas. Bortholuzzi (2012) aponta que o

<sup>5</sup> Tradução da autora: “Sorriso.”

visual punk vendido pela dupla foi destacado no momento em que conceberam a banda *Sex Pistols* (Figura 8), Westwood era responsável pela criação do visual agressivo, considerado um conceito inovador para a época. McLaren afirmava que o objetivo da loja não era vender objetos e sim uma atitude (BORTHOLUZZI, 2012).

**Figura 8** - Banda Sex Pistols



Fonte: Se heart It. Disponível em: <https://weheartit.com/entry/79115522>

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 SEMIÓTICA DISCURSIVA**

O presente trabalho utiliza os métodos de análise de semiótica discursiva com o intuito de observar elementos do movimento *punk* em editoriais de moda atuais. Barthes (2006) afirma que em uma análise é necessário decifrar os signos escondidos na naturalidade de uma composição visual, assim encontrando significações além das já concebidas pelo autor. A metodologia da semiótica discursiva permite uma análise que revele de maneira mais eficaz as mensagens visuais apresentadas. A metodologia de Barthes (2006) consiste em identificar quais signos contém a imagem e o que eles podem representar dentro de um contexto cultural, social e político.

Barthes (2006) afirma que a imagem é composta de diferentes signos, sendo eles plásticos, icônicos e linguísticos. Os signos plásticos são os elementos abstratos da imagem com as cores, as formas, a composição e as texturas. Dentro da mensagem plástica podemos definir elementos como composição, enquadramento, iluminação entre outros. Os signos icônicos são os motivos reconhecíveis da composição visual, este engloba elementos que identificamos como reais, e que tem relação de similaridade com o objeto. Os signos linguísticos podem não estar presentes em uma imagem, entretanto, quando se encontram

apresentam o objetivo de ancorar o sentido da imagem através de uma legenda ou o de substituição, onde a imagem precisa do texto para ser entendida (Joly 1996).

Ainda de acordo com Joly (1996), a compreensão de uma imagem é construída pela relação de diferentes tipos de ferramentas e de diferentes tipos de signos plásticos, icônicos e linguísticos. É fundamental que, para a interpretação desses signos, sejam levados em consideração fatores culturais e sociais do analista. No que se refere à análise discursiva de uma imagem, é importante destacar que a visão do analista, juntamente com sua carga cultural, é de grande relevância para análise. Bem como as intenções do autor da imagem não são ponto principal, pois, na análise discursiva, pretende-se ir além das intenções do autor.

Para tanto, Joly (1996) orienta que se faça uma tabela, na qual os signos mais relevantes para o estudo serão listados, e a partir disso, o analista poderá identificar os significados em primeiro nível e as conotações em segundo nível. Os significados em primeiro nível são relacionados ao que facilmente enxergamos, já as conotações de segundo nível é a interpretação do signo a partir da cultura, e dos discursos que se quer relacionar. Para essa pesquisa utilizou-se o quadro sugerido por Joly (1996) como ferramenta de transição entre as significações e o texto presente na análise. Deste modo, não se faz necessário a tabela no corpo da pesquisa, uma vez que os textos demonstram os sentidos denotados e conotados pelo analista.

### 3.2 O CAOS CONTEMPORÂNEO

A figura 9 apresenta a imagem selecionada para a análise do presente artigo trata-se de um editorial realizado pelo fotógrafo Steven Klein para a revista Vogue Itália em março de 2010. Dessa maneira busca-se o discurso implícito proposto por este editorial e destaca-se a presença de elementos do movimento *Punk* na composição visual. Para selecionar a imagem, foi realizada uma busca pelos fotógrafos de moda mais conhecidos, a partir deste estudo foi selecionada uma figura que não apresentasse elementos explícitos do movimento *Punk*.

**Figura 9** - Editorial para Vogue Itália



Fonte: Steven Klein, 2010. Disponível em:  
[https://www.vogue.it/en/magazine/cover-story/2010/03/rie-by-steven-klein?refresh\\_ce=#ad-image5188](https://www.vogue.it/en/magazine/cover-story/2010/03/rie-by-steven-klein?refresh_ce=#ad-image5188)

Antes de analisar a imagem, é importante contextualizá-la com base em seu suporte. De acordo com Dias (2016) a revista Vogue pode ser considerada a revista de moda mais importante do mundo ocidental. Ela surgiu ainda no século XIX com o objetivo de ser um informativo de moda, destinado a mulheres da aristocracia nova iorquinas. Já a Vogue Itália surgiu em 1922, a partir do novo conceito da revista que era informar sobre moda, cultura e atualidades. Atualmente, ainda de acordo com Dias, a revista Vogue está presente em vinte e seis países, entre eles o Brasil, e além de informar sobre moda, ela influencia os profissionais da área com tendências, estéticas e originalidade.

### 3.2.1 Signos Plásticos

A imagem apresenta um fundo fora de quadro, sendo uma paisagem concreta que se estende para fora do plano. É utilizado um enquadramento médio, mas que denota proximidade do leitor com a cena, dessa maneira o foco inicial está nos modelos e, após, no fundo contrastante. Ainda, a imagem foi capturada em um ângulo frontal com a câmera levemente baixa, onde a composição guia a visão do receptor em um padrão oblíquo descendente para a esquerda. As cores da imagem são bastante contrastantes, o fundo escuro necessita de algum tempo para ser reconhecido. As cores claras dos modelos fazem com que o foco e atenção principal do leitor seja neles, e não na composição como um todo. Ao se analisar as formas, notamos a presença de composições orgânicas e suaves ao centro, nos modelos. Neles a imagem apresenta texturas leves e com aspecto macio. Já ao fundo as formas são rígidas e chapadas, com pouca perspectiva, o que o apaga ainda mais.

### 3.2.2 Signos Icônicos

Podemos identificar na imagem: uma mulher, vestindo uma roupa verde que parece ser um vestido, bota e luvas metálicas pratas; um homem, que veste um macacão verde, segurando a modelo; uma parede revestida do que parece ser pequenos azulejos; mais ao fundo há algum objeto cuja identificação é duvidosa.

A partir deste momento passamos a notar claras diferenças entre a modelo feminina e o modelo masculino. A forma como a modelo feminina se lança no sentido contrário da parede, atrai um ar de delicadeza a interpretação imagem, de modo que a modelo fosse uma bailarina caindo com o corpo de maneira graciosa nos braços do modelo masculino, entretanto ao analisarmos a expressão da modelo, notamos o olhar vazio que sugere desespero e aprisionamento. O homem, por sua vez, apresenta firmeza em sua pose trazendo formas rígidas a composição, entretanto ao olhar para a modelo ele apresenta uma expressão facial suave e de desejo. A dinâmica de encontro e formação entre os dois modelos apresentam um cenário de superproteção ou obsessão.

O *styling* dos modelos segue a dinâmica de contraste. A modelo utiliza uma roupa, que parece um vestido, em tom verde pastel com uma modelagem volumosa na parte superior, a saia do vestido, apresenta um aspecto de tecido leve e frágil, a modelagem armada remete novamente a uma bailarina, entretanto a modelo utiliza um sapato prateado, com fivelas e com um salto excessivamente alto quebrando a fragilidade da personagem trazendo assim, uma nova perspectiva de poder e sensualidade. O modelo masculino utiliza um macacão com zíperes aparentes, a peça estruturada apresenta tendências do militarismo denotando autoritarismo ao personagem masculino. Os dois exibem seus cabelos divididos ao meio e presos. Todavia, a modelo feminina apresenta uma versão em cores contrastantes, aqui representadas pelo amarelo e vermelho, remetendo às cores da bandeira alemã bordada na manga do macacão masculino. Ainda, ela apresenta uma maquiagem com a pele embranquecida, sobrancelhas e olhos fortemente marcados em preto e lábios em um tom de vermelho intenso. O modelo masculino exibe os cabelos negros naturais e uma maquiagem neutra com efeito brilhoso, remetendo ao suor, dessa forma sugerindo nervosismo ou excitação.

A iluminação frontal apresenta uma qualidade de saturação aos modelos o que cria um contraste com o fundo mais sombrio e neutro. Ao desviar a visão dos modelos pode-se notar o fundo sendo constituído por uma paisagem industrial sendo confirmada pela presença da cadeira mecânica e interruptores industriais nas paredes. A paisagem escura sendo iluminada por uma luz artificial amarelada e a ausência de portas no quadro remete ao leitor um indício de aprisionamento.



### 3.2.3 Os rastros do movimento

Ao analisarmos a fotografia do editorial de Steven Klein, podemos apontar elementos presente no caráter identitário dos punks dos anos 1970 se repetindo em editoriais atuais como este. Tais elementos estão presentes tanto nos signos plásticos como nos icônicos.

A dureza do fundo relacionado com o contraste de cores da modelo, é bastante característico do movimento *punk*. Na medida em que a estética *punk* choca o espectador com signos de repúdio (MCNEIL e MCCAIN, 1996), a imagem da Vogue choca o leitor com essa dualidade de cores e formas, gerando dúvidas sobre o significado e sobre o reconhecimento dos signos icônicos.

A utilização de um penteado com cabelos em cores vibrantes e a maquiagem com elementos majoritariamente pretos são, segundo Crane (2006), signos característicos do movimento *Punk* inglês. Um dos itens fundamentais nesta análise que confirma a presença do movimento *Punk* no editorial é o contexto sócio cultural presente na cena. A ideia de aprisionamento e submissão de uma personagem com características *punk* a um indivíduo que, na imagem, representa superioridade e normatividade social faz com que o receptor remeta essa cena as origens do movimento *Punk* e seus motivos. Logo este editorial afirma que é possível notar a presença de características de membros da comunidade *punk* em arranjos fotográficos distantes do movimento em si.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivos compreender a identidade do movimento *Punk* dos anos 1970, e realizar uma análise com base na semiótica discursiva, a fim de apontar elementos do movimento *Punk* em editoriais atuais de moda. Inicialmente foi relatado como o corpo está relacionado à construção identitária de um indivíduo e como a moda é utilizada como ferramenta para isso. Ainda foi concluído que, as múltiplas possibilidades de estilos de vida na contemporaneidade, faz com que as identidades de alterem, e estas mudanças são possíveis também através da moda. A utilização do vestuário, atrelado ao processo de globalização permitiu que as identidades pudessem ser expressadas, também, através de vestimentas e acessórios.

Com a análise dos elementos do movimento *punk* constatou-se a forte relação entre moda e identidade. A construção do movimento *punk* principalmente através de sua estética, deixa claro como a moda trabalha para diferenciar os sujeitos e, mesmo não sendo o objetivo do movimento, a moda trabalhou para popularizar uma estética de contracultura, tornando essa estética, também parte da cultura.

O artigo utilizou a metodologia de Joly (1996), com considerações de Barthes (2006) para que assim fosse possível realizar uma análise de semiótica discursiva em um editorial para Vogue Itália, 2010. A partir desta análise foi possível determinar a presença de elementos característicos, não só de identidade visual do movimento *Punk*, mas também características socioculturais que estão fortemente atreladas ao movimento. A moda teve um papel fundamental na criação de identidade de tribos como a *Punk*. Com uma estética que foi bastante divulgada à sua época, e ideias que foram sendo difundidas por gerações, é possível verificar que há elementos da cultura *punk* em editoriais de moda que não são focados nessa temática.

## REFERÊNCIAS

- BARTHES, R. **Elementos da Semiologia**. 16ª Edição. Editora Cultrix: São Paulo. 2006.
- BIANCHIN, V. O que foi o movimento punk? A resposta em atitude e som aos hippies e a pompa do rock progressivo. **Revista Super Interessante**. Editora Abril: São Paulo. 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-o-movimento-punk/>> Acesso em: 29 de ago. 2019
- BORTHOLUZZI, J. **A relação entre a moda, o movimento punk e sua rainha, Vivienne Westwood**. Anais do 8. Colóquio de Moda, 2012. Disponível em: <[encurtador.com.br/eylK2](http://encurtador.com.br/eylK2)> Acesso em: 15 de ago. 2019
- CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CASTILHO, K.; MESQUITA, C. (Orgs.). **Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.
- CIQUINI, F. H. **Suave rebeldia: como a visualidade na moda contemporânea se apropria da estética do movimento punk**. 2010. Tese de Doutorado. Dissertação do Mestrado em Comunicação). Universidade Estadual de Londrina. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.uel.br/document/?code=vtls000158111>> Acesso em: 03 de set. 2019.
- CLARK, D. The death and life of punk, the last subculture. **The post-subcultures reader**, 2003. Disponível em: <<http://individual.utoronto.ca/roques/PunkLastSubculture.pdf>> Acesso em: 03 de set. 2019.
- CRANE, D. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. Editorial Senac Sao Paulo, 2006.
- DIAS, K. Vogue. **O mundo das Marcas**. 2016. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/09/vogue-bblia-da-moda-fashion.html>> Acesso em: 09 de nov. de 2019.

- GALLO, I. Por uma historiografia do punk. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, v. 41, 2010. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/6542>> Acesso em: 03 de set. 2019.
- GARDIN, C. O corpo Mídia: Modos e Moda. In.: CASTILHO, K.; OLIVEIRA, A. C. (Orgs.). **Corpo e Moda por uma compreensão do contemporâneo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2002.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GUIMARÃES, M. E. A. **Moda, cultura e identidades**. Trabalho apresentado no Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (Enecult), Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14326.pdf>> Acesso em: 16 de ago. 2019
- JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 1996.
- KATZ, H. Por uma teoria crítica do corpo. In.: CASTILHO, K.; OLIVEIRA, A. C. (Orgs.). **Corpo e Moda por uma compreensão do contemporâneo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- KATZ, H. Para ser contemporâneo na biopolítica: corpo, moda, trevas e luz. In: CASTILHO, Kathia; MESQUITA, Cristiane (Orgs.). **Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.
- MASSAROTTO, L. P. **Consumo e comunicação de moda: a construção dos estilos de vida na cultura contemporânea**. Anais, Colóquio Moda, 2007. Disponível em: <[encurtador.com.br/eCRS4](http://encurtador.com.br/eCRS4)> Acesso em: 15 de ago. 2019.
- MCNEIL, L. MCCAIN, G. **Mate-me por favor (Please Killme): uma história sem censura do Punk**. L & PM, 1997.
- SVENDSEN, L. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010.