

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA

GRACE CAMPOS COSTA

FAÇA VOCÊ MESMO:
PUNK E MODA PELOS FIOS DA MEMÓRIA DE VIVIENNE WESTWOOD (1971-
1985)

Uberlândia
2022

GRACE CAMPOS COSTA

FAÇA VOCÊ MESMO:

PUNK E MODA PELOS FIOS DA MEMÓRIA DE VIVIENNE WESTWOOD (1971-1985)

Tese apresentado Programa de Pós-Graduação
em História da Universidade Federal de
Uberlândia como requisito parcial para
obtenção do título de Dotor em História.

Linha de Pesquisa: Linguagens, Estética e
Hermenêutica.

Orientador: Prof. Dr. Alcides Freire Ramos

Uberlândia

2022

Ficha Catalográfica Online do Sistema de Bibliotecas da UFU
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

C837 Costa, Grace Campos, 1990-
2022 Faça Você Mesmo: Punk e moda pelos fios da memória de
Vivienne Westwood (1971-1985) [recurso eletrônico] /
Grace Campos Costa. - 2022.

Orientador: Alcides Freire Ramos .
Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Uberlândia,
Pós-graduação em História.
Modo de acesso: Internet.
Disponível em: <http://doi.org/10.14393/ufu.te.2022.167>
Inclui bibliografia.

1. História. I. , Alcides Freire Ramos, 1964-,
(Orient.). II. Universidade Federal de Uberlândia. Pós-
graduação em História. III. Título.

CDU: 930

Bibliotecários responsáveis pela estrutura de acordo com o AACR2:

Gizele Cristine Nunes do Couto - CRB6/2091

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**

Coordenação do Programa de Pós-Graduação em História

Av. João Naves de Ávila, 2121, Bloco 1H, Sala 1H50 - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902

Telefone: (34) 3239-4395 - www.ppghis.inhis.ufu.br - ppghis@inhis.ufu.br

**ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em:	História				
Defesa de:	Tese Doutorado, Ata 7, PPGHI				
Data:	Quatorze de abril de dois mil e vinte e dois	Hora de início:	14:00	Hora de encerramento:	18:32
Matrícula do Discente:	11713HIS009				
Nome do Discente:	Grace Campos Costa				
Título do Trabalho:	Faça Você Mesmo: Punk e moda pelos fios da memória de Vivienne Westwood (1971-1985)				
Área de concentração:	História Social				
Linha de pesquisa:	Linguagens, Estética e Hermenêutica				
Projeto de Pesquisa de vinculação:	Filmes históricos brasileiros da década de 1990 - um olhar atento para o processo de globalização				

Reuniu-se de forma remota através da plataforma de webconferências Mconf RNP, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em História, assim composta: Professores Doutores: André Luís Bertelli Duarte (ESEBA); Rosangela Patriota Ramos (UPM); Thaís Leão Vieira (UFMT); Robson Pereira da Silva (UPM) e Alcides Freire Ramos orientador da candidata.

Iniciando os trabalhos o presidente da mesa, Dr. Alcides Freire Ramos, apresentou a Comissão Examinadora e a candidata, agradeceu a presença do público, e concedeu a Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação da Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir o senhor(a) presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos(às) examinadores(as), que passaram a arguir o(a) candidato(a). Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o(a) candidato(a):

Aprovada.

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de **Doutora**.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que após lida e achada conforme foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Alcides Freire Ramos, Professor(a) do Magistério Superior**, em 14/04/2022, às 18:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Andre Luis Bertelli Duarte, Professor(a) do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico**, em 14/04/2022, às 18:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Rosangela Patriota Ramos, Usuário Externo**, em 14/04/2022, às 18:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **THAIS LEAO VIEIRA, Usuário Externo**, em 14/04/2022, às 18:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **ROBSON PEREIRA DA SILVA, Usuário Externo**, em 14/04/2022, às 18:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3444055** e o código CRC **D068F1AD**.

GRACE CAMPOS COSTA

FAÇA VOCÊ MESMO:

PUNK E MODA PELOS FIOS DA MEMÓRIA DE VIVIENNE WESTWOOD (1971-1985)

Tese apresentado Programa de Pós-Graduação
em História da Universidade Federal de
Uberlândia como requisito parcial para
obtenção do título de Dotor em História.

Linha de Pesquisa: Linguagens, Estética e
Hermenêutica.

Uberlândia, 14 de abril de 2022

Banca Examinadora:

Alcides Freire Ramos, Dr. (UFU) - Orientador

Rosangela Patriota Ramos, Dra. (UPM)

Thaís Leão Vieira, Dra. (UFMT)

Robson Pereira da Silva, Dr. (UPM)

André Luís Bertelli Duarte, Dr. (UFU)

AGRADECIMENTOS

Não foi fácil concluir esse trabalho. Seja pelas questões políticas com o sucateamento das universidades públicas, seja por ter escrito esse trabalho durante uma pandemia, seja pelo esgotamento físico e mental ou até mesmo pela solidão da escrita.

Assim, não poderia chegar até aqui sozinha. Algumas pessoas foram fundamentais nesse processo.

A primeira é minha amiga, irmã e companheira de viagens, drinks e restaurantes Lays. Atravessamos juntas todas as jornadas acadêmicas, desde a graduação, passando pelo mestrado, e agora o doutorado. Sempre me estimulou a continuar, mesmo nas horas de maior desespero. Muito obrigada por tudo!

Agradeço ao Robson, pessoa de extrema inteligência e sensibilidade, fundamental por ser um ávido interlocutor da minha pesquisa, ao me escutar e me aconselhar. Agradeço também por me dar suporte emocional e não me deixar desistir desse processo, nos momentos em que eu não tinha muita confiança em terminar um trabalho dessa envergadura.

À Thaís Leão, pelo exemplo não só de conduta acadêmica, mas por ser uma representação de força feminina, de dedicação profissional, de beleza e inteligência.

Para além de títulos acadêmicos, a amizade é o sentimento que permanece e eu fico muito feliz de ter construído laços tão fortes com pessoas iluminadas como vocês. Viva as Caipirinhas de Beverly Hills!

Aos maiores amores da minha vida: minha mãe Ligia, minha irmã Cynthia e a minha gatinha Chloe. Vocês estiveram ao meu lado nos momentos de maior nervosismo durante a escrita. E tiveram muita paciência comigo durante esse processo. Sei que foi árduo esse período para vocês também.

Ao meu pai João, que apesar das nossas divergências familiares, sempre incentivou os meus estudos e me ajudou financeiramente para me dedicar a pós-graduação.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Alcides Freire Ramos, por acreditar na viabilidade dos meus trabalhos desde a graduação, e a estimular a pesquisa sobre História e Moda.

À Prof. Dr^a Rosangela Patriota Ramos, a que tenho o mais profundo respeito, pela ética profissional e pelo repertório acadêmico. Muito obrigada por compartilhar todas as oportunidades de aprendizagem ao longo desses doze anos! E agradeço as generosas contribuições feitas durante o Exame de Qualificação, sempre brilhante em suas observações.

Ao Prof. Dr André Bertelli, por também participar do meu Exame de Qualificação, e por dar continuidade como membro da banca da minha Defesa de Doutorado. Agradeço a generosa leitura e considerações acerca do meu trabalho.

Novamente, agradeço ao Prof. Dr. Robson Pereira da Silva e a Prof. Dr^a Thais Leão por aceitar o meu convite para integrar a banca dessa defesa. Eu me sinto honrada por vocês lerem o meu trabalho e pelas posteriores contribuições que levarei ao longo da minha trajetória acadêmica.

Aos colegas de núcleo Leilane Aparecida e Rodrigo Costa com que eu tive a honra de escrever resenhas, participar de grupos de trabalhos e fazer parte de bancas examinadoras. Muito obrigado por confiarem em mim!

Aos colegas mais “antigos” do Nehac: Luciana Biffi, Rodrigo Francisco, Gabriel Marques e Talitta de Freitas. Desejo todo o sucesso para vocês.

Aos meus amigos Cinthia, Maria Fernanda, Mariana e Bruno. Às vezes tudo o que precisamos é tomar uns bons drinks e rir das mazelas da vida!

À Catherina, responsável pela revisão e formatação desse trabalho.

E a Prof. Dr^o Maria Cláudia Bonadio e ao Prof. Ms. Brunno Almeida, que mesmo de forma remota, contribuíram para o profícuo diálogo entre História, Filosofia e Moda.

Por fim, coloco aqui, que a Tese de Doutorado nunca acaba. Mesmo lutando contra os prazos de entrega, sempre será objeto de novas discussões, de novas publicações, e de outras extensões de pesquisa.

Finalizo esses agradecimentos com as palavras da escritora Marguerite Duras: “Escrever. Não posso. Ninguém pode. É preciso dizer: não podemos. E escrevemos. É o desconhecido que carregamos dentro de nós: escrever, é isso que se alcança. É isso ou nada.”

“E os ciclos da travessia de deserto/oásis, de dispersão e de recomeço constituíram na minha própria caminhada”.

(Edgar Morin)

RESUMO

A presente pesquisa tem por objetivo compreender a estética punk sob a perspectiva de Vivienne Westwood e perceber como ela dialoga com a moda de rua e juvenil e a coloca nas passarelas. Para isso, analisaremos não só a trajetória de Westwood, como a do seu ex-parceiro, Malcolm McLaren, a partir das suas referências artísticas. Por fim, veremos qual a importância da MTV para a propagação da moda e como o canal teve importância para a carreira da estilista.

Palavras-chave: Vivienne Westwood. Moda. Punk. Malcolm McLaren. MTV.

ABSTRACT

The research aims to understand the punk aesthetic from the perspective of Vivien Westwood and understand how it dialogues with street and youth fashion and puts it on the catwalks. For this, we analyze not only Westwood's trajectory, but also that of his ex-partner, Malcolm McLaren, based on their artistic references. Finally, we will see the importance of MTV for the discovery of fashion and how the channel was important for the stylist's career.

Keywords: Vivienne Westwood. Fashion. Punk. Malcolm McLaren. MTV.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - New Look da Dior (1947).....	28
Figura 2 - Jean Shrimpton fotografada por David Bailey. Vogue Magazine, junho de 1962	29
Figura 3 - União de arte com a moda no vestido Mondrian, de Yves Saint Laurent, em 1965.....	31
Figura 4 - Jovens passeando pela Carnaby Street, em Londres, na década de 1960	33
Figura 5 - Teddy girls em 1995	40
Figura 6 - Uma das primeiras camisetas feitas por Vivienne Westwood durante a fase Let It Rock: homenagem ao músico norte-americano de rockabilly Gene Vincent e incorporação de correntes nas laterais	42
Figura 7 - Adicionar um título	45
Figura 8 - Marlon Brando interpretando Stantey Kowalski, em Uma rua chamada pecado (1951)	49
Figura 9 - James Dean	49
Figura 10 - Jean Seberg e Jean-Paul Belmondo em Acochado(1961), de Jean-Luc Godard.....	51
Figura 11 - O cantor Joe Coker na apresentação em Woodstock, 1969	53
Figura 12 - A edição n. 6 da Sniffin' Glue, de 1977	56
Figura 13 - Richard Hell foi uma inspiração para Malcolm McLaren e Vivienne Westwood criarem a moda punk	59
Figura 14 - T-shirt customizada com ossode galinha, correntes e alfinetes	61
Figura 15 - A fachada da loja SEX (1974): ênfase nos balões infláveis e no cinto de couro bdsm	62
Figura 16 - As três primeiras fases da loja de Vivienne Westwoo e Malcolm McLaren, entre (1971 – 1974).....	63
Figura 17 - Uma das peças mais polêmicas feita por Vivienne Westwood: “Two Cowboys” (1974 – 1975). Ilustração feita por Jim French.....	65
Figura 18 - Leather Duo, 1963, desenhado por Tom Finland	66
Figura 19 - Village People e The Rocky Horror Picture Show: representações dos esterótipos gays na música e do fetichismo no cinema, nos anos de 1970	68
Figura 20 - T-shirt Fuck Your Mother	69
Figura 21 - T-shirte da Branca de Neve e os sete punks	69
Figura 22 - Quadro de estampas das T-shirts de Vivienne Westwood.....	70
Figura 23 - Frente da camiseta: crítica feita ao filme Jubille, de Dereck James, 1978	75

Figura 24 - Muro em Paris com o slogan “Sejamos realistas, exijamos o impossível”, em 1968. À esquerda, Vivienne Westwood vestindo uma camisa com a mesma frase em inglês.....	89
Figura 25 - À direita: pintura do artista surrealista René Magritte, Filosofia no Boudoir (1948). À esquerda: “Tits” T-shirt, de Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, 1975..	91
Figura 26 - Vivienne Westwood trajando a t-shirt ‘Destroy’ (1977) ..	92
Figura 27 - Isto não é um cachimbo. Obra de Rene Magritte ..	94
Figura 28 - A banda New York Dolls, na época empresariada por Malcolm McLaren: uso de látex, salto alto e camisetas rasgadas e com alfinetes.....	98
Figura 29 - O visual dos Sex Pistols.....	99
Figura 30 - The Bromley Contigent	100
Figura 31 - Coleção Piratas, de 1981	117
Figura 32 - Adam & The Ants na gravação do videoclipe Stand & Deliver, em 1981	119
Figura 33 - Vivienne Westwood e Annabella Lwin (vocalista do Bow Wow Wow) em 1981	120
Figura 34 - Madonna no videoclipe Like a Virgin (1984)	121
Figura 35 - Vestidos com influência punk feitos por Zandra Rhodes	123
Figura 36 - Logomarca de Vivienne Westwood, criado nos anos 80.....	126
Figura 37 - Modelos em frente a nova fachada da loja Word’s End, na 430 King’s Road. A loja ainda permanece no mesmo endereço e com a mesma fachada	127
Figura 38 - Coleção Mini-Crini (1985)	129

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	DA MARGEM AO CENTRO: O PROTAGONISMO JUVENIL NA INDÚSTRIA DA MODA.....	20
2.1	A MODA ESTÁ NAS RUAS : AS MANIFESTAÇÕES JUVENIS NO CENÁRIO URBANO	21
2.2	KILL ALL HIPPIES: BREVE ANÁLISE DOS MOVIMENTOS CONTRACULTURAIS PRÉ-PUNK.....	34
3	A REVOLTA E A IRREVERÊNCIA PUNK ATRAVÉS DO <i>DO IT YOURSELF</i>: JUVENTUDE, DESOBEDIÊNCIA E FETICHE NAS CAMISETAS DE VIVIENNE WESTWOOD E MALCOLM MCLAREN	44
3.1	DA CAMISETA BRANCA À IMAGENS AMBULANTES: UM BREVE PANORAMA DA CAMISETA ENTRE AS DÉCADAS DE 1950 A 1960	47
3.2	<i>DO IT YOURSELF</i> : UMA PREMISA DO MOVIMENTO PUNK.....	53
3.3	COSTURANDO A REBELDIA: AS CAMISETAS DE VIVIENNE WESTWOOD	58
4	O VENCEDOR E O VENCIDO: DISPUTAS DE MEMÓRIA DA ESTÉTICA PUNK ENTRE VIVIENNE WESTWOOD E MALCOLM MCLAREN.....	77
4.1	VIVIENNE WESTWOOD E MALCOLM MCLAREN - NARRATIVAS BIOGRÁFICAS QUE ESTÃO INTERLIGADAS.....	81
4.2	AS DISPUTAS DE MEMÓRIA ENTRE VIVIENNE WESTWOOD E MALCOLM MCLAREN ACERCA DA ESTÉTICA PUNK.....	Erro! Indicador não definido.
5	MODA E MÚSICA OU MÚSICA E MODA? A CONSAGRAÇÃO DE VIVIENNE WESTWOOD NA DÉCADA DE 1980	111
5.1	VIDEO KILLED THE RADIO STAR: O SURGIMENTO DA MTV COMO VITRINE DE MODA.....	112
5.2	ENTRE A ANARQUIA E A HIERARQUIA: A CONSAGRAÇÃO DE VIVIENNE WESTWOOD E AS SUAS INFLUÊNCIAS NA MODA.....	123
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	131
	REFERÊNCIAS	132

1 INTRODUÇÃO

No ano de 2008, o filme *Sex and the City* foi lançado nos cinemas. Fruto de uma série de sucesso de mesmo nome, apresentava a protagonista Carrie Bradshaw (interpretada pela atriz Jessica Parker) com um vestido de noiva assinado pela estilista inglesa Vivienne Westwood.

A personagem tinha por característica ser extremamente ligada ao mundo da moda, ostentando um vasto guarda-roupa com peças de grife, além de fazer muitas referências aos seus sapatos de salto da marca Manolo Blahnik.

Vivienne Westwood, além de ser conhecida como uma estilista de Alta Costura¹, também é conhecida por difundir a estética punk². Para além de vislumbrar como Vivienne transitou entre a moda de rua até adentrar aos grandes nomes da moda, deve-se perguntar por qual meio ela consegue fazer essa transição.

São essas questões acima que iniciaram a presente pesquisa, mas que ao longo do desenvolvimento apareceram outras mais específicas, uma vez que não parece tão fácil de respondê-las.

Em uma reportagem publicada pela *Revista West One*, no ano de 1973, ofereceu um guia sobre jovens inglesas conhecidas por serem descoladas entre o público juvenil, sendo denominadas de *London Belles*. Dentre os nomes, aparece o de Vivienne Westwood. E a descrição da jornalista Jane Merer ao abordar essas mulheres nos parece interessante: “Here are our favourite ladies in London right now. None is a fashion model, no all of them would be say to be fashionable, but the one very definitive quality that they all have in common is STYLE”.³

¹ Entende-se Alta Costura como o elemento de tecidos e acessórios para fazer modelos inéditos e coleções regulares, usufruídas apenas pela burguesia, no século XIX. O costureiro Charles-Frédéric Worth é considerado o pioneiro dessa dinâmica, que até meados do século XX, vai ditar o que é bom gosto e elegância na moda. LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 82.

² A palavra punk parece tem um conceito impreciso e sofre algumas alterações ao longo do tempo. Mas segundo os autores Antônio Bivar, Daniel Rodrigues e Ivone Gallo, o termo sempre aparece como forma pejorativa. Desde o século XVII, na peça *Medida por Medida* de William Shakespeare, onde segundo consta, o termo apareceu pela primeira vez para indicar uma pessoa que não prestava. Ela foi novamente usada em público no cinema, com o filme *Juventude Transviada* (1955), em o ator James Dean ofende a gangue inimiga de punks. Na música só aparece nos anos 1970, com a imprensa especializada usando o termo para se referir ao músico Lou Reed e suas canções que refletiam o cotidiano das figuras marginais de Nova York. Somente em 1975, na Inglaterra, que o punk deixa de ser um substantivo para se tornar um estilo peculiar que mescla moda, música e comportamento.

³ Nenhuma dessas mulheres é modelo, e nem todas seriam descritas como elegantes, mas todas elas têm uma qualidade em comum – ESTILO. MERER, Jane. **West One Magazine**, 1973. Disponível em: <http://www.paulgormanis.com/?p=4335>. Acesso em: 14 fev. 2022.

Ora, essa descrição da jornalista já nos mostra as características iniciais de Westwood: não era considerada elegante por revistas renomadas de moda tampouco pelas grandes grifes, mas se sobressaía porque tinha estilo.

Westwood, assim, nos fornece uma perspectiva interessante se quisermos compreender como a moda de rua se transforma em objeto de desejo para um público que não tem ligação direta com esse universo, além de permitir um diálogo estreito entre o tripé moda, música e videoclipe.

No início do século XX, através da popularização dos meios audiovisuais, o cinema ofereceu um campo de visão em como pensar a difusão da moda durante esse período. Assim, minha Dissertação de Mestrado, intitulada: **Entre alfinetes e babados em Prêt-à-Porter (1994) de Robert Altman**: uma crítica à indústria da moda⁴, defendida em 2016, sob a orientação do Professor Drº Alcides Freira Ramos, tinha por objetivo investigar as relações entre moda/cinema através da perspectiva histórica, além de fazer uma análise do filme produzido em 1994, pelo cineasta norte-americano Robert Altman.

Nessa pesquisa, o objetivo foi pensar nas relações da música, moda e o mercado juvenil, utilizando a estilista Vivienne Westwood como figura central dessa narrativa. Entretanto, é preciso salientar que ambas as pesquisas não tem por objetivo fazer uma história da moda, mas sim uma história social da moda.

Partindo desse pressuposto, não podemos colocar de lado as questões sócio-políticas e culturais que perpassam o universo da moda. São práticas sociais cotidianas que nos oferece uma gama de significados. Por isso se faz necessário diferenciar a moda, não apenas como sistema e como tendência⁵ que aparecem ao longo do trabalho. Bem como o uso do termo indumentária⁶, cuja composição do conceito é mais abrangente, onde relaciona-se o traje em determinados contextos e períodos históricos, além de impor significados culturais sobre o corpo. Assim, coloco, brevemente, as principais obras que me filiei para utilizá-las como arcabouço teórico ao longo da pesquisa.

Considero **O Império do Efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas⁷, de Gilles Lipovestky, como um dos estudos principais sobre teoria de moda. Seu foco é analisar a

⁴ COSTA, Grace Campos. **Entre alfinetes e babados em Prêt-à-Porter (1994) de Robert Altman**: uma crítica à indústria da moda. 2016. 140 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2016.

⁵ BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

⁶ MACHADO JÚNIOR, Carlos Eduardo. **Composição indumentária**: forma expressiva de comunicação. 1979. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1979.

⁷ LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

importância da indumentária nas sociedades modernas até o contemporâneo, fundamental para entendermos o período da Alta Costura parisiense como lugar privilegiado ao ditar as tendências até a moda inglesa da década de 1960, através da cultura juvenil. Assim, nos centramos em dois capítulos primordiais: a moda aberta (dos anos de 1960) e a moda consumada (de 1980 até os dias de hoje), conforme veremos no presente trabalho.

Sobre o papel da moda contemporânea, e a relação direta com o pensamento filosófico, **Moda: uma filosofia**⁸, escrita por Lars Svendsen. O filósofo norueguês apresenta questões ligadas ao corpo, linguagens, arte, consumo, ideais de vida e o anseio pela novidade através da perspectiva do sistema da moda.

Sobre essas problemáticas acima, a pesquisadora Elizabeth Wilson, no livro **Enfeitada de Sonhos: moda e modernidade**⁹, também pensa a moda como fenômeno oriundo da modernidade e traz novas abordagens pertinentes ao estudo de teoria e moda, ao analisar os aspectos eróticos, feminilidade, gênero e cultura popular. Ao trazer o conceito de *roupa de oposição*, Wilson examina a faceta da moda como um elemento desviante a partir da subcultura inserida na sociedade industrial.

Sobre a análise semiológica, temos o trabalho de Roland Barthes intitulado de **Sistema da Moda**¹⁰, publicado em 1979. Ele pretende dividir a o vestuário em três partes: moda vestuário, moda imagem e vestuário escrito, ao partir do prisma sobre os seus signos e significações. Contudo, o próprio autor não ficou satisfeito com a criação de uma fórmula pra compreender tal fenômeno. Entretanto não deixa de ser um dos pioneiros sobre o estudo do vestuário dentro do universo acadêmico.

Ainda sobre a importância da comunicação das vestimentas, o pesquisador Malcolm Barnard traz considerações atuais sobre o tema, em **Moda e Comunicação**¹¹, em que o autor vai debruçar desde os seus significados, reproduções e nas revoluções sociais na era pós-moderna.

Outro estudo considerado pioneiro ao tratar a moda dentro dos meios acadêmicos brasileiro, foi **O espírito das roupas: a moda no século XIX**¹², fruto do doutorado da socióloga Gilda de Mello e Souza, na década de 1950. Publicado somente em 1987, seu trabalho destina-

⁸ SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

⁹ WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos: moda e modernidade**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

¹⁰ BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

¹¹ BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

¹² SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

se as questões de distinção de gênero para a identidade feminina, de forma que o vestuário não era apenas opressão para as mulheres, mas uma forma de realização cotidiana.

Sobre as questões referentes ao consumo jovem e a sua relação com a música, destacaremos dois autores importantes. O primeiro deles é Tupã Gomes Côrrea, com **Rock, nos passos da moda: mídia, consumo x mercado**¹³, publicado na década de 1980, que abrange desde o rock and roll do anos 50 até o videoclipe, um recurso até então novo para a época. A pesquisadora e historiadora Maira Zimmermann faz um estudo sobre moda juvenil através do livro **Jovem Guarda: moda, música e juventude**.¹⁴ Por mais que se trate da realidade brasileira, nos oferece importantes considerações sobre esse nicho. Zimmermann apresenta um artigo intitulado **A moda invade as ruas: consumo jovem nos anos 1960**¹⁵, publicado pela Dobra[s] - Revista da Associação Brasileira de Estudo de Pesquisa em Moda. O objetivo é abordar a ampliação do consumo pós-segunda Guerra mundial, entre os adolescentes ingleses e norte-americanos, e como as ruas se transformam em espaço de socialibilidade e de circulação de moda.

Feito esse levantamento, me dedico agora aos trabalhos referentes à moda punk e Vivienne Westwood, que são objetos centrais da presente pesquisa. Tal tema é raro entre as universidades brasileiras, mas selecionemos alguns: na área de moda temos o artigo **A monarquia inglesa parodiada por Vivienne Westwood**¹⁶, escrita por Juliana Bortholuzzi e Denise Castilhos de Araújo, cuja preocupação é a relação entre os trabalhos da estilista ao longo da década de 1980 e a sua relação com as tradições britânicas através da paródia. Na área de comunicação, temos a dissertação de mestrado defendida por Fábio Henrique Ciquini, com o título **Suave Rebeldia: como a visualidade na moda contemporânea se apropria da estética do movimento punk**¹⁷. Ao apresentar a domesticação do movimento punk na indústria da moda, Ciquini usa como instrumento o análise semiológica e teoria dos signos como forma de compreender tal processo.

Em Portugal, existem alguns trabalhos disponíveis sobre o tema. Paula Guerra, socióloga e professora da área de comunicação da Universidade do Porto, dedicou dois artigos

¹³ CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock nos passos da moda: mídia, consumo x mercado**. Campinas: Papirus, 1989.

¹⁴ ZIMMERMANN, Maíra. **Jovem Guarda: moda música e juventude**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.

¹⁵ ANDRADE, Maíra Zimmermann de. A moda invade as ruas: consumo jovem nos anos 1960. **dObra[s]**, São Paulo, v. 3, n. 7, p. 105-113, 2009.

¹⁶ BORTHOLUZZI, Juliana; ARAUJO, Denise Castilhos de. A monarquia inglesa parodiada por Vivienne Westwood. **Tecnologia e Tendências**, Novo Hamburgo, v. 9, n. 1, p. 1-11, jan./jun. 2014.

¹⁷ CIQUINI, Fábio Henrique. **Suave rebeldia: como a visualidade na moda contemporânea se apropria da estética do movimento punk**. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2010.

para tratar do tema: **Today Your Style, Tomorrow The World: punk, moda e imaginário visual**¹⁸, que analisa os trabalhos visuais feitos por Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, a partir das relações entre design gráfico e moda. E **I wanna be your punk: o universo de possíveis do punk, do D.I.Y. e das culturas underground**¹⁹, onde a figura central da análise é o “faça você mesmo” no contexto tanto artesanal quanto mercadológico do movimento. Na área de Letras, também da Universidade do Porto, temos o trabalho de Camila Costa Feijó, **She was once a punk: a importância social da moda através da trajetória de Vivienne Westwood até a alta-costura**.²⁰, que abrange o panorama de Vivienne Westwood na década de 1970 e verifica os elementos do movimento punk através das coleções atuais.

No que se refere a livros publicados no Brasil, podemos elencar **Anarquia na passarela: a influência do movimento punk nas coleções de moda**²¹, escrito pelo jornalista Daniel Rodrigues e **Quando o punk virou moda**²², de Carla Gradin, design de moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina. O primeiro faz uma análise das marcas atuais e contextualiza o movimento punk, tanto nos EUA como na Inglaterra, mas sem direcionar especificamente Westwood para o centro da narrativa nesse processo. O segundo faz um aparato geral da moda punk enquanto movimento juvenil e seu espaço na indústria fashion, além de dedicar um capítulo para debater o movimento punk em Florianópolis.

Sobre os estilos juvenis, o jornalista francês Patrice Bollon, faz um trabalho sobre os estilos estéticos de se vestir desde o século XIII até a década de 1960, em **A moral da máscara: merveilleux, zazous, dândis, punks, etc.**²³. Tem por objetivo mostrar a seriedade daquilo que é considerado “fútil” ao debruçar-se sobre a importância das aparências na sociedade.

Sobre o movimento punk, ainda que o enfoque seja mais na música do que propriamente o visual, mas que são obras fundamentais citarei três de extrema importância. O primeiro deles é do jornalista Antonio Bivar, com o livro **Punk**²⁴, uma das primeiras obras densas a tratar o movimento não apenas no exterior, mas o início da cena brasileira, cuja primeira edição foi publicado em 1982, quando o movimento estava dando seus primeiros passos no país.

¹⁸ GUERRA, Paula; FIGUEIREDO, Henrique Grimaldi. Today your style, tomorrow the world: punk, moda e imaginário visual. **Moda Palavra**, Florianópolis, v. 12, n. 23, p. 73-111, jan./mar. 2019.

¹⁹ GUERRA, Paula; STRAW, Will. I wanna be your punk: o universo de possíveis do punk, do D.I.Y. e das culturas underground. **Cadernos de Arte e Antropologia**, Salvador, v. 6, n. 1, p. 5-16, 2017.

²⁰ FEIJÓ, Camila Costa. **She was once a punk: a importância social da moda através da trajetória de Vivienne Westwood até a alta-costura**. 2020. 103 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Porto, Porto, 2020.

²¹ RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na passarela: a influência do movimento punk nas coleções de moda**. Porto Alegre: Dubliense, 2012.

²² GRADIN, Carla. **Quando o punk virou moda**. Blumenau: Letras Contemporâneas, 2009.

²³ BOLLON, Patrice. **A moral da máscara: merveilleux, zazous, dândis, punks e etc.** Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

²⁴ BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018.

Em **Cenas juvenis**: punks e darks no espetáculo urbano²⁵, a socióloga Helena Abramo oferece um panorama sobre o movimento através do contexto histórico, da condição e das mudanças juvenis e a formação do estilo enquanto espetáculo.

O último trabalho que é de extrema relevância para compreender o punk novaiorquino e a as trocas artísticas e culturais para a formação do punk inglês é **Mate-me por favor**: a história sem censura do punk²⁶, escrita pelos jornalistas Legs McNeil e Gillian McCain. Abordado mais os bastidores e as figuras da época, o livro conta com uma gama de entrevista de quem fez parte desse ambiente na década de 1970.

Um dos grandes desafios ao lidar com esse tema, apesar dos extensos trabalhos citados, é pesquisar sobre a vida de Westwood de maneira mais íntima, levando em conta sua infância e juventude, suas relações com a juventude inglesa, o envolvimento afetivo e profissional com McLaren. Somente uma biografia foi publicada no Brasil, intitulada de **Vivienne Westwood**²⁷, escrita em parceria com o jornalista Ian Kelly. Esse livro é o fio condutor da nossa pesquisa, uma vez que traz uma abordagem profunda desde os primeiros anos da vida da estilista até as pautas sobre ativismo e política que aparece nos seus trabalhos atuais.

Westwood publicou os seus diários dando ênfase ao seu lado mais ativista do que estilista em **Get a Life! The Diaries of Vivienne Westwood (2010 – 2016)**²⁸. Apesar do período abordado ser diferente do recorte feito pela pesquisa, seus relatos nos oferece a dimensão do seu trabalho enquanto pessoa pública já amplamente reconhecida pela mídia.

Um das maiores dificuldades desse trabalho, entanto, foi a dificuldade de ter acesso a mais informações sobre a estilista. Contudo, a biblioteca digital Internet Archive²⁹ disponibiliza alguns livros sobre a vida de Vivienne, ainda que abordem superficialmente, como **Westwood**³⁰, de Catherine McDermott; **Vivienne Westwood**³¹, de Gene Krell; **Vivienne Westwood: creative lives**³², de Sean Connolly e **Vivienne Westwood: an unfashionable life**³³, de Jane Mulvagh

²⁵ ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis**: punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo: Scritta, 1994.

²⁶ MCCAIN, Gillian; MCNEIL, Legs. **Mate-me por favor**: a história sem censura do punk. Porto Alegre: L&PM, 2017.

²⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2016.

²⁸ WESTWOOD, Vivienne. **Get a Life! The Diaries of Vivienne Westwood (2010 – 2016)**. London: Great Britain, 2016.

²⁹ Disponível em <https://archive.org/>.

³⁰ MCDERMOTT, Catherine. **Vivienne Westwood**. London: Carlton, 1999.

³¹ KRELL, Gene. **Vivienne Westwood**. London: Thames and Hudson, 1997.

³² CONNOLLY, Sean. **Vivienne Westwood: creative lives**. Oxford: Heinemann Library, 2003.

³³ MULVAGH, Jane. **Vivienne Westwood: an unfashionable life**. London: Happer Collins Publishers, 1998.

Ainda no que se refere aos acervos digitais, algumas coleções estão disponíveis pelo site de V&A Museum³⁴ e The Met Museum³⁵. As edições dos jornais britânicos The Guardian e Daily Mail também foram fundamental para a realização dessa pesquisa.

A partir desse breve levantamento bibliográfico sobre o tema, dedicamos o nosso primeiro capítulo **Da margem ao centro: o protagonismo juvenil na indústria da moda** para iniciar a discussão inicial da influência dessa geração na indústria de consumo, sobretudo por fazer parte da juventude de Vivienne Westwood, que posteriormente, vai servir para a composição do seu trabalho artístico. A estilista que nasceu no ano de 1941, no interior da Inglaterra, atravessou por essa fase de extrema efervescência juvenil que ficou conhecida como *Swinging Sixties*, na capital britânica, onde a moda se torna altamente influenciada pela música.

Sobre o próximo passo que leva o título desse trabalho, trabalharemos o conceito de Do It Yourself (DIY), cuja tradução literal é Faça Você Mesmo. Os jovens, como alternativa de ir na contramão do que era regra na moda, orientada por uma sociedade extremamente conservadora e voltada para o consumismo excessivo, parte para a noção de produzir suas roupas, jornais, bandas musicais independentemente. Neste processo, surge a noção de anti-moda, como oposição daquilo que era considerado usual.

Assim, o segundo capítulo centrará nas discussões da moda feita por Vivienne Westwood e, seu então parceiro, Malcolm McLaren. Em **Revolta e a irreverência punk através do Do it Yourself: juventude, desobediência e fetiche nas camisetas de Vivienne Westwood e Malcolm McLaren**, faremos uma longa análise de como o casal se apropria desse conceito do faça você mesmo para dar início a comercialização da estética punk. Assim, em 1971, o casal abre a primeira fase da sua loja *Let it Rock*, na King's Road, endereço conhecido por ser destinado ao comércio jovem.

A princípio a loja era inspirada pelos estilos juvenis da Inglaterra, na década de 1940 a 1950, como os *Teddy Boys* e os *Mods*. Pouco tempo depois, o estilo ficará mais agressivo, além de Vivienne priorizar a confecção de camisetas feitas a partir das técnicas de bricolagem, ao utilizar alfinetes, *spikes* e, até mesmo, ossos de galinha. Desta feita, a loja passa pela primeira mutação, cujo nome é substituído por *Too Fast Too Live Too Young Too Die*, em 1972.

Ao entrar em contato com a música produzida em Nova York, em uma viagem feita pela dupla em 1973, a cultura underground se transforma em inspiração para a confecção do estilo

³⁴ VIVIENNE Westwood. **Victoria and Albert Museum**, London, 2022. Disponível em: <https://www.vam.ac.uk/collections/vivienne-westwood>. Acesso em: 05 jan. 2022.

³⁵ VIVIENNE Westwood. **Metropolitan Museum of Art**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search?q=Vivienne+Westwood&sortBy=Relevance&pageSize=0>. Acesso em: 11 jan. 2022.

punk, afetando assim a proposta inicial da loja, sendo rebatizada novamente para *SEX*, em 1974. A *SEX* vai ser marcada pela ousadia, onde balões infláveis rosas são colocados como fachada na loja. Essa nova coleção de roupas da dupla sofre uma inspiração direta pelo estilo sadomasoquista, com o uso de couro e de látex. A maquiagem será pesada e os cabelos despenteados e coloridos.

Entretanto, a referência desse capítulo se dará através das *T-shirts* comercializadas na loja. Imagens pornográficas, homoeróticas, com slogans, frases e símbolos serão as principais características nesse período. Esses elementos ofereceram não só a repulsa para a sociedade conservadora inglesa, como aumentará a fama do casal ao atingir um dos ápices da desconstrução³⁶ da moda, subvertendo completamente a lógica de bom gosto e da dicotomia daquilo que será julgado como belo ou feio.

No próximo capítulo intitulado de **O vencedor e o vencido**³⁷: **disputas de memória da estética punk entre Vivienne Westwood e Malcolm McLaren** colocaremos as questões que apareceram no desenvolvimento da pesquisa. Ao analisar as referências bibliográficas para estudar a moda punk, é possível notar uma ruptura temporal entre a importância atribuída à McLaren e Westwood sobre tal assunto. Nas fontes mais recentes, Westwood aparece como a protagonista do movimento e responsável pela elaboração de todo o visual. E no material bibliográfico mais antigo, sobretudo o que foi escrito na passagem dos anos de 1970 para 1980, Malcolm aparece como o artista que inventou o punk enquanto estilo britânico.

Sob esse prisma, não podemos deixar de fora a biografia de McLaren. As influências do artista vão para além de empresariar o grupo *Sex Pistols*. O punk enquanto estimulação sonora e visual dos anos 1970 apresentam elementos que vão desde vanguardas artísticas até as práticas da Internacional Situacionista. Não se pode compreender tal processo, sem fazer um estudo acurado da obra **A sociedade do espetáculo**³⁸ e de que forma McLaren vai utilizar dessas técnicas para rentabilizar o gênero da estética punk. Ou nas palavras do próprio Malcolm, que costumam estampar as suas camisetas: o dinheiro vem do caos.³⁹

³⁶ Pegamos o conceito de desconstrução aplicado pelo filósofo Jacques Derrida. Ainda que tal termo esteja ligado à formação textual, com objetivo de verificar os múltiplos significados, pode-se pensar na função do estilista ao desestruturar a dinâmica da moda. Nesse caso, as vestimentas punks sofreram alterações nos padrões de moda, ao ser deterioradas e inacabadas, trazendo novos significados para esse estilo. CULLER, Jonathan. **Sobre a desconstrução: teoria e crítica do pós-estruturalismo**. Rio de Janeiro: Record; Rosa dos Tempos, 1997.

³⁷ O título faz referência direta ao trabalho do historiador Carlos Alberto Vesentini, que será abordado com a devida profundidade ao longo de terceiro capítulo. VESENTINI, Carlos Alberto. **A teia do fato: uma proposta de estudo sobre a Memória Histórica**. São Paulo: Hucitec, 1997.

³⁸ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

³⁹ MASSARI, Fábio; THOMÉ, Luciano. **Malcolm**. São Paulo: Edições Ideal, 2014, p. 17.

Como extensão do terceiro capítulo, finalizamos com **Moda e música ou música e moda: a consagração de Vivienne Westwood na década de 1980**. A intenção é compreender as mudanças de Vivienne Westwood no campo da moda, o sobressalto entre as modas de rua até a Alta Costura. Desse modo, faz-se a questão que permeia toda essa pesquisa: através de qual meio isso foi possível?

Muitos trabalhos abordam a comercialização da rebeldia, de uma anti-moda que rapidamente é transformada em moda. O punk vai para a mesma direção, onde Malcolm Barnard afirma que “nenhum estilo foi mais rapidamente adotado pelo mercado da moda”.⁴⁰ E tal adoção não foi orgânica, ela foi pensada tanto por McLaren quanto por Westwood.

A efemeridade da moda também se transfere para a música, ao procurar novos gêneros e sonoridades. Soma-se a isso o advento do canal MTV (Music Television), onde toda a programação era voltada para a exibição de videocliques, em 1980. As rádios foram substituídas pelos vídeos musicais, transformando-se em um lugar privilegiado pelo acúmulo de imagens em poucos minutos.

É a fase em que a música ganha uma nova dimensão ao ser difundida entre o público juvenil: se antes a música era primeiramente escutada para depois ser vista nos shows ou nas capas de revista, agora ela passa a ser vista, através dos videocliques, para depois ser escutada. E a música, como veremos, sempre andou em consonância com a moda. Assim, procuraremos formular hipóteses para compreender o triunfo de Vivienne ao sair do campo das subculturas juvenis para migrar na grande indústria da moda.

⁴⁰ BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2013, p. 196.

2 DA MARGEM AO CENTRO: O PROTAGONISMO JUVENIL NA INDÚSTRIA DA MODA

*May you stay forever young
Forever young, forever young.*

(Bob Dylan)

Não gostei daquela merda de paz e amor.

(Maureen Tucker)

O movimento punk é uma das principais manifestações juvenis que foi na contramão do conservadorismo social, sobretudo na Inglaterra, na década de 1970. É evidente que não foi o primeiro movimento de rebeldia juvenil do século XX, tampouco foi o último a contestar as instituições tradicionais inerentes à ela.

Contudo, tal movimento não ficou restrito apenas na influência da música, mas também extrapolou os limites visuais. Os elementos estéticos e comportamentais destacavam-se no meio da multidão, através da elaboração de um visual feito para chocar o *status quo* da época.

Partindo desse pressuposto, analisaremos o movimento punk pelas criações da estilista Vivienne Westwood, em meados da década de 1970, e a sua relação com o fetiche e a desobediência juvenil através das suas camisetas. Para isso, é válido pensar neste movimento como forma de resistência, através do papel da indumentária e do seu comportamento específico, bem como os estilos juvenis, especialmente na Inglaterra, que antecederam o movimento punk e os discursos acerca da moda como uma aversão à disciplinarização dos corpos. A historiadora Elizabeth Wilson, cunhou o termo *oppositional dress*⁴¹, vestuário de oposição, para pensar na forma “desviante” de se vestir, uma vez que ainda no século XVIII a figura do dândi já representava uma forma de oposição aos modos da aristocracia

Segundo, o filósofo Lars Svendsen, “o corpo e a roupa sempre estiveram em diálogo, o modelo do primeiro influenciando a moda e vice-versa”⁴². Assim, a moda apresenta sua dualidade: de exibir a identidade de quem a veste (enquanto expressão pessoal), mas também reforçar o controle desse sujeito, uma vez que ela apresenta um movimento dialético.

A comunicação da moda pode nos revelar os modos que o indivíduo se relaciona com o mundo, e como a sociedade faz a sua leitura em relação à vestimenta de determinados sujeitos. Assim, a indumentária punk, bem como outros estilos juvenis – sobretudo o movimento hippie

⁴¹ WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos**: moda e modernidade. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985, p. 179-207.

⁴² SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010, p. 87.

da década de 1960 – serão cooptados pela indústria *fashion*. Rapidamente deixam de ser um estilo da subcultura e da antimoda e transforma-se em produto rentável.

Neste primeiro capítulo, nossa preocupação é pensar de qual forma a moda das ruas, bem como o seu comportamento juvenil, entra em cena e ganha destaque privilegiado na Alta Costura. Desta feita, é necessário levarmos em conta os espaços de sociabilidade juvenil, essenciais para germinar a moda adolescente na capital inglesa. E como estabeleceu-se o diálogo de Vivienne Westwood com o período denominado de *Swinging Sixties*, contribuindo posteriormente para a construção de uma estética punk criada nos anos de 1970, em parceria com seu ex-companheiro Malcom McLaren.

Outro fator relevante para a presente pesquisa é analisar, ainda que brevemente, os principais movimentos contraculturais que eclodiram entre as décadas de 1950 até 1960, e como ocorreram as suas influências na moda. É perceptível, no referido contexto histórico, que a moda não permanece em constante ligação apenas com as questões políticas e sociais, mas também através dos meios de comunicação ao estreitar as relações com as esferas midiáticas, em especial o cinema e a música.

Portanto, na segunda metade do século XX, ocorre uma transformação social: os jovens se tornam uma categoria consolidada, que buscam seus processos de identidade e, aos poucos, vão se distanciando das gerações de outrora.

2.1 A MODA ESTÁ NAS RUAS : AS MANIFESTAÇÕES JUVENIS NO CENÁRIO URBANO

Antes de adentrarmos sobre a moda oriunda das ruas, devemos colocar algumas questões para compreender o fenômeno dos movimentos juvenis: quando é que a juventude se transforma em uma categoria social? E quando é que esses jovens conseguem um lugar de destaque no mercado consumidor?

Voltemos ao processo histórico, na segunda metade do século XX, mas precisamente após a Segunda Guerra Mundial. O padrão de vida norte-americano e europeu melhorou significativamente na década de 1950, aumentando o poder de consumo das camadas médias, graças ao crescimento da industrialização durante o encerramento da guerra. Desta forma, o historiador Eric Hobsbawm, afirma que este período foi marcado pelo crescente consumismo, transformando-se em “paraíso dos eletrodomésticos”, que além de aumentar o conforto familiar, tinha à disposição “bens e serviços oferecidos pelo sistema produtivo, e ao alcance

deles, tornava antigos luxos em itens do consumo diário. E isso aumentava a cada ano.”⁴³

Os Estados Unidos foi o país que mais se beneficiou com o fim da guerra, dominando quase 60% da concentração industrial do mundo⁴⁴. Com o advento do Plano Marshall⁴⁵, foi possível que alguns países da Europa também se recuperassem rapidamente dos danos da pós-Segunda Guerra. O Reino Unido, por exemplo, foi o país que mais recebeu dinheiro do governo norte-americano, recuperando-se economicamente já no início dos anos de 1950.

Destarte, os jovens também se beneficiaram economicamente, pois muitos já não dependiam do sustento familiar, além da inclusão do mercado de trabalho, onde poderiam ter um universo particular de consumo, e podiam gastar uma fatia do seu salário com objetos supérfluos. Helena Wendel Abramo traça um paralelo sobre o crescimento industrial da segunda metade do século XX e a sua relação com o poder de consumo entre os jovens:

A tese geral é a de que o novo ciclo de desenvolvimento industrial, com a diversificação da produção, pleno emprego e os benefícios do *welfare state*, trouxe um período de afluência e incremento crescentes no consumo, cujas possibilidades foram grandemente ampliadas pela criação de novos bens e pelo crescimento da importância dos meios de comunicação. Há também maior valorização social do tempo livre, vinculados à redução da jornada de trabalho, que se traduz na ampliação e na diversificação dos bens de entretenimento e de cultura de massa.⁴⁶

Assim, desfrutando de maior tempo de lazer e com mais dinheiro para gastar com si mesmo, paulatinamente os jovens buscaram elementos de identificação – com a ajuda dos meios de comunicação da época: cinema, música e revistas são os principais exemplos – que aumentaram a diferença de comportamento entre os seus pais. Alguns estudiosos afirmam que a tenção geracional não é exclusivo dessa época. Elas aconteceram bem antes, conforme pontuou o historiador Carl E. Schorske⁴⁷, ao se debruçar sobre as mudanças de valores culturais

⁴³ HOBBSBAWM, Eric. As décadas de crise. In: HOBBSBAWM, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 365.

⁴⁴ VIZENTINI, Paulo Fagundes. **História do século XX**. Porto Alegre: Novo Século, 2000, p. 93.

⁴⁵ Criado em 1947, o Plano Marshall oferecia ajuda econômica para os países europeus que tiveram prejuízos durante a Segunda Guerra Mundial, através de empréstimos e juros baixos para esses respectivos governos recuperassem financeiramente e aumentasse o poder de compra, sobretudo consumir mercadoria dos Estados Unidos. VIZENTINI, Paulo Fagundes. **História do século XX**. Porto Alegre: Novo Século, 2000, p. 101.

⁴⁶ ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Scritta, 1994, p. 28-29.

⁴⁷ Segundo Carl Schorske as tensões geracionais existiram até mesmo na Antiguidade: “Não há dúvidas de que os criadores de mitos gregos e os psicanalistas modernos tocaram numa verdade eterna quando documentaram os problemas que assolam as relações entre pais e filhos. Porém, as verdades eternas não se expressaram de modo uniforme na vida histórica. Na Tebas de Sófocles, uma situação edipiana causou uma crítica política, na Dinamarca de Hamlet, uma tensão edipiana coincidiu com a podridão política. Entre os intelectuais da Viena de Freud, a tensão edipiana recebeu o primeiro reforço de uma crise política, depois generalizou-se como um fenômeno cultural e, por fim, foi destruída pelos criadores da cultura expressionista do começo do século XX”. SCHORSKE,

e políticos na juventude em Viena, na virada do século XIX para o XX. O jornalista Jon Savage também reforça os embates entre as pessoas antes da fase adulta e os mais velhos, ocorridas no século XIX:

[...] o conceito ocidental de juventude também foi alterado pelo turbilhão econômico e político do fim do século XVIII. A Revolução Industrial deu início a enormes migrações do campo para a cidade e inaugurou uma nova sociedade baseada no materialismo, no consumismo e na produção em massa. Nas cidades anônimas, fervilhantes, estruturas tradicionais de trabalho, vizinhança e família se romperam. Os jovens e as crianças sofreram o impacto dessa revolução, trabalhando em tarefas perigosas e repetitivas, ou vagando soltas na imundície evocada por Henry Mayhew e Charles Dickens.⁴⁸

Apesar do nosso interesse em trabalhar com a cultura juvenil oriunda na década de 1960, foi graças ao baby boom⁴⁹, que as altas taxas de natalidade marcaram após a Segunda Guerra Mundial e que remodelou o mercado consumidor e cultural, consolidando a ideia de juventude que já estava presente, ainda que timidamente. É os meios de consumo de comunicação que passam a sublinhar os jovens como uma categoria fixa na sociedade, onde consumir torna-se uma espécie de pertencimento dessa faixa etária:

O desenvolvimento dessa cultura está ligado a uma conquista da autonomia dos adolescentes no seio da família e da sociedade. A aquisição de relativa autonomia monetária (dinheiro para gasto diário dado pelos pais nas sociedades avançadas e, alhures, dinheiro para o diário conservado pelos adolescentes que ganham a vida e entregam o que ganham aos pais) e da relativa liberdade do seio da família (o que nos conduz ao problema da liberalização, aqui, da desestruturação, acolá, da família) permitem aos adolescentes adquirir o material que lhes insuflará sua cultura (transitor, toca-disco e mesmo violão), que lhes dá sua liberdade de fuga e de encontro (bicicleta, motocicleta, automóvel) e lhes permitirá viver sua vida autônoma no lazer e polo lazer. Essa cultura, essa vida aceleram, em contrapartida, as reivindicações dos adolescentes que não satisfazem com a semiliberdade adquirida, e fazem crescer sua contestação a propósito de um mundo adulto cada menos semelhantes ao deles.⁵⁰

A ascensão da juventude no mercado consumidor fez parte da vida de Vivienne Westwood⁵¹. Nascida em em uma região rural de Derbyshire, em Tintwistle, no ano de 1941, a estilista é fruto deste período em que o jovem tem um acesso ao mercado de consumo, onde os

Carl E. Tensão geracional e mudança cultural. In: SCHORSKE, Carl E. **Pensando com a história**: indagações na passagem para o modernismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p. 162-178.

⁴⁸ SAVAGE, Jon. **A criação da juventude**: como o conceito de teenage revolucionou o século XX. Rio de Janeiro: Rocco, 2009, p. 30.

⁴⁹ Estima-se que entre 1945 até 1950 nasceram trinta e dois milhões de bebês, o que se explica a multidão de adolescentes na década de 1960, mais conhecido como a geração baby boomer. HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 282-313.

⁵⁰ MORIN, Edgar, p. 140 apud ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis**: punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo: Scritta, 1994, p. 30.

⁵¹ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitheatro, 2016, p. 89.

elementos de diferenciação serão fundamentais para caracterizar essa faixa etária, através da moda, da cultura e do entretenimento. Inicia-se o processo de rejuvenescimento do mercado consumidor e o deslocamento das modas ditadas pelas grandes casas de costura e as que são desenvolvidas no espaço urbano, principalmente nas ruas.

Westwood esteve presente nesta transição, ainda que na infância. Seu nascimento ocorreu durante a Guerra Mundial, em que ela narra o período de escassez:

A primeira coisa que você precisa realmente saber sobre mim é que nasci na Segunda Guerra Mundial. Racionamento. Tudo era aquilo. Eu comi uma banana pela primeira vez aos sete anos. Não gostei. As coisas eram escassas. E todo mundo tricotava. Você encontrava moldes de tricô até em vestidos de noiva. Passaram-se horas e horas tricotando. E fazíamos coisas do tipo catar cascas de nozes e pintá-las e criar pequenos buquês de flores. Era tudo “Faça você mesmo”.⁵²

Através do relato de Westwood, fica claro o problema de racionamento enfrentado pela Inglaterra, que afetou até mesmo o setor têxtil, com a substituição de tecidos mais baratos e para a costumização de objetos, já colocando em prática uma das maiores características que os movimentos juvenis aderiram: o *Do it Yourself*.

Devido ao crescimento econômico no Reino Unido, Westwood teve a possibilidade de sair da área rural aos 17 anos, com o crescimento econômico inglês proveniente do pós-guerra, e estabelecer-se no noroeste de Londres. Essa transição locacional foi fundamental para Westwood acompanhar as mudanças juvenis na capital inglesa, onde o modo de vida norte-americano ainda era um estilo desejado por boa parte da geração da época. Segundo a autora inglesa Catherine McDermott, uma das biógrafas de Vivienne Westwood, afirma que a influência do *american way of life* foi fundamental para a formação da estilista, uma vez que *Westwood was also the part of the first generation of postwar teenage consumers, and that accident of history has a particular resonance. For her, the twentieth century male pin-up is Elvis Presley*.⁵³

Se na década de 1960, o estilo londrino do Swinging London transforma-se em referência de estilo juvenil, na década anterior, os norte-americanos eram responsáveis por desempenhar esse papel, seja através do cinema e da música. Para os garotos, uma espécie de seita uniformizada de sapatos de sola grossa e cabelo escovados para trás; e, para as garotas, uma silhueta e uma nova atitude. Isso fica evidente nas produções cinematográficas da época,

⁵² KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitheatro, 2016, p. 45.

⁵³ Westwood também fez parte da primeira geração de consumidores adolescentes do pós-guerra, e esse acidente da história possui uma particular ressonância. Para ela, o pin-up masculino do século XX é Elvis Presley. Tradução livre. MCDERMOTT, Catherine. **Vivienne Westwood**. London: Carlton, 1999, p. 13.

tais como *Juventude Transviada* (1955) e *O Selvagem* (1953), só para citar alguns exemplos. Para além dos personagens, o estilo de vida dos próprios atores moldaram os comportamentos juvenis.

Assim, compreender a infância e adolescência de Vivienne é ter um panorama da Inglaterra na virada dos anos de 1940 e 1950, em especial no aspecto político e a sua história social. Como pontua o jornalista Ian Kelly:

As roupas são a urdidura e a trama da história social. São parte do que torna a história de Vivienne tão envolvente – tão íntima e feminina, mas claramente no centro de uma narrativa turbulenta. Muito antes de “estar na moda” de alguma forma, suas roupas e a lembrança que tem delas contam a história de uma Grã-Bretanha em transição.⁵⁴

Aos poucos, o estilo de vida dos seus pais já eram considerados obsoletos, sobretudo nos que se baseavam na constituição de uma família nuclear, além de valores atrelados à moralidade burguesa. Se antes a moda era ditada pelas classes mais abastadas e para uma faixa etária adulta, agora o anseio da novidade vem das ruas, em um fenômeno chamado *bubble up*⁵⁵, ou seja, as referências estéticas começam a surgir através dos grupos juvenis, que mais tarde vão servir de molde para a vestimenta adulta também. Ou como Gilles Lipovetsky afirma, a moda jovem se emancipa, rompendo assim com os seus “canônes oficiais”. Nesse aspecto, o mercado de consumo foi essencial para a formação desta faixa etária em assumir um estilo de vida diferenciado:

[...] o surgimento da “cultura juvenil” foi um elemento essencial no devir estilístico do prêt-à-porter. Cultura juvenil certamente ligada ao baby boom e ao poder de compra dos jovens, mas aparecendo, mais em profundidade, como uma manifestação ampliada da dinâmica democrática-individualista. Essa nova cultura é que foi a fonte do fenômeno “estilo” dos anos de 1960, menos preocupado com a perfeição, mais à espreita da espontaneidade criativa, da originalidade, de impacto imediato.⁵⁶

Sobre a cultura juvenil, em especial a inglesa, o artista Andy Warhol faz as suas considerações sobre a preocupação dos jovens de se diferenciarem dos seus pais, através da mudança de visual:

⁵⁴ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2016, p. 65.

⁵⁵ CASTRO, Marta Sorelia Félix de; FERREIRA, Karla Patrícia Martins; MARTINS, José Clerton de Oliveira. As resistências na moda através do tempo: o movimento punk e slow fashion. **dObra[s]**, São Paulo, v. 11, n. 25, 2019, p. 168.

⁵⁶ LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 133.

Em 1964 tudo ficou jovem. A garotada jogou fora todas as roupas bem-comportadas e chiques que faziam com que ficassem parecendo seus pais e mães e de repente tudo se inverteu – as mães e os pais que estavam tentando parecer com os filhos. Até mesmo nas aberturas das exposições de arte, os novos vestidos curtos e coloridos roubavam a cena das pinturas penduradas nas paredes. Para combinar com as novas roupas, os cabelereiros faziam ou cortes lisos, curtos ou penteados imensos incrivelmente elaborados; quanto à maquiagem, o batom havia desaparecido e o grande negócio era a maquiagem dos olhos – iridescente, perolizada, dourada, coisas que brilhavam à noite.⁵⁷

Sem dúvidas, a ascensão juvenil enquanto categoria social, dotada do poder de compra, favoreceu o surgimento do *prêt-à-porter* em detrimento das grandes casas da alta-costura. Destarte a moda vai ser fundamental para compreender determinada ordem cultural, delimitando os sujeitos, seu lugar e o seu tempo. Nas palavras de Patrice Bollon, a “aparência pode refletir, traduzir ou simplesmente veicular ideias fortes, agudas, complexas, sutis, espantosas: que ela expressa ou provoca, em certos casos, uma revolta radical, inédita, definitiva, e que ela seja mesmo a única a poder fazê-lo.”⁵⁸

A mudança, pode ser compreendida através das roupas, sobretudo se pensarmos nessa relação entre alta-costura e *prêt-à-porter*, além da sua conexão com a ascensão juvenil no mercado de consumo e no protagonismo das ruas como um espaço para lançar novas modas.

O ultimo embate da alta-costura, em detrimento a força do *prêt-à-porter*, aconteceu justamente na década de 1950, com o poder aquisitivo atingindo o seu ápice e o traje ainda refletindo uma determinada hierarquia social. A elaboração do *New Look*⁵⁹, proposto pela *Dior*, estabeleceu um chamado de volta ao passado, cuja silhueta remetia ao século XIX, através da cintura marcada, saias forradas, blusas apertadas, saltos altos, chapéus pomposos e pouca praticidade para o vestuário feminino.

Por causa racionamento⁶⁰ de tecidos na Europa, durante a guerra, a moda ostentatória do *New Look* foi notada entre as mulheres mais abastadas, mas a ascensão financeira da classe

⁵⁷ HACKETT, Pat; WARHOL, Andy. **Popismo**: os anos sessenta segundo Warhol. Rio de Janeiro: Cobogó, 2013, p. 89.

⁵⁸ BOLLON, Patrice. **A moral da máscara**: merveilleux, zazous, dândis, punks e etc. Rio de Janeiro: Rocco, 1993, p. 63.

⁵⁹ A jornalista Paula Reed faz a descrição do *New Look* da Dior: As cinturas finíssimas de Dior eram resultado do espartilho “cinturita”. Os quadris ganhavam volume, e a definição era acentuada por casaquinhos com peplum (barbado sobreposto à linha da cintura) e anquinha nas saias. Ele abusava de recursos como sutiãs que levantavam o busto e saias rodadas fartos de saiotos. Era tanto entretela, corselete, engomagem e armação que diziam que um vestido *New Look* ficava em pé sozinho. REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda - 1950**. São Paulo: Publifolha, 2013, p. 22-23.

⁶⁰ Durante a Segunda Guerra Mundial, a historiadora de moda Mara Rúbia Sant’anna descreve a dificuldade da alta-costura francesa nesse período: Por outro ponto de vista, a revista [ELLE] salientava que a situação interna da França era difícil: “um vestido hoje vale 35 a 40 vezes mais que antes da guerra” e, continuava dizendo, que o que se comprava, em 1939, com 2.500 francos franceses, em 1951, exigia 90.000 mil francos franceses. Esses valores eram inadmissíveis porque “nenhum salário, nenhuma renda se multiplicou na mesma proporção”. Na análise do

média e as aspirações juvenis por uma moda própria, alteraram a forma de produção e de consumo das roupas, graças a sua aceleração e rapidez para chegar nas lojas, em relação à demora da fabricação, quase artesanal, das roupas de alta-costura.

Na década de 1950 era possível a classe média encontrar roupas semelhantes à da alta-costura, com boa qualidade e preços reduzidos. A moda que se destinava apenas às elites, deixava de ser um artigo de luxo e se tornava mais acessível, uma vez que “o luxo supremo e a moda separam-se; o luxo não é mais encarnação privilegiada da moda e a moda não se identifica com a manifestação efêmera do dispêndio ostensivo ainda que eufemizado.”⁶¹

A revolução do *prêt-à-porter* vai tomando conta da moda que antes era ditada pela alta-costura, que segundo Lipovetsky, foi responsável por destruir a moda de cem anos e que subverteu a lógica da produção industrial e retirou o seu lugar privilegiado, que pertencia às elites, e a colocou nas ruas:

Entretanto, não se pode separar as mudanças da moda sem deixar de lado os avanços tecnológicos, sobretudo com o final da Segunda Guerra. Essa revolução do *prêt-à-porter*, segundo Lipovetsky, “não pode ser separada dos progressos consideráveis realizados em matéria de técnicas de fabricação do vestuário, progressos que permitiram produzir artigos em grande série de muito boa qualidade, a preço baixo”.⁶²

Podemos observar através das revistas de moda essa mudança da maneira de se vestir e da própria gestualidade, no espaço de quase duas décadas: nos final dos anos de 1940 até 1960. Sobretudo, se compararmos as propagandas de divulgação do *New Look* e os editoriais da *Vogue* ao longo dos anos de 1960.

Na Figura 1, temos o *New Look*, que prevaleceu durante os anos de 1940 a 1950, sobre o que poderia ser considerado o ideal de elegância feminina. Na figura 2, cuja foto é de David

perfil da clientela, a matéria julgava que os clientes franceses eram os mesmos de antes, ou seja, pessoas de posses, providas “das grandes indústrias, grandes bancos, diplomacia e atrizes”. Acrescentava neste diagnóstico um exemplo da redução dos negócios através do caso das compras feitas pela família Rothschild, cuja matriarca, em 1939, comprou seis trajes e, em 1951, havia comprado apenas dois. E assim concluía: “Qual que seja o seu orçamento, a cliente de 1951 gasta proporcionalmente menos para se vestir que aquela de 1939”. Segundo a revista, principalmente, devia ser ponderado que a cliente de 1951 preferia comprar e manter um carro exclusivo de luxo, fazer belas viagens, dar-se uma máquina de lavar ou um refrigerador, do que dispensar tanto por sua elegância. Logo, distrações e, sobretudo, conforto agradavam mais a essa mulher de 1951, o que, segundo a revista, demonstrava uma “evolução profunda” que ninguém “saberia honestamente criticar”, pois seria isso “o desaparecimento progressivo da mulher boneca, unicamente preocupada com seus chapéus e vestidos”. SANT’ANNA-MULLER, Mara Rubia. *Prêt-à-Porter*, discussões em torno do seu surgimento e relação com a Alta-Costura francesa. **Projética - Revista Científica de Design**, Londrina, v. 2, n. 2, p. 114-127, dez. 2011, p. 117.

⁶¹ LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 109.

⁶² LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 115.

Bailey para a revista *Vogue*, a modelo inglesa Jean Shrimpton, dividia o espaço com os transeuntes em 1962.

Figura 1 - New Look da Dior (1947)



Fonte: <https://artsandculture.google.com/exhibit/christian-dior-the>.

Figura 2 - Jean Shrimpton fotografada por David Bailey. Vogue Magazine, junho de 1962



Fonte: Bailey.⁶³

O cenário das duas fotos também transfere a moda para outro local. As grandes casas, com escadarias e os cenários internos cede espaço para os movimento das ruas. Nas duas imagens também é perceptível a mudança das poses femininas, ou como Gilda de Mello Souza⁶⁴ coloca em *O espírito das roupas*, a caligrafia dos gestos. Em outras palavras, a moda é responsável pelas mudanças das concepções das formas do corpo, fundamental para criar uma construção da gestualidade. Para ela é essencial analisar o corpo, o movimento e a técnica ao estudar a moda. A partir desses pressupostos é possível compreender através das gestualidades, as relações femininas de determinadas épocas.

⁶³ BAILEY, David. Jean Shrimpton, Vogue, 1962. Ira Stehmann, New York, 2022. Disponível em: <https://www.irastehmann.com/artworks/203-david-bailey-jean-shrimpton-vogue-1962/>. Acesso em: 15 jan. 2022.

⁶⁴ SOUZA, Gilda de Mello. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

Com o *New Look*, a proposta era colocar a alta-costura novamente em primeiro plano após o racionamento de matéria-prima ocorrida pela Segunda Guerra. Neste período, a modelo é apresentada como um enfeite, semelhante a uma manequim, expondo a sua roupa na vitrine. Os gestos são artificialmente moldados e as vestimentas não permitem maiores flexibilidades para o movimento do corpo feminino. O cenário, uma escadaria, não desvia o foco da imagem que é voltada para a vestimenta.

Na segunda imagem, a modelo divide espaço não só com outra pessoa, mas com as placas e informações, mostrando uma mulher ocupando o seu espaço em uma grande metrópole, resistindo ao caos urbano. A roupa aparenta ser mais leve e confortável, através dos sapatos baixos. O gesto é mais despojado, uma vez que o mundo na moda já está se apropriando dos ideais de juventude. A rua se transforma não só em ambiente para editoriais de grandes revistas de moda, mas também passa a ditá-la sobre como deve se vestir e se portar.

Algumas principais grifes de alta-costura, como Paco Rabanne, Pucci, Courrèges e Yves Saint Laurent vão se inspirar nos jovens e nas ruas nos próximos trabalhos. Na hora de se vestir, as mulheres estavam se influenciando mais nas modelos do que nas atrizes, uma vez que “as modelos da publicidade imitavam as atrizes ou a classe alta; hoje imitam as modelos mais jovens. As atrizes é que imitam as modelos”⁶⁵, segundo Beatriz Sarlo.

Cada vez mais longe da elegância proposta aos moldes do *New Look*, essas marcas se reiventaram para apresentar coleções despojadas: “O público via a roupa moderna que se usava na rua ser reiventada nas mãos dos costureiros”.⁶⁶

Até a marca *Dior*, que obteve um relativo sucesso ao apostar no *New Look*, precisava dialogar com a juventude para não se tornar uma grife antiquada. Para isso, contrataram o jovem estilista Yves Saint Laurent para rejuvenescê-la e se tornar atraente para o público jovem. Os looks pomposos de outrora foram substituídos por vestidos retos inspirados nas obras de Piet Mondrian e também na criação de trajes femininos com alguns elementos masculinos, como ternos e smoking⁶⁷, além de transpor a Dior para boutiques semelhantes com lojas de prêt-à-porter, aproximando-se assim das ruas e de um maior número de consumidores.

⁶⁵ SARLO, Beatriz. Jovens. In: SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 39.

⁶⁶ CALLAN, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 90**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 277.

⁶⁷ Outras estilistas já se debruçavam sobre a arte e a moda, além de mesclar alguns elementos do guarda-roupa masculino nos trajes femininos. No primeiro caso, temos a estilista Elsa Schiaparelli que mergulhava no surrealismo para compor o seu trabalho. Coco Chanel também misturava alguns itens do vestuário masculino para criar smokings femininos. Ambas apresentaram seus trabalhos em uma época que não era difundido o prêt-à-porter, no início do século XX. Ademais, vamos perceber que ambas as estilistas serviram de inspiração para as produções de Vivienne Westwood. EVANS, Caroline; THORTON, Minna. **Women & fashion**. London: Viking

Figura 3 - União de arte com a moda no vestido Mondrian, de Yves Saint Laurent, em 1965



Fonte: Sauej.⁶⁸

Sobre a ascensão das boutiques em detrimento das grandes maisons, Londres começa a ter um destaque maior do que Paris, sobretudo quando o assunto é moda e comportamento. O termo *Swinging London*⁶⁹ remetia às mudanças culturais da década de 1960⁷⁰, na capital inglesa, através do mundo das artes, da música e do cinema. Sobre este período, Andy Warhol faz as suas observações sobre a moda e a música inglesa, sobretudo como os jovens de Nova York tentavam copiar o estilo dos ingleses:

Os grupos de pop ingleses como os Beatles, os David Clark Five, os Rolling Stones, Herman's Hermits, Gerry and the Pacemakers, os Kinks, os Hollies, os Searchers, os Animals, os Yardbirds, e assim por diante, vieram e mudaram a ideia de que todo mundo fazia do que estava na moda, dos últimos vestígios do estilo adolescente durão da cidade grande para o modo eduardiano. Rapazes americanos imitavam o sotaque

Penguin Inc., 1989.

⁶⁸ SAUEJ, Nadja. Piet Mondrian Played Muse To Yves Saint Laurent. **The Art Gorgeous**, Hong Kong, 08 mar. 2019. Disponível em: <https://theartgorgeous.com/piet-mondrian-played-muse-yves-saint-laurent/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

⁶⁹ Segundo a historiadora Maíra Zimmermann de Andrade (2009), o termo *Swinging London* é classificado como uma “onda de transformações culturais, abrangendo arte, música e, especialmente, moda. Londres era o lugar do momento, a cidade mais badalada e fervilhante. Era de lá que saíam as últimas tendências e era para lá que aqueles que estavam na moda queriam ir”. ANDRADE, Maíra Zimmermann de. A moda invade as ruas: consumo jovem nos anos 1960. **dObras[s]**, São Paulo, v. 3, n. 7, p. 105-113, 2009, p. 109.

⁷⁰ Se faz necessário mencionar a ascensão não só de jovens estilistas que renovaram o guarda-roupa do prêt-à-porter, mas de fotógrafos de moda e as supermodelos. Podemos elencar o filme *Blow-up*: depois daquele beijo (Michelangelo Antonioni, 1966) que captava o espírito da época ao retratar um fotógrafo londrino que trabalhava no mundo da moda. Sobre as modelos que faziam sucesso o visual era mais puxado para a aparência bem jovial: cabelos curtos, silhueta magra e olhos bem marcados, cuja imagem era retrata por Twiggy e Jean Shrimpton. REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda - 1960**. São Paulo: Publifolha, 2013.

cockney para pegar as meninas, e sempre que encontravam alguém que era de Londres de verdade tentavam fazer com que ficasse falando e falando para eles poderem pegar o sotaque.⁷¹

A concepção de compra também mudou para esses jovens ingleses, e posteriormente, para os norte-americanos: ambos os sexos compravam em lojas de boutique, já que as ruas ditavam moda e o espaço urbano se transformava em um novo espaço de sociabilidade. Ruas⁷² como *Carnaby Street* e *King's Road* se tornam de moda e comportamento para os adolescentes, além de ser um ponto de encontro:

Na história da subcultura jovem britânica, conquistou um lugar especial por oferecer com extrema agilidade um grande leque de opções para rapazes ansiosos por diferenciação e também pela construção de espaços que conduziam ao consumo e à interação social. Fotografias confirmam como a autoconsciência desse consumo transpôs os limites dos provadores de roupa e revelou-se em uma cultura de rua em crescimento pronta para receber a atenção da mídia.⁷³

Podemos elencar as principais boutiques de rua, como a loja Bazaar, da estilista Mary Quant⁷⁴, responsável por colocar as pernas em envidência com a criação da minissaia, localizada na King's Road e a Biba, criada por Barbara Hulanick.

⁷¹ HACKETT, Pat; WARHOL, Andy. **Popismo**: os anos sessenta segundo Warhol. Rio de Janeiro: Cobogó, 2013, p. 90.

⁷² Ocupar a rua como espaço de sociabilidade, sobretudo no que se refere ao consumo, não foi fruto exclusivamente na década de 1960. O filósofo Marshall Berman faz importante consideração sobre as ruas da Rússia, no século XIX: Ela [a rua] se ajusta perfeitamente a uma sociedade urbana que estimula os padrões modernos de consumo, mesmo quando reprime os modos modernos de produção e ação; que nutre sensibilidades individuais, sem reconhecer os direitos individuais, que enche seu povo com a necessidade e o desejo de comunicação[...] Em tal sociedade, a vida na rua adquire um peso especial, porque a rua é o único meio onde a livre comunicação pode ocorrer". Mesmo com a importância das ruas para os russos, Berman afirma que a individualidade do ser não era semelhante ao que ocorria em Paris. No que se refere à figura do homem desfrutando os espaços públicos, muitas vezes atrelado ao comportamento *épater la bourgeoisie*, ou seja, figuras que sentiam uma verdadeira apatia pela classe burguesa. Walter Benjamin dedicou boa parte dos seus estudos sobre a figura do homem moderno, em especial da capital francesa, onde a figura do flâneur se destaca nas ruas. Benjamin destaca o poeta francês Baudelaire como um dos pioneiros responsáveis por vivenciar e observar o caos da metrópole, rompendo com uma série de convenções estilísticas através de objetos cotidianos, como a moda, por exemplo. BENJAMIN, Walter. **A modernidade e os modernos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975; BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1986, p. 219-220.

⁷³ O'NEILL, Alistair. John Stephen: uma apresentação de masculinidade da Carnaby Street 1957-1975. **Fashion Theory**, São Paulo, v. 1, n. 4, dez. 2002, p. 121.

⁷⁴ Não cabe entrar no mérito sobre a criação da minissaia, onde alguns estudiosos afirmam que foi feita por Mary Quant e outros atribuem a criação à André Courrèges. Divergências à parte, o intuito é informar ao leitor as principais boutiques existentes em Londres. REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda - 1960**. São Paulo: Publifolha, 2013, p. 74.

Figura 4 - Jovens passeando pela Carnaby Street, em Londres, na década de 1960



Fonte: Baker.⁷⁵

Assim, a moda inglesa dos anos de 1960 começa a fervilhar em favor da juventude que estava nas esferas do consumo, e como consequência, dissociar a figura da mãe pela imagem da mulher jovem. As propagandas que abordavam a família “perfeita”, da década de 1950, foram substituídas pela publicidade juvenil e pelos seus espaços de sociabilidade nas ruas. Não obstante, como veremos ao longo do trabalho, Westwood e McLaren se estabelecem na King’s Road, nos anos de 1970, para atrair o público jovem

As revistas que orientavam como as mulheres deveriam se portar nos afazeres domésticos dividiam espaços com outras publicações impressas com conteúdos juvenis, destinada à meninas na fase da puberdade. Nas palavras de Vivienne sobre a efervescência em Londres: *We had beehives then, 60's coming. White shoes. Oh, God, I loved them! Whith little lace-ups like a nurse. They were fantastic. Rock and roll was just starting and as a teenager, I wanted to do what all the others teenagers were doing.*⁷⁶

⁷⁵ BAKER, Neal. Carnaby Street, miniskirts and topless models – incredible pics reveal how London sparked the Swinging 60s. **The Sun**, London, 12 set. 2018. Disponível em: <https://www.thesun.co.uk/news/7238411/london-1960s-carnaby-street-fashion-revolution-music/>. Acesso em: 06 jan. 2022.

⁷⁶ *Tínhamos grupos com os anos 60 chegando. Sapatos brancos. Oh, Deus, eu os amei! Com pequenos laços como uma enfermeira. Eles eram fantásticos. O rock and roll estava apenas começando e, como um a adolescente, eu queria fazer o que todos os outros adolescentes estavam fazendo.* Depoimento extraído do documentário do documentário WESTWOOD – PUNK, ÍCONE E ATIVISTA. Direção Lona Turcker. Inglaterra: Greenwich Entertainment. 1 Filme documentário, 1DVD, son., color, 1 hora: 23 minutos.

2.2 KILL ALL HIPPIES: BREVE ANÁLISE DOS MOVIMENTOS CONTRACULTURAIS PRÉ-PUNK

Vivienne Westwood faz questão de dedicar um espaço em seu site oficial para registrar os primórdios da sua trajetória artística, que vai desde 1971 até a década de 1980⁷⁷. No primeiro parágrafo do texto uma afirmação nos revela uma das características mais fortes do movimento punk:

The hippie movement was still the fashion look of late 1960s London, but this did not inspire Vivienne Westwood and Malcolm McLaren, they were more interested in rebellion and in particular 1950s clothing, music and memorabilia. Vivienne began by making Teddy Boy clothes for McLaren and in 1971 they opened Let it Rock at 430 Kings Road.⁷⁸

O movimento hippie foi, considerado ao lado do punk, como um dos principais movimentos de contracultura. O punk, entretanto, causava repulsa ao espírito rebelde que atingiu o seu ápice nos anos 1970, especialmente, em Londres. Não somente o visual deveria ser combatido, mas sobretudo os ideais de paz e amor que permeavam a juventude da década de 1960. Sob este prisma, é válido analisar e diferenciar outras manifestações juvenis, cuja ligação com a música também estava presente:

O rock foi mais que uma música: moveu-se desde o início com o impulso de uma contracultura que se espalhou pela vida cotidiana. O rock se identificou de um modo extramusical: sustentada pela música, a cultura rock definiu os limites de um território onde houve mobilização, resistência e experimentação.⁷⁹

O ápice do movimento contracultural, entretanto, teve sua fase embrionária na metade do século XX que precisa ser levada em consideração para compreendê-la, sobretudo, os grupos juvenis da Inglaterra: a existência dos *beatniks* nos Estados Unidos e outros grupos

⁷⁷ THE STORY is so far (1971-1980). **Vivienne Westwood Blog**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/the-story-so-far/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

⁷⁸ O movimento hippie ainda estava na moda no final dos anos 1960 em Londres, mas não inspirou Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, que estavam mais interessados na rebelião e nas roupas, nas músicas e nas recordações da década de 1950. Vivienne começou a fazer roupas no estilo Teddy Boy para McLaren e em 1971 eles abriram a Let It Rock, localizada na Kings Road. Tradução livre. THE STORY is so far (1971-1980). **Vivienne Westwood Blog**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/the-story-so-far/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

⁷⁹ SARLO, Beatriz. Jovens. In: SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 34-35.

menores ingleses e marginalizados que transformariam a moda, como os *Teddy Boys*⁸⁰ e os *Mods*⁸¹

Colocados alguns estilos que desde a década de 1940 já conseguiam expressar um pouco da sua força através da moda, se faz necessário compreender, inicialmente, os conceitos em torno da contracultura e os seus sentidos, que não são únicos:

De um lado, o termo contracultura pode se referir ao conjunto de movimentos de rebelião e juventude [...] que marcaram os anos 60: o movimento hippie, a música rock, uma certa movimentação nas universidades, viagens de mochila, drogas, orientalismo e assim por diante. [...] De outro lado, o mesmo termo pode se referir a alguma coisa mais geral, mais abstrata, um certo espírito, um certo modo de contestação, de enfrentamento diante da ordem vigente, de caráter profundamente radical e bastante estranhos às formas mais tradicionais de oposição a a esta mesma ordem dominante. [...] Uma contracultura, entendia assim, reaparece de tempos em tempos.⁸²

Para adentrarmos na influência do rock e de seus sucessivos grupos que estavam à margem da sociedade, devemos observar os impulsos juvenis para além da categoria social, mas como uma faixa etária passível de transformações políticas. Essa questão foi amplamente discutida por alguns teóricos.

O sociólogo Jack Newfield⁸³, ao abordar os movimentos revolucionários dos Estados Unidos, afirma que a década de 1950, não poderia ser considerada uma geração sólida, com características peculiares, uma vez que a única coisa que a marcava era a apatia e desprezo pela política desse período. O sociólogo Pierre Bourdieu, anos mais tarde, na década de 1970, concede uma entrevista cujo título parece ser autoexplicativo. Em *A "juventude" é apenas uma palavra*⁸⁴, Bourdieu afirma que a categoria juvenil, para além de separar das pessoas mais velhas, seria uma manipulação que ocorre desde a Idade Média. Uma forma de se insentir de obrigações e de levar uma vida mais lúdica, no que se refere ao campo social, em que ele cita o cinema e o teatro, por exemplo:

⁸⁰ Na descrição de Françoise Vincent-Ricard os Teddy-Boys constituem por um grupo de jovens ingleses que se inspiravam no estilo refinado, mas agressivo, cuja indumentária era basicamente ternos de veludos coloridos, frutos de uma mistura entre classe média e pobre. Eram majoritariamente masculinos. VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. São Paulo: Paz e Terra, 2008, p. 149.

⁸¹ Também eram grupos masculinos ingleses, com mais condições financeiras, para se vestir, através de ternos italianos. Eram vistos frequentemente nos bares e cafés da cidade, remetendo a figura do dândi do século XVIII. VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. São Paulo: Paz e Terra, 2008, p. 145.

⁸² PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **O que é contracultura**. São Paulo: Brasiliense, 1992, p. 20-22.

⁸³ NEWFIELD, Jack. **Movimientos revolucionarios en E.U.A.** Barcelona: Martinez Rocha, 1969.

⁸⁴ BOURDIEU, Pierre. A "juventude" é apenas uma palavra. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Porto: Fim de Século Edições, 2003, p. 151-162.

[...] a idade é um dado biológico socialmente manipulado e manipulável; e que de fato falar de jovens como uma unidade social, de um grupo constituído, dotado de interesses comum, e de se definir esses interesses a uma idade definida biologicamente, constitui já uma evidente manipulação.⁸⁵

Tal afirmação, todavia, precisa ser interrogada. A década de 1950, em especial os Estados Unidos, foi pautada pela ascensão do rock'n roll e a sua proximidade com a cultura jovem, interferindo até mesmo o mercado consumidor. Como já foi salientado nas páginas anteriores deste trabalho, a geração baby boom vai ter a sua identidade reforçada nesse período.

A noção de juventude já estava sendo gerada bem antes, segundo Jon Savage. Sua premissa é de que sempre existiu grupos marginalizados, com uma faixa etária que não era mais infantil, mas que também não poderia ser considerada adulta. Tal período compreende desde o século XIX até 1945, antes da eclosão de natalidades que viriam à seguir. Savage denomina esse período como *Teen Age*.⁸⁶

É um período embrionário para o autor, que observa esse movimento juvenil na Alemanha, nos Estados Unidos e na Inglaterra. Passada essa fase *Teen Age*, a juventude se transforma em uma classe importante, que tem sua própria linguagem e símbolos de identificação e que começam a ser retratados pela mídia:

Tudo que é velho passa a ser desvalorizado, a idade adulta rejuvenesce: a juventude passa a ser adolescência. Isso é retratado nas produções cinematográficas: de repente, saem de cena as fugas e a rebeldia que caracterizava a subcultura marginal, criadas pelos jovens da década de 50, e surge a cultura social dominante nos anos 1960. Adotando comportamentos produzidos e estimulados pelos meios de comunicação, a juventude passa a ser não mais um estágio intermediário entre a infância e a vida adulta, mas um ideal de pleno desenvolvimento humano.⁸⁷

E esse processo fez parte das vivências de Westwood, que estava no olho do furacão quando a juventude se transforma em um fenômeno social. Ian Kelly afirma como a estilista foi influenciada por este momento que serviu de inspiração para as suas primeiras coleções:

[...] a energia e a promessa de liberação pessoal e sexual que faziam parte desse som americano que assumiu um sentido furtivo e underground, no contexto da Grã-Bretanha. Isso também afetou a história de Vivienne, em parte porque o rock'n roll foi expressado e citado em quase tudo que ela veio a criar mais tarde, primeiro com Malcolm McLaren ("Vive le Rock", "Let it Rock"), no contexto do rock'n roll nos anos 1970, e depois sozinha. Além disso, o rock dos anos 1950, tornou-

⁸⁵ BOURDIEU, Pierre. A "juventude" é apenas uma palavra. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Porto: Fim de Século Edições, 2003, p. 153.

⁸⁶ SAVAGE, Jon. O ano zero. In: SAVAGE, Jon. **A criação da juventude**: como o conceito de teenage revolucionou o século XX. Rio de Janeiro: Rocco, 2009, p. 486-498.

⁸⁷ ZIMMERMANN, Máira. **Jovem Guarda**: moda música e juventude. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013, p. 22.

se cultuado não só por causa da música, mas também porque dava aos adolescentes como Vivienne a possibilidade de se expressarem seu entusiasmo com essa nova mania por meio das roupas.⁸⁸

Partindo desse pressuposto, já na década de 1950, existe tipos diferentes de jovens e como eles respondem às questões de sua época. Posteriormente, esses grupos vão ficando cada vez mais variados. O punk, por exemplo, por se consolidar como um estilo musical, no início dos anos 70, além de se materializar na forma de se vestir e de se portar, não concordava com algumas pautas do movimento hippie, amplamente divulgado pela mídia e pelo mercado cultural⁸⁹. Entretanto, assim como o punk, o movimento hippie vai sair da marginalidade juvenil para ganhar força e protagonismo para adentrar no mainstream. Desta feita, não podemos deixar de lado os contextos sociais que estavam localizados tais movimentos.

A década de 1960, em especial nos Estados Unidos, enfrentava os horrores da Guerra do Vietnã, o acirramento da Guerra Fria, o assassinato do presidente democrata John Kennedy e a invasão à Cuba. Paris enfrentava a revolta juvenil. Um contexto social muito diferente da década anterior, que foi pautada pelo crescimento econômico⁹⁰ e o estilo de vida que representava um sonho para as classes médias, cujo *american way of life* foi fundamental para moldar uma nova fase do capitalismo e que provavelmente atingiu o seu melhor momento. Em contrapartida, os Estados Unidos decretava o fechamento do Partido Comunista em 1957.

Na Europa, em especial Paris, existiam figuras notáveis que compartilhavam o desprezo pelos horrores marcados pela Segunda Guerra Mundial e as incertezas causadas pela Guerra Fria. A filosofia do existencialismo, como “uma subversão da subjetividade contra a ossificação das formas de vida burguesa, conta as restrições normativas e cerimoniais arraigadas nessa forma de vida”⁹¹ que eram difundidas entre os intelectuais franceses, entre eles Jean-Paul Sartre e Simone de Beauvoir. O ponto alto desse sentimento de recusa contra às normas propostas pela sociedade e as políticas vigentes veio através de Maio de 1968.

⁸⁸ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2016, p. 88.

⁸⁹ Para compreender esse processo da contracultura dos anos de 1960, onde o movimento hippie cai nas graças da indústria da moda, sugiro a leitura da Dissertação de Mestrado de Denise Oliveira Gonçalves, intitulada “**Avesso e direito: movimento hippie e mercado cultural da moda**”, História/UFRJ, 2007.

⁹⁰ O historiador inglês Eric Hobsbawm também demonstra que a Inglaterra gozava de uma boa fase econômica e reporta que esse momento foi utilizado como slogan da política britânica: Durante os anos 50, sobretudo nos países “desenvolvidos” cada vez mais prósperos, muita gente sabia que os fatos tinham de fato melhorado, especialmente se suas lembranças alcançavam os anos anteriores à Segunda Guerra Mundial. Um primeiro-ministro conservador britânico disputou e venceu uma eleição geral em 1959 com o slogan “Você nunca esteve tão bem”, uma afirmação sem dúvida correta. HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 253.

⁹¹ HELLER, Agnes. **Teoria de los sentimientos**. México: Fontamara, 1987, p. 22.

Para Jacob Russel, a geração beat foi o primeiro movimento contracultural,⁹² “dotado de ethos, se não de um programa, eles em parte engendraram a contracultura dos anos 60 e nela se fundiram.”⁹³ Tal crítica ao consumismo, Herbert Marcuse vai definir como “A Grande Recusa”⁹⁴, uma forma de resistência ao adotar os padrões de vida moldado pelo consumismo da classe média norte-americana, através de uma sociedade altamente produtiva e que induz ao consumo, além do seu cunho opressor e cerceador das liberdades individuais. Helena Abramo relaciona a recusa desses jovens com o estilo de vida vigente, se aproximando das informações de Marcuse e Jacob, onde os diversos movimentos juvenis contruibuiram para este processo:

Pode-se dizer que, de forma geral, a percepção que se estabeleceu sobre esses distintos tipos de manifestações juvenis é a de que eles se estruturam como uma crítica do modo de vida industrial/burguês (isto é, à mecanização, padronização, hipocrisia, ausência de sentido, etc.) como expressão de uma recusa a se incorporar a esse modo de vida por parte de pessoas que estão para entrar nele. Essa crítica e essa recusa se expressariam seja pela busca de valores ligados à natureza e à comunidade (do movimento românticos aos hippie, passado pelo movimento juvenil alemão), seja pela construção de um modo de vida excêntrico, fora dos padrões dominantes, inspirando em culturas estrangeiras e em setores de marginalizados da sociedade – como na boêmia, nos fãs do jazz, do movimento beat etc – seja pela aliança com os setores dominados e discriminados, como no caso das relações ente os movimentos estudantis e os movimentos políticos.⁹⁵

Desta forma, o rock’n roll que se apresentava como trilha sonora do período⁹⁶, era ignorado pelos beats que optavam pelo jazz e folk, cujos estilos acompanham as dores da classe trabalhadora dos Estados Unidos. Sob a descrição da historiadora Denise Oliveira Gonçalves:

Compreendida por alguns autores como [Russel] Jacoby, enquanto uma geração que criticava valores caracteristicamente norte-americanos, como a acumulação financeira, a racionalidade e a política, os beats assinalaram o surgimento não apenas de uma literatura, mas de toda uma cultura marcada pelo envolvimento pessoal, pela

⁹² PATRIOTA, Rosangela. Jim Morrison: o poeta xamã dos anos 60. **Cultura Vozes**, Petrópolis, v. 91, n. 2, p. 81-95, mar./abr. 1997.

⁹³ JACOBY, Russel. **Os últimos intelectuais**: a cultura americana na era da academia. São Paulo: Trajetória Cultural, 1990, p. 67.

⁹⁴ MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial**: o homem unidimensional. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

⁹⁵ ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis**: punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo: Scritta, 1994, p. 20.

⁹⁶ No final da década de 1950 até meados dos anos 1960, o rock era um estilo musical eleito como hino da juventude. Entretanto, apesar de fazer apologia a conteúdos sexuais, seus artistas e respectivas composições não se enveredavam pelas causas políticas e tampouco por questões existencialistas. O folk e o jazz eram gêneros musicais que cumpriam esse papel, dando ênfase na classe trabalhadora e em problemas raciais. Contudo, no final da década de 1960, o grupo musical Beatles passam a ser considerado como a maior banda de rock da época e, posteriormente, busca influências do movimento beat nos seus próximos trabalhos, através do experimentalismo oriental e das constantes interlocuções com o poeta Allen Ginsberg. Assim, o general musical inicia várias vertentes de estilo, algumas com reivindicações altamente políticas e contestatórias. FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll**: uma história social. Rio de Janeiro: Record, 2004.

importância assumida pelas pequenas realidades do cotidiano e pela identificação com as minorias raciais. [...] Entretanto, para além de um simples movimento estético literário, entendendo que a “geração beat” configurou-se enquanto crítica à cultura do consumismo, tendo como principal referência a adoção de um estilo de vida alternativo ao proposto e legitimado pela sociedade norte-americana.⁹⁷

Mesmo com oposições musicais ao gênero do rock’n’ roll, os beats foi essenciais para os grupos contraculturais que vieram a seguir, como por exemplo, “marxismo e o maoismo revividos, mas a sexualidade, as drogas, o misticismo e a loucura dos anos 60 [...]”⁹⁸

Ainda que estivesse muito focado na literatura, os beats compartilhavam uma identidade visual que colocavam os limites entre o “eu” e “eles”, já que “usavam gola rolê e jeans, casaco de lona e óculos escuros. Eram artistas marginais que adoravam jazz e poesia e acreditavam que a pena era mais forte do que a espada.”⁹⁹

Na próxima década, esses movimentos começam a ganhar definições visuais mais explícitas, com o *Swinging Sixties*, e ascensão dos Beatles. Como colocamos no primeiro tópico deste capítulo, o visual deveria ser um elemento definidor entre os jovens e os adultos, além das modas de rua se transformarem em uma espécie de antimoda.

Mas se tratando de Inglaterra, o beat não era a única figura que apresentava características contraculturais. Jon Savage faz uma relação sobre os pequenos grupos londrinos da década de 1940, que eram caracterizados por estilos difenreciados do modo de vida burguês, e que foram adotados para a formação da primeira fase da loja de Vivienne e Malcolm, bem como outras boutiques localizadas na King’s Road:

Uma jaqueta dos anos de 1960 podia ser usadas com calças zoot-suit e creepers no estilo dos Teddy Boys: sapatos enormes, de sola grossa, não muito diferentes daqueles usados pelo Zazous parisienses da década de 1940. O efeito era ao mesmo tempo surpreendente, alucinante e assustador. Essa bricolagem viva revelou-se, fora sugerida pelas roupas vendidas nas várias encarnações do número 430 da King’s Road, a loja dirigida por Malcolm McLaren e Vivienne Westwood.¹⁰⁰

Partindo desse pressuposto, existiam diferentes modismos pós-guerra que não necessariamente era composto pela geração beat, e que posteriormente se deflagrou na era *hippie*. Os ingleses também tinham seus subgrupos, que através das suas vestimentas, ações e

⁹⁷ GONÇALVES, Denise Oliveira. **Avesso e direito: movimento hippie e mercado cultural da moda**. 2007. 132 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007, p. 71.

⁹⁸ JACOBY, Russel. **Os últimos intelectuais: a cultura americana na era da academia**. São Paulo: Trajetória Cultural, 1990, p. 77.

⁹⁹ REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda -1950**. São Paulo: Publifolha, 2013, p. 62.

¹⁰⁰ SAVAGE, Jon. **A criação da juventude: como o conceito de teenage revolucionou o século XX**. Rio de Janeiro: Rocco, 2009, p. 12.

gestos mostravam resistência ao status quo. E que serviram de inspiração, através dessa fusão de estilos, para a formação do movimento punk. Apesar dessa bricolagem entre estilos marginais, que não tinham tanto repertório no campo filosófico e literário quantos os beats, também ambicionavam a ruptura de certos padrões vigentes na época.

Alguns estudos apontam a existência das *teddy-girls*, ao se colocar de frente a masculinização agressiva promovida pelos subgrupos londrinos. Ao fazer a junção entre os rocker americanos e o estilo eduardiano, essas jovens se destacavam com um visual que recusavam a feminilidade da década de 1950, marcado pelo New Look, onde a silhueta feminina era exacerbada. As teddy focavam em um estilo masculino para época, como cabelos presos, calças compridas e terninhos.¹⁰¹

Figura 5 - Teddy girls em 1995



Fonte: Russel.¹⁰²

As Teddy Girls também atuavam politicamente contra as misérias promovidas pela segunda guerra, que recaíam nas classes mais baixas, apesar de não ter o mesmo apelo que tiveram o movimento *beat*. Entretanto, esses grupos não eram bem recebidos pela sociedade inglesa e pela imprensa do período.¹⁰³

¹⁰¹ GALLAGHER, Paul. 'The last of the teddy girls': Ken Russell's nearly lost photographs of London's teenage girl gangs. **Dangerous Minds**, [S. l.], 13 fev. 2015. Disponível em: https://dangerousminds.net/comments/the_last_of_the_teddy_girls_ken_russells. Acesso em: 16 fev. 2022.

¹⁰² RUSSEL, Ken. Ken Russell's post-war London – in pictures. **The Guardian**, London, 29 nov. 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2016/nov/29/ken-russell-post-war-london-in-pictures-rolleicord-teddy-girls>. Acesso em: 06 jan. 2022.

¹⁰³ PETO, Michael. Observer picture archive: Teddy boys and teddy girls, 19 June 1955. **The Guardian**, London,

Ainda existe poucos estudos sobre esses grupos de jovens, uma vez que ainda estavam presentes questões referentes aos papéis de gênero nas subculturas. Mas pelo fato de Westwood ser interessada nas figuras representadas pelos teddy-boys, se coloca em aberto a possibilidade dessa vertente feminina ter alguma influência para a construção do seu estilo anos mais tarde.

Essa bricolagem inglesa, como pontuou Jon Savage, também foi um exemplo oriundo das culturas juvenis aliadas à música:

[...] dançando ao lado do visual do rock and roll havia uma cena rival de roupa jovem cult saída do período imediatamente pós- guerra e que foi descrita no início da era neoeduardiana, e depois ficou conhecida como “Ted”. O estilo fundia elementos do dandismo eduardiano com o tecido americano de caimento pesado que estava sendo importado por Cecil Gee, entre outros, e que seus casacos compridos de corte reto, acenava tanto para o terno zoot americano quanto para o sobretudo eduardiano. “Como dos Teddy Boys [(a encarnação da classe operária) que surgiram mais tarde] ficaram associados à violência adolescente [...] nascia a ideia de roupas estilosas como uma ameaça à sociedade”, escreveu o historiador de roupas Colin Woodhead.¹⁰⁴

Mesmo com essas influências pautadas em uma classe operária em Londres, que posteriorme endossaram o movimento punk, não se pode ignorar as proximidades com o *hippie*, ainda que exista divergências entre esses dois grupos. A prática *Do It Yourself* foi consolidado na década de 1960, onde os adolescentes se recusavam a fazer parte da indústria da moda. Destarte, era necessário customizar a própria roupa “estimulando a experimentação, a imaginação e pregando a máxima do do it yourself (“faça você mesmo”), em contraposição às facilidades da possibilidade de reprodução, que permitia a criação de peças únicas.”¹⁰⁵

E no mesmo caminho do punk, o movimento hippie, inicalmente relegado a categoria de antimoda ao elaborar seus próprios elementos de significação, foi cooptado pela indústria fashion rapidamente. Tupã Gomes completa com o termo de “recriação comercial de protesto”.¹⁰⁶

Apesar dessas proximidades, os grupos antiburgueses na Inglaterra, se reconheciam mais nos *Teddy Boys* e nos *Modes*, do que na “geração paz e amor” promovida pelos hippies. Na sociedade inglesa, sobretudo no início dos anos de 1970, o individualismo tomou conta do coletivo. Tais discursos pacíficos não correspondiam aos milhares de jovens ingleses que faziam

17 jun. 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/jun/17/observer-archive-teddy-boys-and-teddy-girls-19-june-1955>. Acesso em: 04 dez. 2021.

¹⁰⁴ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 89.

¹⁰⁵ GONÇALVES, Denise Oliveira. **Avesso e direito: movimento hippie e mercado cultural da moda**. 2007. 132 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007, p. 52.

¹⁰⁶ CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock nos passos da moda: mídia, consumo x mercado**. Campinas: Papirus, 1989, p. 89.

parte das classes operárias, uma vez que “unlike the pop and hippie merchandise of other London emporia, they rejected the “sickly sweet hippie look” (Cardella 1996) and looked towards the nostalgia of teddy boys, bondage wear, biker gear and 1950s style rocker clothes.”

107

Em 1971, com a loja Let It Rock, localizada na King’s Road, a camiseta se tornava peça-chave para trazer a tona a constestação juvenil, apoiando-se nas características visuais dos Teddy Boys:

[...] os ternos dos Teddy Boys que ela fez para Malcolm McLaren e as camisetas jeans que foram o pilar das suas criações da Let It Rock – tiveram suas origens na moda dos soldados saídos da guerra, durante a sua adolescência, e foram retrabalhadas por ela como moda de guerrilha urbana nos anos 1970. [...] Eles são os primeiros ingredientes do visual Vivienne Westwood, e os primeiros designs da loja na King’s Road. E como uma parte considerável da trajetória de Vivienne, uma história feita à mão, faça-você-mesmo.¹⁰⁸

Figura 6 - Uma das primeiras camisetas feitas por Vivienne Westwood durante a fase Let It Rock: homenagem ao músico norte-americano de rockabilly Gene Vincent e incorporação de correntes nas laterais



¹⁰⁷ Ao contrário da mercadoria pop e hippie que estavam presentes em outras lojas em Londres, eles rejeitavam a ideia dos looks “bobos e doces” dos hippies e procuravam apartir da nostalgia dos Teddy Boys, roupas fetichistas, equipamento de motociclistas e roupas dos anos 1950 para montar os seus looks. CRAICK, Jennifer; PEOPLES, Sharon. Exhibition review: Vivienne Westwood: 34 years in fashion. **Fashion Theory**, London, v. 10, n. 3, p. 387-399, 2006.

¹⁰⁸ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 90-91.

Fonte: artsandculture.google.com.

A loja de Westwood foi ganhando novas formas, a partir das mudanças de estilo juvenil e musical, ao se transformar em um ambiente que fez uma interpretação da moda punk. No próximo capítulo, destinamos a investigação da estética punk e a formação de códigos agressivos e homoeróticos nas camisetas que serviam como contraponto de uma sociedade conservadora inglesa pós anos 1960.

3 A REVOLTA E A IRREVERÊNCIA PUNK ATRAVÉS DO *DO IT YOURSELF*: JUVENTUDE, DESOBEDIÊNCIA E FETICHE NAS CAMISETAS DE VIVIENNE WESTWOOD E MALCOLM MCLAREN

Não há filosofia que não pode ser impressa numa camiseta.

(Tom Stoppard)

A moralidade sexual que inibe o desejo à liberdade.

(Malcolm McLaren)

Em 2021, o cineasta espanhol Pedro Almodóvar, lançou o filme *Mães Paralelas*¹⁰⁹. O enredo gira em torno de duas mulheres, de diferentes idades, que descobrem suas respectivas gravidezes. Jana (Penélope Cruz) é uma mulher independente financeiramente, que aparenta ter um pouco mais de quarenta anos. Apesar de não estar em um relacionamento sério, ela engravida e reage positivamente à notícia, pois o seu relógio biológico estava cada vez mais próximo do fim. O contraponto da personagem de Jana é a jovem Ana (Milena Smit) que tem uma gravidez não planejada. Ana não tem uma boa relação com a sua mãe, nem com o pai de seu filho, além de não ter condições de criar uma criança.

Ambas se encontram na sala de parto, e Jana tem uma relação quase maternal com Ana. Ao longo do filme, observamos a proximidade dessas duas mulheres de origens diferentes, de poderes aquisitivos diferentes, mas que precisam criar suas filhas sem a ausência de uma figura paterna.

Todo o enredo do filme descrito até aqui é para chamar atenção a um detalhe curioso da personagem interpretada por Penélope Cruz. Uma das cenas da película é ambientada na cozinha de sua casa. Jana está vestindo uma camiseta escrita WE SHOULD ALL BE FEMINIST.

¹⁰⁹ MÃES Paraelas. Direção: Pedro Almodóvar. Produção: Agustín Almodovár, Esther García e César Pardiñas. Madrid: O2FILMS, 2021.

Figura 7 – Mães Paralelas (2021), de Pedro Almodovar



Fonte: <https://delas.ig.com.br/colunas/luciana-teixeira-morais/2022-02-27/maes-paralelas-madres-paralelas-pedro-almodovar-penelope-cruz-milena-smith-maternidade.html>

A mensagem WE SHOULD ALL BE FEMINISTS, foi retirada de um *TED* talk feito pela escritora e ativista nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, em 2013. No ano seguinte, ela lançaria um livro com o mesmo título, publicado em português pela Companhia das Letras com o título *Sejamos todos feministas*.¹¹⁰

Sejamos todos feministas é um próprio relato do início da vida de Chimamanda e a sua percepção do feminismo como uma característica negativa, sobretudo sendo nigeriana. Mas a questão de igualdade de gênero foi essencial em toda a sua criação, uma vez que a proposta da autora é colocar o tema em prática para ser repassado pelas próximas gerações.

Em 2017, após o sucesso comercial do livro, a primeira estilista mulher da *Dior*, Maria Grazia Chiuri, lançou uma coleção de camisetas brancas com a frase da escritora. Rapidamente *influencers* e celebridades exibem a mensagem sobre o feminismo através de suas camistas.

Não devemos esquecer o contexto social que o lançamento das camisetas estavam inseridas. O debate sobre o feminismo, sobre os assédios sexuais e profissionais, se tornaram a pauta do dia.¹¹¹ Sobre a sua frase estampada na camiseta e vendida por aproximadamente 500

¹¹⁰ ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *Sejamos todos feministas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

¹¹¹ Em 2017, uma série de denúncias de assédio que ocorreram na indústria cinematográfica foram publicadas no jornal New York Times, pelos jornalistas Jodi Kantor e Megan Twohey. Posteriormente, as denúncias ganharam uma mobilização global nas redes sociais, com o uso da #MeToo durante as postagens. COSTA, Julia Lourenço. Memória e des-memória discursiva no movimento ciberfeminista. *Revista Eletrônica de Estudos em Discurso e Argumentação*, Ilhéus, n. 18, p. 38-56, jan./abr. 2019.

euros, Chamamanda não desaprova o uso popular do seu discurso através de uma peça de roupa da Dior:

Não que uma t-shirt não vá mudar o mundo, a mudança acontece quando as ideias são difundidas. Temos uma geração jovem que está desmascarando o sexismo. Temos moças que passaram por coisas, mas não sabem como chamá-las. Se você tem uma camiseta que diz 'feminista', você está dando ferramentas e uma linguagem para falar daquelas coisas que elas já vivenciaram.¹¹²

A marca *Dior* utiliza de uma peça de vestário para colocar a sua mensagem. Essa mensagem tem relação com a personagem interpretada pela Penélope Cruz. A roupa nos indica uma mulher com convicções feministas e independente. É o papel da moda exibindo uma linguagem não verbal, trabalhando a partir de signos e significados, como discutiu Roland Barthes em *Sistema da Moda*¹¹³.

Deste modo, o segundo capítulo deste trabalho traz a seguinte indagação: como uma peça acessível de roupa, de uso comum, se transforma em objeto de consumo? E até que ponto uma camiseta pode ser usada como um meio de contestação?

Partindo desses questionamentos, o assunto de maior relevância neste capítulo é trabalhar com algumas imagens e mensagem produzidas pelas camisteas de Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, quando eles rebatizam a loja para o nome *SEX*, em 1974. Apesar da indumentária punk trazer uma série de elementos no que se refere ao estilo próprio do grupo juvenil, são as camisetas que serão destacadas neste trabalho. Grande parte delas contém assuntos polêmicos como homoerotismo, pornografia, suástica, símbolo do anarquismo, frases situacionistas e receitas de bombas caseiras.

Deste modo, temos um panorama para compreender um pouco mais da estética punk para além dos cabelos espetados, coturnos, correntes e alfinetes. Tais imagens subvertem a lógica da beleza, transformando a moda como uma vestimenta de oposição. Mas assim como vimos na unidade anterior, a antimoda rapidamente é apropriada pelo mercado da moda¹¹⁴, segundo Lipovetsky. E a indústria cultural aciona o seu processo de “deglute e assimila”¹¹⁵, cujo sistema de mercado absorve e incorpora certos elementos da rua, deixando de fora outras

¹¹² FERRERO, Clara. La historia de ‘esa’ camiseta de Penélope Cruz en ‘Madres Paralelas’. *El País*, Madri, 09 out. 2021. Disponível em: <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/penelope-cruz-camiseta-feminista-dior-madres-paralelas/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

¹¹³ BARTHES, Roland. *Sistema da moda*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

¹¹⁴ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

¹¹⁵ CARMO, Paulo Sérgio do. *Culturas de rebeldia: a juventude em questão*. São Paulo: Senac, 2000.

características, geralmente mais agressivas. É o que o filósofo Lars Svarden vai chamar de “domesticação”¹¹⁶ da moda.

Foi utilizando um exemplo tão recente que podemos perceber o ciclo que está por vir: uma simples camiseta, ao longo do tempo, pode se tornar objeto de desejo. E pode ser também objeto de contestação e agressividade.

3.1 DA CAMISETA BRANCA A IMAGENS AMBULANTES: UM BREVE PANORAMA DA CAMISETA ENTRE AS DÉCADAS DE 1950 A 1960

Nas últimas décadas, a camiseta foi um item do vestuário que mais se popularizou. Juntamente com a calça *jeans*¹¹⁷, a camiseta era um uniforme feito para a classe masculina e passou por inúmeras modificações até se tornar uma peça básica e banal do nosso cotidiano, inclusive subvertendo as noções de gênero. Chegou-se ao último estágio ao ser incorporada nas coleções de moda de algumas grifes conhecidas, como foi o caso da *Dior*. A camiseta é um exemplo concreto de como uma peça de vestimenta oriunda das classes trabalhadoras se transforma em objeto indispensável no guarda-roupas de todas as faixas etárias e grupos sociais.

Este tópico tem o objetivo de fazer um rápido panorama para compreender as mudanças complexas que foram fruto das transformações do seu tempo, “onde os sistemas [da moda] não são estáveis, evoluem e passam ao sabor da história”.¹¹⁸ Dessa forma, estar atento as mudanças através das camisetas, nos refletem a relação dos homens e o seus dialogos com o mundo a sua volta, bem como as formas de se pensar, ser e viver.

Semelhante ao desenvolvimento das calças jeans, os primórdios da camiseta¹¹⁹ eram tidas como peça de baixo, para proteger os homens da transpiração, além de aquecer durante o inverno. Aos poucos foram usadas pelos marinheiros, na década de 1940, ou para os

¹¹⁶ SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

¹¹⁷ A calça jeans, da forma como conhecemos, surgiu no século XIX, feita para proteger as pernas dos cowboys que lidavam com o gado e dos mineradores que se esforçavam fisicamente nos solos rústicos das minas. A peça foi desenvolvida pelo norte-americano Levi Strauss, que inicialmente substitui o item feito de lona, por um tecido denim azul. No século seguinte, outros trabalhadores utilizavam a calça jeans para protegerem as pernas dos serviços pesados, além de fornecer maior locomoção. Após a Segunda Guerra Mundial, o jeans se populariza entre os jovens, através do cinema, em filmes como *Juventude Transviada* (1955). PEZZOLO, Dinah Bueno. **Por dentro da moda: definições experiências**. São Paulo: Senac, 2009, p. 152.

¹¹⁸ BARTHES, Roland. **O grão da voz**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995, p. 71.

¹¹⁹ Especula-se muito sobre as primeiras vezes que as camisetas foram utilizadas. Uma das hipóteses é que *Michelangelo* teria esculpido na obra *O escravo moribundo*, além de aparentemente estar presente em obras de *Manet* e *Ronoir*, ambas no século XIX. Podemos citar alguns desenhos cujos personagens utilizavam a peça de roupa, como *Popeye* (1929) e o *Zé Carioca* (1941). De qualquer forma, o que nos interessa é o uso da camiseta como real vestimenta, usada no cotidiano. BARREIRA, Roberto. **A história da camiseta**. Rio de Janeiro: [s. n.], 1988.

trabalhadores braçais que exibiam os membros do corpo por causa do suor, além de virar um traje de banho e esporte durante algum tempo. A camiseta, até então, ficaria restrito ao vestuário masculino:

A peça de algodão só era exposta sem pudores nos corpos de homens em seus trabalhos braçais, fazendo parte ainda do uniforme de atletas e de alguns “ousados” trajes de banho. Durante a Segunda Guerra Mundial, a malha simples de algodão branca viria a atender aos soldados americanos, que a usavam de diferentes maneiras, como toalhas, máscaras contra a fumaça, chapéus, ou até mesmo como bandeira branca.¹²⁰

Sob este prisma, na década de 1950, a camiseta atinge o público juvenil, onde o cinema lança ídolos juvenis como Marlon Brando, no papel de cunhado rude e grosseiro da protagonista da trama, Banche Dubois (Viven Leigh), em *Uma rua chamada pecado* (1951) e poucos anos depois, no papel de líder de uma gangue de motocicletas em *O Selvagem* (1953). Em 1955, o ator James Dean, também se transforma em símbolo de rebeldia em *Juventude Transviada* (1955), cujo personagem também é um jovem que lidera uma gangue violenta.

Tanto Marlon Brando quanto James Dean se transformam em estrelas juvenis ao interpretarem figuras masculinas marginalizadas, e rapidamente, se transformaram em símbolos de identificação juvenil. É o que Edgar Morin chama de “star system”, que transforma os atores em divindades, desde o início do século XX, com o fim do cinema mudo.

Contudo, nos anos de 1950, a imagem desmistificada dos atores passam a ser adoradas pelo público juvenil, onde a figura do personagem mescla com a vida íntima do artista, já que não são “modelos culturais, guias ideais, mas simplesmente imagens exaltadas, símbolos de uma vida errante e de uma busca real”.¹²¹

¹²⁰ CALZA, Márlon Uliana. Grito silencioso: a camiseta como forma-protesto no discurso da moda. In: COLÓQUIO DE MODA, 2007, São Paulo. *Anais* [...]. São Paulo: Abepem, 2007, p. 2.

¹²¹ MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989, p. 132.

Figura 8 - Marlon Brando interpretando Stantey Kowalski, em Uma rua chamada pecado (1951)



Fonte: Limeira.¹²²

Figura 9 - James Dean



Fonte: Folha de São Paulo.¹²³

¹²² LIMEIRA, Paola. A importância de 'Uma Rua Chamada Pecado' com Marlon Brando para Hollywood. **Universo Retrô**, Santana, 28 jul. 2015. Disponível em: <https://universoretro.com.br/a-importancia-de-uma-rua-chamada-pecado-de-marlon-brando-para-o-cinema-mundial/>. Acesso em: 16 jan. 2022.

¹²³ JAMES Dean personificou as angústias da juventude da década de 1950. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 08

Cabe ressaltar, como já pontuamos no capítulo I, que as influências do cinema, sobretudo com a Figura 8 do Marlon Brando, foram decisivas para Vivienne lançar a sua primeira loja em 1971, chamada *Let It Rock*, cujo visual era dedicado aos jovens estrelas de cinema e da música:

[...] as camisetas, o couro e o jeans de Marlon Brando, James Dean e Elvis Presley eram o uniforme americano essencial da rebeldia adolescente durante os anos do rock and roll[...]. Eles são os primeiros ingredientes do visual de Vivienne Westwood, e os primeiros designs da loja na King's Road.¹²⁴

Passado o momento do uso da camiseta branca surrada que remetia a ideia de um bad boy, o cinema também demonstrou novas formas de se vestir a peça em questão. A atriz francesa Jean Seberg¹²⁵, por exemplo, traz novos elementos a este item do vestuário, como o uso de frases e a feminilidade da peça de roupa, até então voltado ao público masculino. Tais características podem ser vistas no filme francês *Acossado* (1960), dirigido por Jean Luc-Godard. Eis uma nova tendência no visual feminino, chamado de *preppy girl*¹²⁶, através de uma silhueta bem magra e cabelos curtos, posteriormente adotados pela modelo Twiggy e pela atriz norte-americana Mia Farrow.

A camiseta estava estampada com o logo da *New York Herald Tribune*, um jornal republicano dos Estados Unidos, onde Jean interpreta Patricia, uma vendedora de jornais que tem pretensão de se transformar em uma jornalista. A mensagem da camiseta, deixa de ser abstrata, e se conecta com a história da sua personagem.

fev. 2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/2016/02/1737298-james-dean-personificou-as-angustias-da-juventude-da-decada-de-1950.shtml>. Acesso em: 06 fev. 2022.

¹²⁴ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. *Vivienne Westwood*. Rio de Janeiro: Anfitheatro, 2016, p. 86.

¹²⁵ REED, Paula. *50 ícones que inspiraram a moda - 1960*. São Paulo: Publifolha, 2013, p. 10.

¹²⁶ Aprofundando sobre o termo *preppie*, Françoise Vincent-Ricard explica que o estilo vem dos estudantes das universidades, seguindo uma linha bem comportada. É oposto aos movimentos contraculturais, uma vez que os *preppies* querem fazer parte do establishment: “Sua ideologia se baseia nos referenciais tradicionais, na fidelidade aos valores estabelecidos e aceitos, num certo senso de perenidade”. VINCENT-RICARD, Françoise. *As espirais da moda*. São Paulo: Paz e Terra, 1989, p. 152.

Figura 10 - Jean Seberg e Jean-Paul Belmondo em *Acosado*(1961), de Jean-Luc Godard



Fonte: The Octopus's Garden.¹²⁷

Essa representação de *Acosado* também mostrava o que estava por vir, chamada de moda aberta, com as possibilidades de indistinção de gênero devido ao prêt-à-porter:

O processo de dinjunção, constitutivo da moda de cem anos, foi substituído por um processo de redução da diferença dos sexos no vestir que se lê, por um lado, inclusão, ainda que parcial, do vestuário masculino na lógica eufórica de moda, e por outro, na adoção cada vez mais ampla pelas mulheres desde os anos de 1960, de trajes de tipo masculino (calça, jeans, blusão, smoking gravata, botas). A divisão enfática e imperativa no padecer dos sexos se esfuma; a igualdade de condições prossegue sua obra, pondo fim ao monopólio feminino da moda e “masculinizando” parcialmente o guarda-roupa feminino.¹²⁸

Entretanto, o início dos anos de 1960, a relação entre a moda e a música, ganha mais força entre os adolescentes. Com as imagens de Elvis Presley vestindo uma camiseta listrada por baixo da jaqueta é a consolidação da junção moda e música. Para Morin, foi na fase final de James Dean, que o cinema deixou de ser protagonista da vida jovem e foi substituída pelo rock and roll:

¹²⁷ JEAN seberg “herald tribune” t-shirt (gray logo). *The Octopus's Garden*, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.octopussgarden.es/product/jean-seberg-herald-tribune-t-shirt/>. Acesso em: 06 fev. 2022.

¹²⁸ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 150.

A cultura adolescente, que opera sua primeira cristalização a partir dos filmes do James Dean, irá fixar o seu meio essencial de expressão da cultura não do cinema, mas no rock, na música, na dança. Uma dissociação capital se realiza durante os anos decisivos que vão de 1957 a 1962: o cinema continua sendo um espetáculo juvenil, certamente, mas o *star system* deixa de desempenhar o seu papel de modelo cultural dominante da juventude.¹²⁹

Mesmo o rock substituindo o cinema no que diz respeito ao estilo de vida juvenil, não podemos ignorar as contribuições da sétima arte no campo da moda. *Acossado*, um exemplo entre tantos outros, serviu para democratizar o uso da camiseta, minimizando a diferença de gênero. Ademais, a peça se transformou em um objeto semelhante a uma tela em branco, para colocar mensagens, frases e avisos, seja através de pinturas, slogans ou outdoors “que é afixado em painéis próprios montados nas ruas. Neste caso, o cartaz total é o conjunto das partes (folhas) que se unem para formar uma única mensagem”.¹³⁰

Assim, as pinturas e os desenhos¹³¹ revelam a psicodelia no movimento hippie, onde entra a ideia do *Do It Yourself*. Ao fazer a técnica manual do *tie dye*¹³², as camisetas já especificam, pelo menos na década de 1960, que estão inseridas a este movimento contracultural.

O efeito *tie dye* nas camisetas, foram rapidamente apropriadas pelo mercado da moda, sendo fáceis de encontrar em lojas de departamento, retirando o seu significado, cuja ideia original era negar o consumismo desenfreado da época e expressar uma nova maneira de ser e de se vestir:

O termo moda, quando empregado no contexto de mercado cultural da sociedade pós-industrial, refere-se a um vestuário ou indumentária composto a partir de tendência e valores artificiais que procuram “forjar” uma dada identidade, o que nos permite refletir acerca de uma moda hippie numa alusão ao look que ficou conhecido como “hippie de boutique” e que estaria segundo a hipótese central que orientava esse trabalho, dissociando do significado originalmente contido na composição indumentária hippie na década de 1960.¹³³

¹²⁹ MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989, p. 120.

¹³⁰ SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. Rio de Janeiro: Campus, 1999, p. 236.

¹³¹ Apesar de se originar das técnicas tradicionais de tratamento de tecidos do bandhani indiano e do shibori japonês, a tendência do tie-dye só pegou no Ocidente durante a década de 1960, com a indumentária hippie, já que esse movimento juvenil flertava com o orientalismo. HESS, Lian. A brief history of the political t-shirt. **DAZED Magazine**, [S. l.], 13 fev. 2018. Disponível em: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/39007/1/brief-history-of-political-t-shirt-westwood-katharine-hamnett-frank-ocean-che>. Acesso em: 09 nov. 2021.

¹³² “Método de tingimento pelo qual pequenos seguimentos do tecido são amarrados com linha, evitando que a cor passe a essas partes e formando, assim, um padrão irregular. GONÇALVES, Denise Oliveira. **Avesso e direito**: movimento hippie e mercado cultural da moda. 2007. 132 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007, p. 52.

¹³³ GONÇALVES, Denise Oliveira. **Avesso e direito**: movimento hippie e mercado cultural da moda. 2007. 132 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007, p. 52.

Figura 11 - O cantor Joe Coker na apresentação em Woodstock, 1969



Fonte: Sayer.¹³⁴

De estampa branca até um instrumento para emitir uma mensagem e/ou servir como elemento de identificação de um determinado grupo juvenil, as camisetas se transformaram em peças comuns nos guarda-roupas. Contudo, nos próximos tópicos, a filosofia do faça-você-mesmo não vai se encaixar apenas no campo da moda. Abrimos um rápido parêntese, para observarmos como essa prática de viés artesanal foi fundamental para a construção da identidade punk.

3.2 *DO IT YOURSELF*: UMA PREMISA DO MOVIMENTO PUNK

Sobre os vários estilos que atravessaram a moda de Vivienne e McLaren, o primeiro deles eram marcados pela figura dos *Teddy Boys* e *Mods*, conforme visto no capítulo anterior. Podemos dizer que endereço 430 da King's Road passou por muitas encarnações até chegar ao visual punk.

¹³⁴ SAYER, Chris. Cult item: tie dye. **ASOS**, [S. l.], 30 mar. 2019. Disponível em: https://www.asos.com/men/fashion-feed/2019_03_30-sat/cult-item-tie-dye-t-shirt-history/. Acesso em: 12 jan. 2022.

A *Let It Rock*, em 1971, já não via mais sentido em vender roupas e objetos remetentes da década de 1950, sendo que a sociedade inglesa ainda se comportava, majoritariamente, de modo muito conservadora. Em entrevista, Malcolm McLaren explica a mudança de estilo:

In a newspaper interview in 2004 he recalled: “For me, the answer lay at my first store on 430 King’s Road, where I sold the ruins of pop culture – a jukebox stood proudly in the centre of the store. Among this rock’n’roll debris of posters and memorabilia and old records, stood some fine ancient jackets in leather, velvet and tweed resembling clothes worn by such dead stars as Eddie Cochran, Gene Vincent and the Shangri-Las. All of this stuff was situated in a field of glitterdom that I had named Let It Rock in 1972. Within a year, I was bored with it all. Bored with the same surrogate suburban teddy boys that drifted in from God knows where. Bored with the hippies and refugees of Chelsea’s swinging 60s looking for charity and kindness. Bored with the demands of the BBC wardrobe department and their dreadful revivalist TV shows. I felt like Steptoe and Son. I was lost in dead tissue. I wanted something new.” No 430 became ‘Too fast to Live, Too Young to Die’ in 1973.¹³⁵

A palavra-chave dessa fala de McLaren é o tédio. Era isso que movia o movimento punk na sua essência. Essência essa que diz respeito aos primórdios dessa nova face da contestação juvenil, quando ainda não existia um visual canalizado por McLaren e Westwood. E a resposta era dada através da agressividade e violência¹³⁶.

A descrença do espírito de coletividade, diante dos discursos pacíficos, cederam espaço para a “própria força avassaladora do capitalismo na sua versão moderna neo-conservadora, que assumiam em revanche, uma atitude violenta e irreverente.”¹³⁷

Posto isso, a noção de *Do it yourself* se expandiu daquilo que representava as gerações anteriores. A ordem do dia era pautado no faça você mesmo, pois ninguém vai fazer por você. Bivar exemplifica essa ruptura de coletividade que ocorre durante a mudança de década: “Tudo

¹³⁵ Em uma entrevista concedida em 2004, ele lembrou: “Para mim, a resposta estava na minha primeira loja na 430 King’s Road, onde vendi as ruínas da cultura pop - uma jukebox que ficava orgulhosamente no centro da loja. Entre esses destroços do rock’n’roll de pôsteres, memorabilia e discos antigos, estavam algumas belas jaquetas antigas em couro, veludo e tweed que lembram roupas usadas por estrelas mortas como Eddie Cochran, Gene Vincent e os Shangri-Las. Todas essas coisas estavam situadas em um campo na loja batizada de Let It Rock em 1972. Em um ano, eu estava entediado com tudo isso. Entediado com os mesmos Teddy Boys suburbanos substitutos que vieram de Deus sabe onde. Entediado com os hippies e refugiados dos anos 60 no bairro Chelsea, em busca de caridade e bondade. Entediado com as demandas do departamento de guarda-roupa da BBC e seus terríveis programas de TV revivalistas. Eu me senti como Steptoe e Son. Eu estava perdido no tecido morto. Eu queria algo novo. O nº 430 se tornou “Too Fast Too Young, Too Live Too Die” em 1973. Disponível em: [//blog.viviennewestwood.com/let-it-rock/](http://blog.viviennewestwood.com/let-it-rock/).

¹³⁶ Sobre a agressividade e violência, Ivone Gallo (2018) faz uma importante observação sobre essas características atribuídas ao movimento punk: A questão da violência que perpassa a atitude desses grupos deve ser compreendida como mais um fator de identidade das diferentes propostas em jogo sobre como enfrentar os desafios da realidade. A atitude punk com tendências agressivas tinha por objetivo retratar o próprio universo violento no qual se dava a socialização dos jovens pobres. Para Bivar (2018), a violência empregada ao movimento punk, ocorreu graças à imprensa, sobretudo no punk nacional. BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018; GALLO, Ivone Cecília D’Ávila. Punk: cultura e arte. **Varia História**, Belo Horizonte, v. 24, n. 40, p. 747-770, jul./dez. 2018.

¹³⁷ GALLO, Ivone. Por uma historiografia do punk. **Projeto História**, São Paulo, n. 41, dez. 2010, p. 287.

o que antes dera a impressão de espontâneo, tribalista – uma festa da qual todos participavam, todos faziam parte –, agora, na primeira metade da década, era super produzido, caro, bombástico e presunçoso”.¹³⁸

Uma das primeiras materializações do *Do it Yourself* foi a elaboração de fanzines¹³⁹, já que a mídia não dava espaço para bandas pequenas. A criação de pequenos folhetins divulgava o que acontecia dentro do universo punk. Um dos pioneiros foi Mark Perry, que fundou a *Sniffin' Glue*, em 1976. Apesar da vida curta, encerrando as atividades no ano seguinte, serviu de ideia para a confecção de muitos outros folhetos desse gênero, geralmente ligado à cena musical alternativa.¹⁴⁰

Musicalmente, em especial nos Estados Unidos, o *DIY* vai florescer com o advento de novas bandas, em resposta aos grandes shows de rock, letras complexas, arranjos com diversos instrumentos e potencialidade vocal. Sem fazer juízo de valor musical¹⁴¹, as bandas de rock nova-iorquinas têm como principais características melodias curtas, público restrito, apresentações em pequenos clubes. O *DIY* era uma inspiração para os jovens formarem as suas bandas, sem precisar de uma grande gravadora ou ser um exímio instrumentista:

One of the most memorable and lasting impacts of Punk was its music. But exposure was hard-won: many Punk musicians were self-taught, and there were no recordings or albums initially. You relied on live music at gigs, advertised through word of mouth or via poster, flyers, badges and fanzines.¹⁴²

¹³⁸ BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018, p. 37.

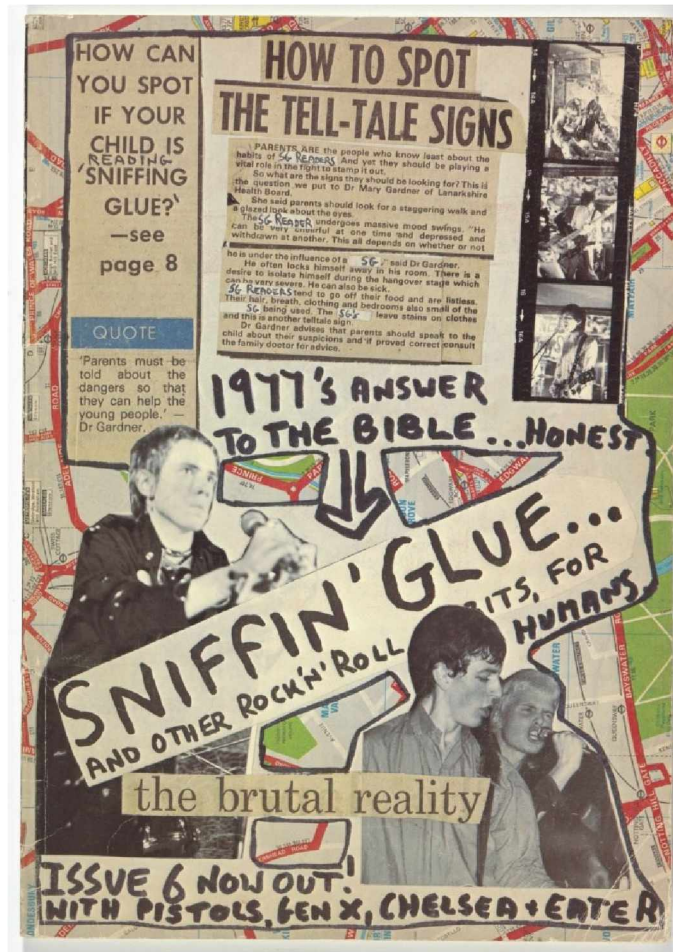
¹³⁹ “Os fanzines surgiram na década de 1930, nos EUA, com as publicações de ficção científica. O termo fanzine é derivado da junção dos termos ingleses “fantastic” e magazine, e, em síntese, tornou-se “magazine de fã”. Alternativo e amador, foi um dos pilares da cultura punk underground, pois qualquer nova banda que se prezasse não deixaria de editá-lo visando sua própria divulgação. PRADO, Gustavo dos Santos. **“Caminho para a morte” na metrópole - cultura punk: fanzines, rock, política e mídia (1982-2004)**. 2016. 316 f. Tese (Doutorado em História) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016, p. 20.

¹⁴⁰ Os fanzines adquirem força novamente no cenário punk, anos depois, com a ascensão de bandas feministas denominadas de *Riot Grrl*, como *Bikini Kills* e *L7*. O conteúdo vai para além da música, trazendo informações sobre o feminismo e pautas sociais. Mais tarde, na Rússia, as *Pussy Riot* vão utilizá-los também como um instrumento de contestação política. TOLOKONNIKOVA, Nadya. **Um guia Pussy Riot para o ativismo**. São Paulo: Ubu, 20019.

¹⁴¹ Sobre os aspectos técnicos das grandes bandas da década de 1970, sugiro a leitura do capítulo “Os anos 70: diluição e transformação”, de Paul Friedlander. FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll: uma história social**. Rio de Janeiro: Record, 2004, p. 325-348.

¹⁴² Um dos impactos mais memoráveis e duradouros do punk foi na música. Mas a exposição foi duramente conquistada: muitos músicos punks eram autodidatas e não havia gravações ou álbuns inicialmente. Você contava com músicas ao vivo, que eram anunciados de boca em boca ou via pôster, panfletos, crachás e fanzines. ROCK, Sheila. **Young punks**. London: First Third Book, 2013.

Figura 12 - A edição n. 6 da Sniffin' Glue, de 1977



Fonte: Perry.¹⁴³

Cantores individuais exerceriam um grande fascínio sobre o público, tais como Elton John e Rod Stewart, por exemplo. Também era o momento das bandas de rock progressivo, como Pink Floyd, Yes, Led Zeppelin, lotarem estádios. Dito isso, Antônio Bivar vai chamar essa fase musical de “reacionário chique”¹⁴⁴, em que tudo era super produzido e difícil de ser elaborado. Para Paula Guerra e Will Straw, a cena musical dos anos 70 “tinha assumido um grau de institucionalização imenso, dominado por grandes bandas, por uma indústria pesada e estava distante dos desesperos cotidianos dos jovens”.¹⁴⁵

No campo das artes, das mídias e das roupas, tudo era feito quase artesanalmente, contribuindo para a ideia democrática de que qualquer pessoa, mesmo não sendo especialista na área, poderia produzir as suas obras através do *Do-it-Yourself*.

¹⁴³ PERRY, Mark. Sniffin' Glue Punk Fanzine Compilation. MoMA, Manhattan, 2022. Disponível em: <https://www.moma.org/collection/works/156153>. Acesso em: 08 jan. 2022.

¹⁴⁴ BIVAR, Antônio. *Punk*. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018, p. 37.

¹⁴⁵ GUERRA, Paula; STRAW, Will. I wanna be your punk: o universo de possíveis do punk, do D.I.Y. e das culturas underground. *Cadernos de Arte e Antropologia*, Salvador, v. 6, n. 1, p. 5-16, 2017.

O fator primordial do caráter do movimento era, acima de tudo, o senso de democracia. Quem quisesse montar uma banda, encenar uma peça, escrever um poema, compor uma canção, dirigir um filme, o que fosse, podia fazê-lo livremente. Contribuindo para aquela vastidão de ideias, era bem-vindo, mesmo que não possuísse nenhum conhecimento técnico (o que ocorria na maioria das vezes) para a proposta. Essa mentalidade, em outros termos, se posicionava politicamente. Esse espírito juvenil e transformador influenciou profundamente a atitude de novos conjuntos musicais [...].¹⁴⁶

Além de produzir a própria arte, a distância entre artista e público era estreita em relação aos grandes *superstars* musicais da época. O ato de ir na contramão de gravadoras e conglomerados midiáticos eram respostas políticas do movimento punk, ao desenvolver a sua própria arte. Deste modo, assim como os movimentos contraculturais de outrora, o punk cria ferramentas negativas ao sistema, cuja forma concretizou-se através de profunda repulsa social: “Os valores de contestação se cristalizam na adolescência: repugnância ou recusa extremada do mundo. É então que ocorre seja da obra niilista sobre si ou sobre o grupo adolescente, seja revolta sem causa ou revolta que assume as cores políticas”.¹⁴⁷

Na fala de Marcuse, as esferas culturais recusam a se adequar a cultura imposta pela classe social dominante:

A diferença óbvia na apresentação do potencial subversivo deve-se a diferença de estrutura social com que essas obras se confrontam: a distribuição de opressão entre a população, e a composição e a função da classe dominante, as possibilidades de mudança radical. Estas condições históricas estão presentes na obra de arte de vários modos: explicitamente ou como pano de fundo e horizonte, na linguagem e nas imagens. Mas são expressões e manifestações históricas específicas trans-histórica da arte: possuem uma dimensão própria de verdade, protesto e promessa, uma dimensão que reside na sua própria forma estética.¹⁴⁸

No entanto, essa contraposição entre aderir uma cultura *underground* vai ser cooptado pela indústria cultural, assim como outros movimentos juvenis, onde seriam comercializados. O faça-você-mesmo se transforma em algo rentável. E a nova identidade da loja de Malcolm McLaren e Vivienne Westwood vai ser responsável por essa transformação do movimento punk, em especial pelo comportamento e o modo de se vestir.

¹⁴⁶ RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na passarela**: a influência do movimento punk nas coleções de moda. Porto Alegre: DUBLIENSE, 2012, p. 36.

¹⁴⁷ MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, p. 155.

¹⁴⁸ MARCUSE, Herbert. **A dimensão estética**. Lisboa: Edições 70, 1981, p. 13.

3.3 COSTURANDO A REBELDIA: AS CAMISETAS DE VIVIENNE WESTWOOD

Se o punk norte-americano era considerado mais musical do que visual, a fase inglesa foi notada pelo novo senso estético¹⁴⁹. Vivienne e McLaren decidiram reformular sua loja, com a intenção de vender principalmente camisetas customizadas. Em 1972, a *Let it Rock* seria rebatizada como *Too Fast to Live, Too Young To Die* (TFTLTyTD).

E a peça de roupa que mais traduz essas características são as T-shirts rasgadas, costuradas com correntes, alfinetes, spikes, frases e imagens, como veremos a seguir. A atividade começou desde a era *Let It Rock*¹⁵⁰ e continua até hoje nas lojas de Vivienne.

Entretanto, o visual punk, não surge sem inspiração. Para se criar a imagem referente ao punk inglês, alguns elementos foram incorporados do punk norte-americano. A camiseta com aspecto destruído ganha novas formas, e mais ousadia, nas releituras feitas por Westwood e McLaren.

Para Vivienne, entretanto, a ideia inicial de fazer camisetas começou com o objetivo de vendê-las em shows de rock, visto que era apenas uma peça de roupa com um custo acessível e fácil de ser comercializada. Era necessário ousar na customização para poder obter algum resultado:

Havia um evento no estádio de Wembley: rock and roll. Convidaram Chuck Berry, Little Richards e Gary Glitter; iam todos tocar juntos, e havia todos aqueles Teds, a segunda leva de Teds, e tudo ficou uma loucura: todos eles jogavam latas de cerveja nele e coisas assim. Tínhamos investido nessas camisetas. Mas elas não venderam. Foi um desastre. E já que elas não venderam, começamos a experimentar com elas. Fazendo buraco nelas, remodelando-as. A primeira coisa que eu fiz foi transformar algumas delas em calcinhas. [...] Depois com as camisetas tentei costurar mangas para que elas ficassem arregaçadas e isso deu início a um entusiasmo de cópias por camisetas com um tipo de manga arregaçada. Um pouco trabalhoso. Mas essa era eu. Em seguida pegamos todas aquelas pin-ups, fotos delas, e isso também se tornou parte das camisetas. Bem anos 1950. As garotas com visual Raquel Welch.¹⁵¹

Na cena musical nova-iorquina, entretanto, já existiam alguns artistas que utilizavam camisetas rasgadas e detonadas, mas com cores neutras, geralmente peças pretas e brancas. Os

¹⁴⁹ Tanto Daniel Rodrigues quanto Antonio Bivar dividem o punk em fases: a primeira fase seria a norte-americana onde o visual não era tão extravagante como a próxima etapa que ocorreu com o punk inglês, nitidamente marcada pelo visual. BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018; RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na passarela: a influência do movimento punk nas coleções de moda**. Porto Alegre: Dubliense, 2012.

¹⁵⁰ De fato, a *Let It Rock* deixou de ser o nome da loja, mas virou uma linha de produtos inspirados na década de 1950. Até mesmo com a ascensão da grife de Vivienne Westwood, a linha *Let it Rock* continuava existindo, sobretudo na área de perfumes. THE STORY is so far (1971-1980). **Vivienne Westwood Blog**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/the-story-so-far/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

¹⁵¹ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 139.

cabelos eram naturalmente espetados, pois raramente esses artistas os lavavam. A aparência física era de degradação: corpos muito magros, olheiras e uso constante de drogas.

Em 1971, Westwood e McLaren entraram em contato com esse universo, através de uma viagem aos Estados Unidos, com a finalidade de expor algumas de suas peças de roupas em Nova York. Entretanto, foi fundamental para Malcolm fazer uma imersão na cena musical da cidade, onde eclodia a primeira onda do movimento punk.

Alguns artistas fizeram parte desse cenário, como Richard Hell (integrante das bandas *Television* e *The Voidoids*) e o grupo *New York Dolls*, que tempos depois, foi empreseariada por McLaren, conforme veremos no próximo capítulo. Sobre o estilo de se vestir das bandas nova-iorquinas, Malcolm afirma que o músico Richard Hell foi a sua principal inspiração:

Eu simplesmente achava Richard Hell incrível...ele era um cara todo desconstruído, detonado, parecia que tinha acabado de se arrastar para um bueiro, que não dormia havia anos., e que ninguém dava a mínima pra ele. Ele era aquele cara maravilhoso, entediado, sugado e sujo, com uma camiseta rasgada. Acho que não havia alfinete de segurança na época, embora possa ter havido, a imagem desse rapaz, o cabelo espetado – não havia dúvida de que eu levaria aquilo de volta à Londres. Inspirado por aquilo, eu ia imitá-lo e transformá-lo em algo mais inglês.¹⁶¹

Figura 13 - Richard Hell foi uma inspiração para Malcolm McLaren e Vivienne Westwood criarem a moda punk



Fonte: Morrison Hotel.¹⁵²

Richard Hell, em sua autobiografia, afirma que nessa época, Malcolm McLaren ainda não era muito influente na cena musical, mas tinha aspirações de reproduzir o visual do músico:

I had my partisans – the most significant, in retrospect anyway, being Malcolm McLaren. But at the time Malcolm’s name didn’t carry a lot of weight [...] Malcolm was young British clothing designer and boutique owner who was interested in the possibilities of rock and roll for affecting the culture. He was an artist and an intellectual.¹⁵³

Desta feita, como pontuou Richard Hell, Malcolm tinha em mente a criação de um visual relacionado ao rock and roll. As primeiras tentativas, de se inspirar nas figuras juvenis como *Teddys* e *Mods*, não parecia se adequar naquele período. Como resultado, iniciou-se a terceira fase da loja, cuja proposta era continuar inverter os valores da sociedade com mais ênfase. Era o nascimento da SEX, em 1974.

Para além das roupas surradas, outros elementos chamariam a atenção da atmosfera *underground* em Nova York, através de figuras dissidentes que giravam em torno desses grupos: travestis, drag queens, traficantes, viciados em heroína e prostitutas.¹⁵⁴ A antimoda que está nas ruas passa a ser comercializada em boutiques na King’s Road, ainda que seja feita de uma forma mais agressiva e com teor pornográfico.

¹⁵² RICHARD Hell, CBGB, New York City, 1977. **Morrison Hotel**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.morrisonhotelgallery.com/photographs/YRiaum/Richard-Hell-CBGB-New-York-City>. Acesso em: 26 jan. 2022.

¹⁵³ Eu tinha meus simpatizantes – o mais significativo, em retrospectiva, era Malcolm McLaren. Mas na época o nome de Malcolm não tinha muito peso [...] Malcolm era um jovem designer de roupas britânico e dono de boutique que estava interessado nas possibilidades do rock and roll para afetar a cultura. Ele era um artista e um intelectual. HELL, Richard. **I dreamed i was a very clean tramp: an autobiography**. New York: Harper Collins, 2013, p. 145.

¹⁵⁴ Segundo os pesquisadores Paula Guerra e Henrique Figueiredo, a relação com a cena nova-iorquina foi fundamental para a consolidação da estética punk de Westwood e McLaren. Não só as roupas ou as músicas, mas também as figuras marginalizadas que giravam em torno desse ambiente: “se remontarmos à Nova Iorque dos anos 60 e à Factory de Andy Warhol e aos Velvet Underground estamos a entrar nos pilares do punk. Com a sua mistura de artistas e de intérpretes homo, hetero, travestis e drag queens, a Factory foi uma inspiração que diretamente influenciará Malcolm McLaren e Vivienne Westwood para a elaboração do punk londrino”. GUERRA, Paula; FIGUEIREDO, Henrique Grimaldi. *Today your style, tomorrow the world: punk, moda e imaginário visual*. **Moda Palavra**, Florianópolis, v. 12, n. 23, jan./mar. 2019, p. 83.

Figura 14 - T-shirt customizada com ossode galinha, correntes e alfinetes



Fonte: Extraído do livro Vivienne Westwood, de Ian Kelly e Vivienne Westwood.¹⁵⁵

A *T-shirt* acima, feita em 1972 com a etiqueta da *Let It Rock*, foi costurada com ossos de galinhas, agulhas e correntes. A partir das bricolagens¹⁵⁶, Westwood utilizava restos de tecidos e objetos para a confecção das camisetas:

A bricolagem de Vivienne customizando camisetas, e depois outros itens do vestuário, também foi algo absolutamente novo. Bolsos feitos de plásticos no quais cartões de cigarro podiam ser inseridos. Tachas e correntes e até câmaras de ar de borracha. E depois a ideia extraordinária, na moda, senão na arte contemporânea, de pegar detritos como ossos de frango e tampinhas de garrafa e vertê-los à moda.¹⁵⁷

Segundo Malcolm Barnard, a técnica de bricolagem utilizava-se sempre de restos, sobras e quinquilharias¹⁵⁸, além de existir algumas inspirações nas correntes estéticas oriundas do dadaísmo e do surrealismo, subvertendo a lógica do bom gosto burguês e rompendo com as tradições artísticas: “they used the subcultural world of sexual deviancy and pornography to attack the establishment in line with avant-garde 1970s art, like Dada and Surrealist.”¹⁵⁹

¹⁵⁵ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016.

¹⁵⁶ BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003, p. 244.

¹⁵⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 168.

¹⁵⁸ BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003, p. 245.

¹⁵⁹ “Eles (Vivienne Westwood e Malcolm McLaren) usaram o mundo subcultural do desvio sexual e da pornografia para atacar o estabelecimento em consonância com a arte de vanguarda dos anos 1970, como Dada e Surrealista”.

Contudo, em 1974, o processo de bricolagem na moda alcançava um novo nível. Nas palavras de Ballon, “eles levaram até o absurdo as fronteiras habituais do Belo e do Feio, do Bem e do Mal, da Razão e da Loucura”.¹⁶⁰ Elizabeth Wilson vai chamar essas manifestações de *roupas de oposição*, o que já não era inédito nos anos de 1970, cujo fundamento era “expressar as dissidências ou ideias distintivas de um grupo, ou pontos de vista hostis à maioria conformista”.¹⁶¹

Figura 15 - A fachada da loja SEX (1974): ênfase nos balões infláveis e no cinto de couro bdsm



Fonte: Lara Giffard.¹⁶²

CHOI, Kyung Hee. Vivienne Westwood in context and englishness in her work. *IJJC*, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 61-70, 2005.

¹⁶⁰ BOLLON, Patrice. **A moral da máscara: merveilleux, zazous, dândis, punks e etc.** Rio de Janeiro: Rocco, 1993, p. 126.

¹⁶¹ WILSON, Elizabeth. Oppositional dress. In: WILSON, Elizabeth. **Adorned in dremes**. London: Rutgers University Press, 2003, p. 184.

¹⁶² WHERE Punk lived: SEX 430 King's Road London. **Lara Giffard**, [S. l.], 2022. Disponível em:

Figura 16 - As três primeiras fases da loja de Vivienne Westwoo e Malcolm McLaren, entre (1971 – 1974)



Fonte: Vivienne Westwood.¹⁶³

Com essa nova fase, o público de Vivienne se diversificara: além dos jovens modernos que gostavam de se vestir de acordo com os gostos musicais e sublinhar a mensagem de rebeldia através dos seus gestos e vestimentas, os fetichistas e motoqueiros também buscavam algumas peças na King's Road. A decoração passou por transformações, aliando-se a elementos pornográficos, como o letreiro da loja SEX, feito por balões infláveis cor de rosa-shocking. Na descrição de Valerie Steele:

Em 1974 (Vivienne Westwood) transformou a sua loja na notória boutique sadomasoquista, de laçadas escravizantes e sexo fetichista, que vendia roupas de borracha, couro para amarrações e sapatos bizarros. A loja era decorada com chicotes, correntes, máscaras, grampos para peitos e até mesmo cama hospitalar coberta com um lençol de borracha. Os clientes eram mais ou menos metade fetichistas (que mandavam fazer sob medida dispendiosos trajes de borrachas) e metade pessoas

<https://laragiffard.wordpress.com/2014/04/27/where-punk-lived-sex-430-kings-road-london/>. Acesso em: 27 jan. 2022.

¹⁶³ 430 KINGS ROAD 1971 – 1980. Vivienne Westwood, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/history/1971-1980/>. Acesso em: 06 jan. 2022.

jovens que queriam roupas que falassem “sobre quebrar tabus” e fazer “uma declaração do quanto você é BAD”.¹⁶⁴

A primeira camiseta da coleção SEX, e uma das mais emblemáticas, ganhara o título de “*Two Cowboys*”¹⁶⁵. Erroneamente a imagem é creditada ao cartunista Tom Finland¹⁶⁶, posto que os seus desenhos utilizavam como tema central a figura de homens musculosos em posições eróticas. A semelhança das imagens com a linha de camisetas da estilista inglesa é evidente, cuja estampa constitui no desenho de dois caubóis viris, nus da cintura para baixo, encarando-se de frente e encostando os seus órgãos genitais, além de ter o seguinte diálogo:

Bill: “*ello Joe been anywhere lately*”.

Joe: “*Nah its all played aht Bill Gettin too straight*”.¹⁶⁷

¹⁶⁴ STEELE, Valerie. **Fetichê**: moda, sexo e poder. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p. 42.

¹⁶⁵ A imagem não foi criada por Vivienne Westwood, mas sim pelo artista nova-iorquino Jim French, em 1969, para ilustrar uma revista francesa chamada Manpower, em 1974. No ano seguinte, McLaren foi para os Estados Unidos e adquiriu um exemplar da revista, uma vez que ele apreciava revistas de cunho pornográfico. O companheiro de Vivienne apenas inseriu o texto na camiseta, que é de sua autoria. Informação extraída do blog de Vivienne Westwood. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/cowboys-t-shirt/>

¹⁶⁶ Touko Laaksonen nasceu em 1920 na Finlândia. Nos anos de 1950 ele começou a vender suas ilustrações para revistas populares e eróticas dos Estados Unidos, usando o pseudônimo de Tom Finland. VÄNSKÄ, Annamari. ‘Before there was Gucci or Gaultier, there was Tom of Finland’: on the legacy of Tom of Finland to fashion. **Porn Studies**, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 453-458, 2019.

¹⁶⁷ Bill: Joe esteve algum lugar ultimamente? Joe: Não, mas a brincadeira com Bill Gettinn o deixou muito ereto (tradução nossa).

Figura 17 - Uma das peças mais polêmicas feita por Vivienne Westwood: “Two Cowboys” (1974 – 1975). Ilustração feita por Jim French



Fonte: Metropolitan Museum of Art.¹⁶⁸

¹⁶⁸ “TWO Cowboys” T-Shirt. **Metropolitan Museum of Art**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/789211>. Acesso em: 11 jan. 2022.

Figura 18 - Leather Duo, 1963, desenhado por Tom Finland



Fonte: ArtSpace.¹⁶⁹

O ilustrador creditado pelo The Met, na camiseta de Vivienne, Jim French já tinha por inspiração desenhar cowboys homossexuais. Mesmo com as aproximações estéticas, as ilustrações quebravam com a versão estereotipada que existia sobre a homossexualidade, geralmente representada por homens com personalidades frágeis e com traquejos afeminados.

Assim, essas imagens apresentam uma nova versão: homens grandes, fortes, musculosos, usando roupas justas e de couro. Segundo a professora de moda Annamari Vänskä, as imagens de Finland era uma maneira de representar a libertação da homossexualidade enrustida, pois o seu conteúdo não era apenas explícito, como também o sexo era ambientado

¹⁶⁹ TOM of finland. **ArtSpace**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.artspace.com/tom-of-finland/leather-duo>. Acesso em: 06 jan. 2022.

em lugares públicos.¹⁷⁰ Ainda sobre as imagens, Valerie Steele fala da apropriação da figura do vaqueiro como um ícone homossexual, cuja transformação ocorre nos anos de 1950, em um circuito restrito da pornografia homoerótica:

Apesar de historicamente os vaqueiros terem usados um sortimento variado de roupas baratas, eles, enquanto ícones, são concebidos como vestindo calças Levi's ou outra calça apertada, botas especiais (frequentemente botas de salto alto engraxadas e decoradas), cintos largados e pesados de couro (as vezes incluindo coldres), sobrecalças de couro, camisas enfeitadas e/ou jaquetas de camurça com franjas, lenços para o pescoço e um grande e característico chapéu. A pronografia fetichista nessa categoria inclui títulos como Boots and Saddles, Cook Crazy Cowboy, Cock-Hungry Cowboy, The Cocky Cowboy, Cowpoke e Hard Horny Cowpokes [Botas e selas, Vaqueiros doidos por caralho, Com fome de Caralho, O vaqueiro caralhudo, Peão e Peões com Tesão].¹⁷¹

O que era produzido apenas por um público restrito será exposto nas ruas londrinas e nas vitrines de loja. As práticas fetichistas, sobretudo seus elementos visuais, não ficavam mais restritas apenas entre pessoas pertencentes a esse grupo. Na década de 1970, o visual punk apropria-se de alguns itens do universo fetichista.

No campo da moda e da linguagem, considerando as camisetas feitas por Vivienne Westwood, retira-se o seu sentido original, restrito a um determinado público, para ampliar os seus significados, como aponta Lars Svendsen:

[...] se vemos um homem que parece ter saído de uma gravura de Tom of Finland (Touko Laaksonen), vamos supor que é gay. [...] Estas são roupas com altos valores simbólicos, mas o quadro fica mais complexo porque a moda de massa absorveu elementos do vestuário militar, fetichista e gay, e essas roupas passaram a ser usadas também por pessoas cuja identidade não correspondem de maneira alguma à origem delas.¹⁷²

No contexto histórico, para além das suas funções de linguagem, os anos de 1970 demonstrava a proximidade de elementos fetichistas com um público mais diverso, que não necessariamente faziam parte desse universo. No cinema já estava presente esse tema, como por exemplo, *The Rocky Horror Picture Show*¹⁷³, dirigido por Jim Sharman, em 1975. Em *Maîtresse*¹⁷⁴ (1975), película francesa dirigida por Berbet Schroeder, o responsável pelo

¹⁷⁰ VÄNSKÄ, Annamari. 'Before there was Gucci or Gaultier, there was Tom of Finland': on the legacy of Tom of Finland to fashion. *Porn Studies*, [S. l.], v. 6, n. 4, 2019, p. 456.

¹⁷¹ STEELE, Valerie. *Fetichismo: moda, sexo e poder*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p. 184.

¹⁷² SVENDSEN, Lars. Moda e linguagem. In: SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010, p. 71.

¹⁷³ THE ROCKY HORROR PICTURE SHOW. Direção: Jim Sharman. Los Angeles: 20th Century Fox, 1975. 1 hora 45 minutos.

¹⁷⁴ Mesclando erotismo com romance, o protagonista Oliver (vivido por Gérard Depardieu) se apaixona por uma

figurino era *Karl Lagerfeld*, ainda iniciante na carreira de estilista. Na música, os membros do *Village People*, banda de *disco music* criada em Nova York no ano de 1977, eram compostos por seis integrantes que representavam determinadas categorias sociais que foram estereotipados no universo do homoerotismo: índio, operário, motoclista, soldado, policial e *cowboy*.

Figura 19 - Village People e The Rocky Horror Picture Show: representações dos esterótipos gays na música e do fetichismo no cinema, nos anos de 1970



Fonte: Eaton¹⁷⁵ e Rolling Stones¹⁷⁶.

As camisetas vendidas na SEX, além de todas as vestimentas que eram influenciadas pelo universo fetichista, fizeram parte de um período em que a cultura midiática já estava interessada na ampliação do público, visando a comercialização. Entretanto, no caso de Westwood, as imagens eram explícitas ao trabalhar com nudez e pornografia: “[...] a camiseta de caubói causou ultraje desde então. Perturbadoramente delicada assim como sexual, é típica da atitude elíptica de Vivienne com o sexo, requerendo que nós reflitamos sobre a identidade entre os homens assim como o poder fálico da moda”.¹⁷⁷

dominatrix. MAÎTRESSE. Direção: Berbet Schroeder. Paris, 1979. 1 hora 52 minutos.

¹⁷⁵ EATON, Thomas. What links Village People with Tammy Wynette and Billy Connolly? The Saturday quiz. **The Guardian**, London, 13 nov. 2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2021/nov/13/what-links-village-people-with-tammy-wynette-and-billy-connolly-the-saturday-quiz>. Acesso em: 12 dez. 2021.

¹⁷⁶ ELENCO do clássico Rocky Horror Picture Show vai se reunir em live de Halloween. **Rolling Stone**, São Paulo, 27 out. 2020. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/elenco-do-classico-rocky-horror-picture-show-vai-se-reunir-em-live-de-halloween/>. Acesso em: 12 jan. 2022.

¹⁷⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 171.

Figura 20 - T-shirt Fuck Your Mother



Fonte: Extraído do livro *Vivienne Westwood*, de Catherine McDermott.¹⁷⁸

Figura 21 - T-shirt da Branca de Neve e os sete punks

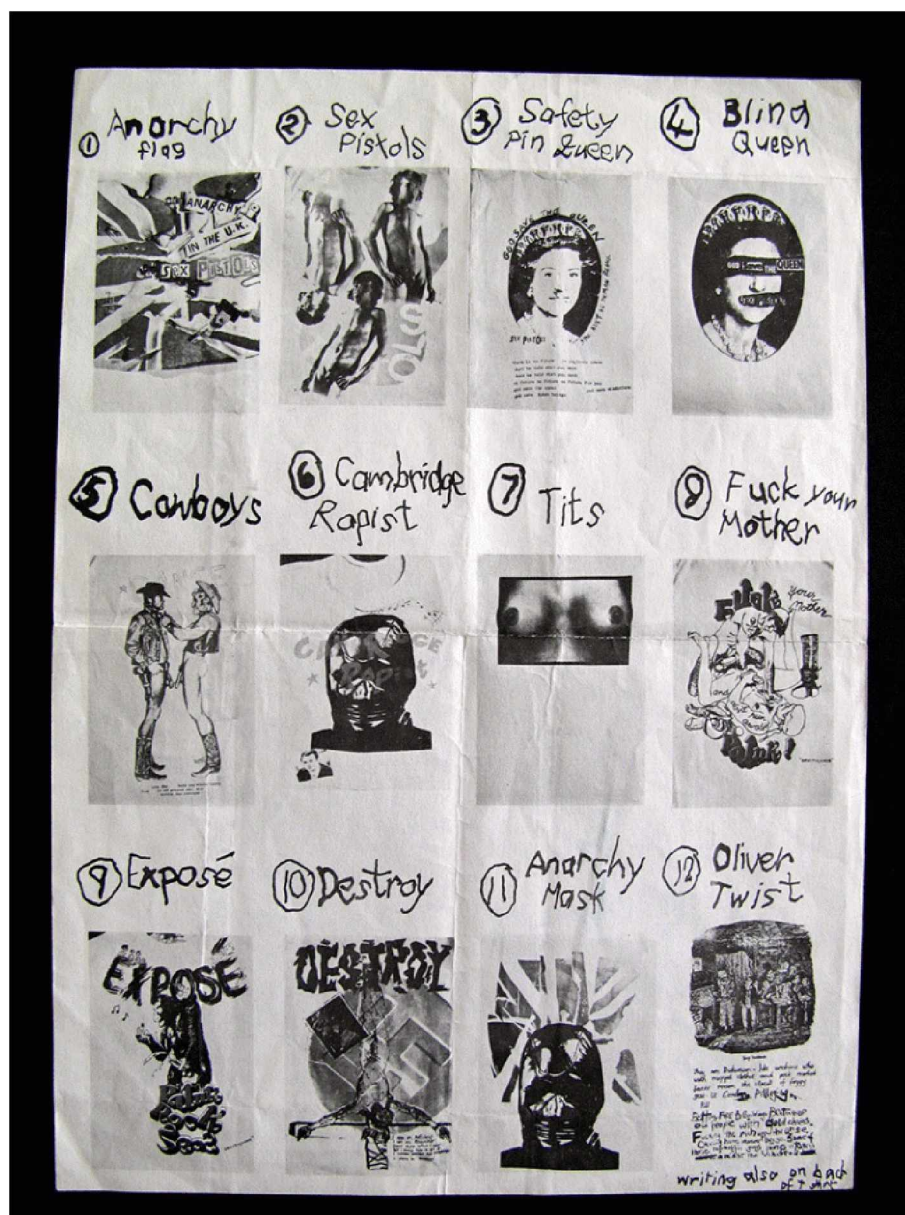


Fonte: Extraído do livro *Vivienne Westwood*, de Catherine McDermott.¹⁷⁹

¹⁷⁸ MCDERMOTT, Catherine. **Vivienne Westwood**. London: Carlton, 1999.

¹⁷⁹ MCDERMOTT, Catherine. **Vivienne Westwood**. London: Carlton, 1999.

Figura 22 - Quadro de estampas das T-shirts de Vivienne Westwood



Fonte: Westwood.¹⁸⁰

Para Susan Sontag, essa agressividade vista na estética que permeava as criações de Westwood, é um elemento essencial para promover uma ruptura com as convenções sociais: “A arte assim entendida é, evidentemente, movida pela agressão, a agressão pelo suposto convencionalismo de público e, acima de tudo, a agressão ao próprio meio. A sensibilidade surrealista, com suas técnicas de justaposição radical, pretende chocar”.¹⁸¹

¹⁸⁰ WESTWOOD, Ben. Seditonaries Mail Order. **Worlds end Shop**, London, 16 may 2014. Disponível em: <http://worldsendshop.co.uk/seditonaries-mail-order/>. Acesso em: 03 fev. 2022.

¹⁸¹ SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020., p. 340.

Tal agressão estética não passou incólume. Vivienne e Malcolm foram acusados de fazer uma “exibição indecente”, posto que além da proximidade entre os pênis, o caubói está ajeitando o lenço de outro homem.¹⁸² Vivienne também associava personagens infantis, como a Branca de Neve e Mickey Mouse em atos sexuais explícitos, que subvertiam de uma maneira tanto ridícula quanto marcante.”¹⁸³

Um dos vendedores da loja SEX foi preso por estar vestindo a “Cowboy T-shirt”, onde o juiz considerou que usar o traje em público era uma atitude indecente.” sempre usei as roupas da Vivienne. Um deles apresentava o agora infame gráfico de cowboy nu e a polícia achou que era muito provocativo quando eu o usei pela primeira vez. Fui preso por indecência [...]”.¹⁸⁴

Ao pensarmos nesse choque estético e nas suas reverberações sociais, Michel Foucault abordava na obra *História da Sexualidade* a noção de *ideal regulatório*¹⁸⁵. Não temos a pretensão de fazer um debate acurado sobre o trabalho do filósofo, mas devemos compreender alguns aspectos sobre controle do corpo e a sua relação com imagens pornográficas.

Partindo do princípio foucaultiano, a pornografia exibida nas camisetas de Vivienne Westwood rompe com esse ideal, onde a categoria sexual precisa ser normativa. Existe um controle sobre o corpo, e consequentemente, o sexo. A pornografia provocaria assim um descontrole sobre esses padrões regulares, impostos por instituições como o trabalho e a Igreja. O corpo deveria ser docilizado, feito para o trabalho e não para o prazer. O sexo, nesse caso, era deveria ser reservado para o ato da procriação.

¹⁸² A Lei de Ofensas Sexuais, que colocava qualquer gesto de homossexualidade passível de punição na Grã-Bretanha, só foi abolida apenas em 1967. Parte da sociedade e de algumas autoridades ainda consideravam uma afronta criminosa esse tipo de imagem nas camisetas. SCOTT, Lesley. SEX Sells Everything. Just Ask Vivienne Westwood, Princess from Planet Punk. **FashionTribes.Com**, [S. l.], 02 dez. 2014. Disponível em: <https://fashiontribes.typepad.com/fashion/2014/12/vivienne-westwood-history-origins-punk-fashion-style-sex-shop-kings-road.html>. Acesso em: 15 fev. 2022.

¹⁸³ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitheatro, 2016, p. 171.

¹⁸⁴ Depoimento de Alan Jones, ex-vendedor da SEX. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/cowboys-t-shirt/>

⁹⁸ RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na passarela**: a influência do movimento punk nas coleções de moda. Porto Alegre: Dubliense, 2012, p. 78.

¹⁸⁵ FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade II**: o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal, 1984, p. 147.

A linguagem pornográfica¹⁸⁶ também aparece através da moda¹⁸⁷, conforme vimos ao longo desse capítulo. A camiseta, desta forma, vira a portadora dessas imagens, onde não existe mais controle do público quando se usa a peça de roupa em público. As imagens são simplesmente vistas pelos variados tipos de espectadores¹⁸⁸, onde boa parte exprimiu sentimentos de repulsa e asco: “A razão de ser da loja *Sex*, era a de fazer cair os tabus e, quando pensamos, isso foi muito bem-sucedido. Nunca se tinham visto roupas tão provocantes – roupas que mudaram efetivamente a maneira de ver as coisas”.¹⁸⁹

Ainda que não desestruture o sistema da obediência do corpo e da repressão sexual, tais imagens provocam sensações (sejam negativas ou não) sobre o *status quo*. Foucault fala que existe um silêncio sobre as transgressões sexuais, e que eram manifestadas em alguns poucos lugares para um público distinto:

O que não é regulado para a geração ou por ela transfigurado não possui eira, nem beira, nem lei. Nem verbo também. É ao mesmo tempo expulso, negado e reduzido ao silêncio. Não somente não existe, como não deve existir e à menor manifestação fá-lo-ão desaparecer — sejam atos ou palavras. As crianças, por exemplo, sabe-se

¹⁸⁶ “Um grande exemplo de transgressão cultural face as alas mais conservadores inglesas, foi a circulação da *Oz Magazine*, destinada ao público jovem. Considerada uma das mais importantes revistas da virada dos anos de 1960 para 1970, uma vez que abordava temas sobre drogas, sexo, racismo, feminismo rock e, até mesmo, algumas situações políticas como a Guerra do Vietnã. A revista era composta pelos seguintes editores: Richard Neville, Jim Anderson e Felix Dennis, além de contar como colaboradores os artistas gráficos Martin Sharp, Robert Crumb e a jornalista e ativista pelos direitos das mulheres Germaine Greer. Grande parte das edições tinham ilustrações consideradas subversivas por conter imagens relacionadas a práticas sexuais explícitas. As revistas, que de início circulavam apenas na Austrália, começaram a adentrar no mercado underground de publicações impressas na Inglaterra entre os anos de 1967 até 1973, onde sofreram inúmeras censuras durante o período. Em 1970, os editores da revista *Oz* foram levados aos tribunais, acusados de obscenidades, pela edição de número 28, que contava com a contribuição de jovens do ensino médio para definir o conteúdo da revista. Desta feita, já existia uma ligação entre agressividade e o público juvenil, com o intuito de questionar as estruturas hierárquicas da Igreja e do Estado e as ortodoxias educacionais e governamentais. No espírito de autoconfiança, essa contracultura criou alternativas àquilo que julgava ser costumes hipócritas, intolerantes, materialistas e autoritários da sociedade em geral. Ao observarmos essas imagens publicadas pela *Oz Magazine*, encontramos uma semelhança por parte das estampas das camisetas de Vivienne Westwood e Malcolm McLaren. O instrumento de provocação tanto da revista quanto das estampas era apresentar imagens consideradas subversivas e eróticas. Apesar de Vivienne Westwood não informar se foi influenciada pela *Oz Magazine* em seus trabalhos, Ben Westwood, filho de Vivienne, publicou um obituário sobre um dos fundadores da revista, Richard Neville. Morto em 2016, Ben se limitou a dizer que Vivienne admirava o trabalho de Neville, sobretudo por mostrar resistência ao establishment inglês na década de 1970” (tradução nossa). Todas as edições da *Oz Magazine* estão disponíveis no site da University of Wollongong Australia: <https://archivesonline.uow.edu.au/nodes/view/3495/>. NEVILLE, Richard. No Sex Please, We're British... Richard Neville & OZ magazine. **Worlds end Shop**, London, 18 nov. 2016. Disponível em: <http://worldsendshop.co.uk/no-sex-please-were-british/>. Acesso em: 03 fev. 2022.

¹⁸⁷ UCHÔA, Diego de Figueiredo. **Fashion meets porn: diálogos entre moda e pornografia**. 2018. 88 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

¹⁸⁸ Valerie Steele apresenta um dado interessante no que se refere a recepção dos seus estudos sobre moda e fetiche, “verifiquei que todos os homens (heterossexuais ou gays) a quem mencionei o tema de meu livro regiram com entusiasmo. Em contraste, muitas das mulheres com quem falei sentiam que o assunto era de alguma forma “nojenta” ou “deprimente”. As exceções foram em sua maioria, de mulheres mais jovens, frequentemente do meio artístico, com algum interesse na pornografia”. STEELE, Valerie. **Fetiche: moda, sexo e poder**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p. 23.

¹⁸⁹ GUERRA, Paula; FIGUEIREDO, Henrique Grimaldi. Today your style, tomorrow the world: punk, moda e imaginário visual. **Moda Palavra**, Florianópolis, v. 12, n. 23, p. 73-111, jan./mar. 2019.

muito bem que não têm sexo: boa razão para interditá-lo, razão para proibi-las de falarem dele, razão para fechar os olhos e tapar os ouvidos onde quer que venham a manifestá-lo, razão para impor um silêncio geral e aplicado. Isso seria próprio da repressão e é o que a distingue das interdições mantidas pela simples lei penal: a repressão funciona, decerto, como condenação ao desaparecimento, mas também como injunção ao silêncio, afirmação de inexistência e, conseqüentemente, constatação de que, em tudo isso, não há nada para dizer, nem para ver, nem para saber. Assim marcharia, com sua lógica capenga, a hipocrisia de nossas sociedades burguesas. Porém, forçada a algumas concessões. Se for mesmo preciso dar lugar às sexualidades ilegítimas, que vão incomodar noutro lugar: que incomodem lá onde possam ser reinscritas, senão nos circuitos da produção, pelo menos nos do lucro. [...] Somente aí o sexo selvagem teria direito a algumas das formas do real, mas bem insularizadas, e a tipos de discurso clandestinos, circunscritos, codificados.¹⁹⁰

Se a pornografia desperta em grande parte das pessoas, nojo e asco, faz-se necessário também compreender a dicotomia e a inversão causada, sobretudo com a moda jovem, pelas noções de beleza e feiura. Esse debate é profícuo no que diz respeito ao campo estético. Sobre as vertentes da moda, Lipovetsky discorre sobre as mutações do gosto promovidas pelas antímodas:

O novo lance é o acúmulo de critérios absolutamente incompatíveis, a coexistência de parâmetros profissionais e de critérios “selvagens”, o desaparecimento de uma forma legítima impondo-se a todo o conjunto social. É o fim da era consensual das aparências. Assim, não é mais possível nem mesmo definir a moda como um sistema regido por acúmulo de pequenas nuances, já que códigos realmente dissidentes, podendo reivindicar até a feiura, justapõem-se ao sistema dos inúmeros pequenos detalhes diferenciais da elegância.¹⁹¹

Ainda sobre o elemento da feiura nas artes, o historiador Umberto Eco faz um acurado estudo sobre a estética daquilo que a sociedade ocidental julga ser feio ao longo dos processos históricos. A noção do que é feio ou belo se transforma em categorias mutáveis. Na contemporaneidade, aquilo que se julga como feio ganha espaço para ser apreciado, posto que “o feio de ontem se transforma no belo de hoje”.¹⁹² Para o autor, o apreço pelo feio pretende gerar algumas importantes reflexões: “[...] o feio é relativo aos tempo e às culturas, o inaceitável de ontem pode ser bem aceito de amanhã e o que é percebido como feio pode contribuir, em um contexto adequado, para a beleza do conjunto”.¹⁹³

Não obstante, as camisetas de confeccionadas por Vivienne, e até mesmo o visual punk com cabelos espetados, coturnos, spikes, adereços de cunho fetichista, terão o seu momento de

¹⁹⁰ FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. 13. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984, p. 9.

¹⁹¹ LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 147.

¹⁹² ECO, Umberto. **A história da feiura**. Rio de Janeiro: Record, 2007, p. 408.

¹⁹³ ECO, Umberto. **A história da feiura**. Rio de Janeiro: Record, 2007, p. 421.

valorização. Parte das *T-shirts* de Westwood foram expostas nos museus mais importantes do mundo e algumas marcas de moda se apropriaram desses elementos para criarem as suas coleções. Sobre esses assuntos, entretanto, abordaremos nos próximos capítulos.

A feiúra, na esfera artística, libera sensibilidades que vão do *kitsch* até o *camp*. Kitsch aqui entendida como “a definição do mau gosto, em arte, como préfabricação e imposição do efeito”.¹⁹⁴ Mas que também, segundo Eco, desse fascínio pelo feio, que de algum modo, é desfrutado pelo fruidor.

Para Susan Sontag, ao definir o que seria a sensibilidade *camp*, ela parte do próprio gosto estético: “o camp me atrai muito e me ofende quase na mesma medida”.¹⁹⁵ Tendo dificuldades de conceituar tal sensação estética, Sontag levanta 58 pontos do que podem ser considerados *camp*, entre os quais se destacam o apreço pelo artifício como recurso, androgenia, exagero e o estilo sobre o conteúdo.¹⁹⁶

Posteriormente, algumas camisetas exibirão alguns textos, com mensagens diretas. Neste caso, em 1978, Westwood e McLaren criticaram o filme¹⁹⁷ *Jubilee*¹⁹⁸, dirigido por Derek Jarman¹⁹⁹, utilizando frente e verso de uma T-shirt.

¹⁹⁴ ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2015, p. 70.

¹⁹⁵ SONTAG, Susan. Notas sobre o camp. In: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020, p. 347.

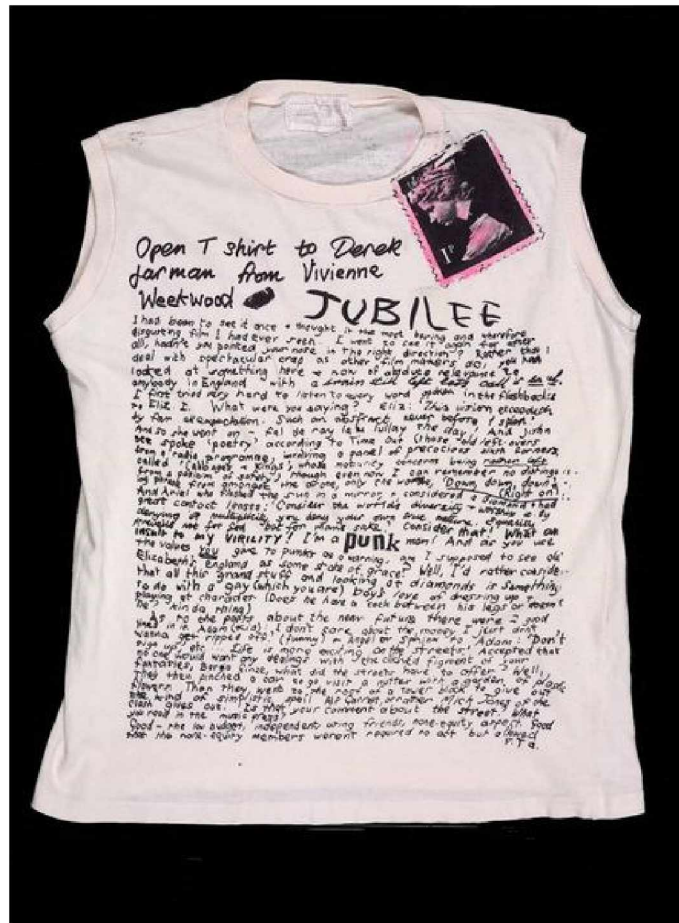
¹⁹⁶ SONTAG, Susan. Notas sobre o camp. In: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020, p. 347.

¹⁹⁷ O conteúdo do texto é de difícil tradução devido a uma série de gírias e referências da época. Em resumo, é uma espécie de resenha crítica falando que Derek não entendeu nada sobre a cena punk, que tem algumas cenas boas, mas no geral chato e nojento. O texto na íntegra está disponível no site da V&A. TOP 1978 (made). **Victoria and Albert Museum**, London, 2022. Disponível em: <http://collections.vam.ac.uk/item/O68609/top-westwood-vivienne/>. Acesso em: 05 jan. 2022.

¹⁹⁸ JUBILEE. Direção: Derek Jarman. Produção: Howard Malin e James Whaley. London, 1978.

¹⁹⁹ No site do museu Walker Art Center, em Minnesota, Derek teria criticado o punk inglês anos antes das filmagens dos filmes: “[...] estudantes de arte da pequena burguesia, que há alguns meses eram sócias de David Bowie e Bryan Ferry – que leram um pouco de história da arte e adotaram alguma tipografia dadaísta e maus modos, e que agora estão no negócio de reproduzir uma falsa credibilidade das ruas”. Há o que se contestar na fala de Jarman. O filme contava com algumas figuras que frequentavam a loja, como Adam Ant e a modelo Jordan. Dessa forma, não se sabe ao certo se a crítica foi realmente sobre o conteúdo do filme ou se foi uma marketing para a obra do cineasta. LEAVER-YAP, Mason. Punking Out: Derek Jarman and Vivienne Westwood on Jubilee. **Walker**, Minneapolis, 07 out. 2014. Disponível em: <https://walkerart.org/magazine/punking-out-derek-jarman-and-vivienne-westwood-on-jubilee>. Acesso em: 17 fev. 2022.

Figura 23 - Frente da camiseta: crítica feita ao filme Jubilee, de Derek James, 1978



Fonte: Victoria and Albert Museum.²⁰⁰

Deste modo, encerramos este capítulo na tentativa de explicar as possíveis mensagens através das camisetas, sejam elas em formas de imagens, textos e slogans. E como esta peça de roupa irá transcender ao longo do tempo. Sobre este recurso, Vivienne sintetiza alguns pontos já colocados neste capítulo:

A forma da camiseta é simples e bonita. Você está ciente do tecido, do corpo, mas também da imagem: é uma tela. [...] Meu trabalho naquela época e meu trabalho sempre foi confrontar o establishment para tentar descobrir onde está a liberdade e que se pode fazer: o jeito mais óbvio que fiz isso foi pelas camisetas.²⁰¹

Estampar camisetas com frases e imagens não foi origem de Westwood e McLaren, mas as ideias do casal influenciaram alguns artistas a registrarem mensagens de cunho político em

²⁰⁰ TOP 1978 (made). Victoria and Albert Museum, London, 2022. Disponível em: <http://collections.vam.ac.uk/item/O68609/top-westwood-vivienne/>. Acesso em: 05 jan. 2022.

²⁰¹ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 173.

peças de roupas. Da bricolagem ao *DIY*, as camisetas são reapropriadas por marcas vinculadas a um público mais abastado, como por exemplo as camisetas da grife *Dior*.

Outras elementos como suásticas e frases que remetem ao Situacionismo francês também foram utilizadas nas produções de Vivienne. Apesar de alguns estudos se debruçarem sobre o significado dessas mensagens, o caminho interpretativo que nos pareceu mais contundente foi compreender as ideias de Malcolm McLaren, sobretudo no que se refere às suas práticas políticas e ideológicas, resultado das suas próprias vivências e contradições.

Assim, se torna impossível estudar Vivienne Westwood, se ignorarmos o papel de Malcolm McLaren nesta jornada.

4 O VENCEDOR E O VENCIDO: DISPUTAS DE MEMÓRIA DA ESTÉTICA PUNK ENTRE VIVIENNE WESTWOOD E MALCOLM MCLAREN

Articular historicamente o passado não significa conhecê-lo “tal como ele de fato foi”. Significa apropriar-se de uma recordação, como ela relampeja no momento de um perigo. Para o materialista histórico trata-se de fixar uma imagem do passado, da maneira como ela se apresenta inesperadamente ao sujeito histórico no momento do perigo. O perigo ameaça tanto a existência da tradição como os que a recebem. Para ambos, o perigo é o mesmo: entregar-se às classes dominantes, como seu instrumento. Em cada época, é preciso arrancar a tradição ao conformismo, que quer apoderar-se dela. Pois o Messias não vem apenas como redentor; ele vem também como o vencedor do Anticristo. O dom de despertar no passado as centelhas da esperança é privilégio do historiador convencido de que também os mortos não estarão em segurança se o inimigo vencer. E esse inimigo não tem cessado de vencer.

(Walter Benjamin, 2007)

É preciso cortar o pavio que queima antes que a faísca atinja a dinamite.

(Walter Benjamin)

O discurso advindo de alguém intimamente relacionado com o exercício do poder ao mesmo tempo que sugere a memória histórica também é parte do fazer da história. Apresentado como análise, escrito por alguém que pretende ser e para "espíritos que vêem com ponderação e clarividência", esse discurso é o fazer da política enquanto o refazer da memória.

(Carlos Alberto Vesentini)

Em 2004, Vivienne Westwood foi homenageada pelo museu Victoria and Albert para celebrar seus 34 anos como estilista. Algumas peças são expostas no museu, e uma delas foi a coleção ‘Bruxas’, lançado em 1983. Tal coleção marca o fim da sua parceria com o seu então companheiro Malcolm McLaren. Contudo, por mais que tivesse compartilhado os créditos com

McLaren²⁰², o empresário ficou inconformado e reivindicou seu lugar como o único responsável pela criação da coleção com a curadora do museu.

Diante do acontecimento acima, é impossível analisar a trajetória de Vivienne Westwood, sobretudo no início da sua carreira em meados da década de 1970, sem levar em consideração a importância do seu ex-companheiro Malcolm McLaren. Nestes termos, este capítulo busca analisar os jogos de memória acerca da constituição da história da moda punk, em uma dialética que ora coloca Vivienne, ora Malcom, no centro de uma disputa entre o vencedor e vencido. Ademais, ao longo deste capítulo vamos analisar a biografia desses dois sujeitos históricos e como suas narrativas se entrecruzaram, bem como quem as produziu e quais seus respectivos interesses.

Em 1965, Vivienne não apenas se relacionava afetivamente com McLaren, bem como inicia uma parceria profissional, no ano de 1971, com a *Let it Rock*, conforme já visto nos capítulos anteriores. O relacionamento afetivo entre os dois termina em 1981, mas o vínculo profissional se estabelece até o final de 1983.²⁰³

Apesar dessa relação que definiu os rumos da moda em sua articulação com o segmento juvenil, não está isenta as disputas pela memória e conflitos entre esses dois personagens destacados do punk. Estabelecer apenas uma análise de Vivienne Westwood, sem levar em consideração o papel de McLaren para o desenvolvimento da estética punk, é assumir os riscos de deter uma única visão acerca desse processo. De acordo com o historiador Carlos Alberto Vesentini: “No tornar simplificado e unitário o conhecimento, apenas um discurso se reforça e toma o “ar” da verdade. Temas, em seu momento bastante complexos, são submetidos à simplificação, assumindo esse sentido de unicidade de significado”.²⁰⁴

Sob esse prisma, ao longo da pesquisa sobre Westwood podemos não somente um saber unitário da memória, mas sim uma ressignificação desta, ou seja, uma separação entre a memória de Malcolm McLaren como o porta-voz principal do movimento punk nos anos de 1970, e posteriormente, na década seguinte, Vivienne Westwood como a “mãe”²⁰⁵ deste movimento musical e visual.

²⁰² Segundo o relato de Vivienne Westwood sobre o episódio: *Ele fez com que a curadora e escritora do catálogo do V&A ficasse uma pilha de nervos, ele a levou às lágrimas. Quase todos os dias ela recebia uma carta dele, redigida em termos legais, dizendo “Você está completamente enganada. Está infringindo meus direitos autorais”, e “tudo mais realizado nessa exposição porque eu sou o estilista dessas roupas e não Vivienne”. Ele se referia a mim, no V&A, como costureira.* KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 273.

²⁰³ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 458-459.

²⁰⁴ VESENTINI, Carlos Alberto. **A teia do fato**: uma proposta de estudo sobre a Memória Histórica. São Paulo: Hucitec, 1997, p. 72.

²⁰⁵ Denominação extraídas dos seguintes títulos: MÃE da estética punk, Vivienne Westwood completa 80 anos

Mais à frente, nos parece salutar a investigação de alguns livros que trabalham tanto com as posições de Vivienne e Malcolm no jogo discursivo da história da estética punk. Em uma primeira impressão, o que foi produzido a respeito do movimento punk, na década de 1970 a 1980, estava interligado a destacada figura de McLaren. Os dois livros de maior repercussão sobre esse assunto são: *Mate-me por favor*²⁰⁶, de Legs McNail e Gillian McCain e *Punk*²⁰⁷ de Antônio Bivar. Eles foram publicados em 1996 e 1982, respectivamente. O livro *Mate-me por favor*, apesar de ter sido lançado nos anos de 1990, suas memórias do movimento punk atravessam basicamente o seu auge: os anos 1970.

O músico Richard Hell²⁰⁸, conforme discutimos no capítulo anterior, ao falar sobre sua influência no visual punk a partir das suas memórias, também coloca Malcolm McLaren como a figura central deste processo. E também, após o estabelecimento dessa memória cristalizada em torno de Westwood, o jornalista inglês Paul Gordan faz uma série de trabalhos para defender a importância de McLaren na atualidade.

Assim, as publicações descritas acima elencam Malcolm McLaren como um dos participantes envolvidos no movimento punk, mas raramente citam Vivienne Westwood. Outro fato notável é a produção de dois longa-metragens com ares de documentário produzidos em épocas distintas, pelo cineasta inglês Julien Temple²⁰⁹: o primeiro feito sob o crivo de Malcolm McLaren, chamado de *The Great Rock'n'Roll Swindle*, de 1980. O segundo feito nos anos 2000, denominado de *O lixo e a fúria*. Este último filme já aborda uma Vivienne bem sucedida no mundo da moda, responsável por fazer os figurinos da banda Sex Pistols. *The Great Rock'n'Roll Swindle*, entretanto, o protagonista é McLaren.

Assim, é perceptível que a história entre o vencedor e o vencido sofreu uma alternância ao longo do tempo. Vivienne Westwood transforma-se em eixo central na narrativa acerca da estética punk, após a segunda metade da década de 1980, quando a mesma se aproxima dos movimentos musicais oriundos do *new wave* e do *pop*.

nesta quinta-feira, só para citar alguns. **O Globo**, Rio de Janeiro, 08 mar. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/moda/mae-da-estetica-punk-viviane-westwood-completa-80-anos-nesta-quinta-feira-24960998>. Acesso em: 12 jan. 2022; “MÃE do punk”, Vivienne Westwood dá gostinho de união com grife consagrada. **Universa Uol**, São Paulo, 08 nov. 2018. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/11/08/mae-do-punk-vivienne-westwood-da-gostinho-de-uniao-com-grife-consagrada.htm>. Acesso em: 12 jan. 2022.

²⁰⁶ MCCAIN, Gillian; MCNEIL, Legs. **Mate-me por favor**: a história sem censura do punk. Porto Alegre: L&PM, 2017.

²⁰⁷ BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018.

²⁰⁸ RELL, Richard. **I dreamed i was a very clean tramp**: an autobiography. New York: Harper Collins, 2013.

²⁰⁹ Julien Temple é conhecido por dirigir inúmeros documentários e videocliques musicais, sobretudo da cena musical inglesa. Outros títulos conhecidos sobre o universo punk são Joe Strummer: The future is Unwhitten, de 2007 e Punk Can Take It, de 1979. USTARROZ, César. El punk en el cine como retrato generacional: el cine de Julien Temple. **L'Atalante**, Valência, n. 14, p. 66-72, jul./dez. 2012.

Outro ponto que nos interessa é o papel político-filosófico do movimento punk inglês, uma vez que Malcolm McLaren compartilhava algumas ideias do Situacionismo Francês, além de aliar a filosofia com o marketing através da loja de roupas de Vivienne e na formação da banda Sex Pistols.

Sobre a criação da banda Sex Pistols, cuja análise é exposta neste capítulo, não há dúvidas: o olhar de Malcolm McLaren sempre foi voltado para o marketing, prezando a venda de um visual e de um estilo punk que se tornará definidora entre os jovens consumidores. O movimento se apropriou de alguns elementos da rua, de contestação juvenil, da filosofia do faça-você-mesmo, mas pronto para ser vendido na loja em King's Road. O endereço, como já mencionado, sempre foi voltado para o público adolescente.

Sob este aspecto, se faz necessário buscar pistas na biografia de Malcolm McLaren. Se pensarmos no papel histórico e de relevância da biografia enquanto gênero e possibilidades metodológicas, Sabina Loriga²¹⁰ faz importantes considerações sobre o desafio biográfico, uma vez que muitas vezes era tido como uma ilusão para o historiador²¹¹, pois é uma possibilidade de estudar tantos os aspectos individuais do sujeito, bem como as suas articulações em meio ao seu contexto histórico, o que ela chama de “pequeno X”²¹¹, ou seja, a contribuição individual para o desenvolvimento histórico. Em uma reflexão sobre a biografia e sua relação entre o individual e o social, Loriga analisa:

Alguns autores consideram o ser humano como uma soma de duas substâncias separadas: de um lado a dimensão individual, do outro a dimensão social. Outros preferem tramas mais profundas ou imagens mais fluídas. Ela nos fazem compreender que o eu não é uma essência nem um dado invariável, mas uma entidade frágil, que se desenvolve nas relações com os outros. [...] a história não é compreendida como uma disciplina ou profissão, mas como um elemento primordial da formação (no sentido alemão de Bildung) social e política de cada indivíduo.²¹²

²¹⁰ LORIGA, Sabina. **O pequeno X: da biografia à história**. Belo Horizonte: Autêntica, 2011, p. 11-16.

²¹¹ Um dos principais textos que fala sobre a imprecisão de utilizar biografias enquanto documentação vem de Pierre Bordieu, no artigo de 2006, intitulado de “A ilusão biográfica”. OLIVEIRA, Márcia Ramos de. Reflexões sobre o gênero biográfico: literatura, ilusão e disputas de memória. In: GONÇALVES, Janice (Org.). **História do tempo presente: oralidade, memória, mídia**. 1. ed. Itajaí: Casa Aberta, 2006, p. 102.

²¹¹ Em uma entrevista, Sabina Loriga esmiúça sobre o significado do “pequeno X”: A expressão é do grande historiador alemão Johann Gustav Droysenque, em 1863, escreve que se chamarmos de A o gênio individual, a saber tudo o que um homem é, possui e faz, então, esse A é formado por A + X, em que A contém tudo aquilo que lhe vem – circunstâncias externas do seu país, do seu povo, da sua época, etc. – e em que X representa a sua contribuição pessoal, a obra do seu livre arbítrio. Ele dá o exemplo de Rafael: as cores, o pincel, a tela que ele utilizava eram feitos de materiais que não tinham sido criados por ele. Também foi educado segundo a tradição da Igreja, porém ele acrescentou algo de pessoal nessa tradição. Em seguida, Droysen lembra que, mesmo se as estatísticas indicarem que, em um determinado país, nascem numerosas crianças ilegítimas, seria difícil que uma só mãe se consolasse com a ideia de que a lei estatística “explica” seu caso. Ora, embora infinitamente pequeno, o x é fundamental, porque é o responsável por dar à história seu movimento. DE SOUZA, Adriana Barreto; LOPES, Fábio Henrique. Entrevista com Sabina Loriga: a biografia como problema. **História da Historiografia**, Ouro Preto, v. 5, n. 9, p. 26-37, jul. 2012.

²¹² LORIGA, Sabina. **O pequeno X: da biografia à história**. Belo Horizonte: Autêntica, 2011, p. 218-219.

Assim, as experiências vividas e narradas tornam-se elementos centrais para o próximo tópico, a fim de trilhar as trajetórias que se entrecruzam e que são cercadas por disputas de memória, além do papel inicial de Vivienne Westwood em ser apenas responsável pela confecção do visual dos Sex Pistols até se consagrar como uma estilista renomada, a partir da década de 1980.

A importância de analisar as vivências de determinados personagens também nos permite a noção de determinadas dimensões históricas, como bem observou a historiadora Rosângela Patriota:

Considero muito instigante pensar na história como elemento primordial da formação social e política do indivíduo, especialmente pelo fato de que, por meio dessa abordagem, o caminho empreendido adquire consistência e eficácia narrativa, pois se é correto dizer que uma vida, com todas as experiências vividas e/ou imaginadas, é impossível de ser apreendida em todas as suas nuances, também é correto afirmar que, a partir de pontos de vista, é possível tecer fios de inteligibilidade em relação a um tema e/ou realização específicas.²¹³

4.1 VIVIENNE WESTWOOD E MALCOLM MCLAREN - NARRATIVAS BIOGRÁFICAS QUE ESTÃO INTERLIGADAS

Em 2021, mais precisamente no dia 08 de abril, Westwood celebrou o 80º aniversário. Vivienne Westwood nasceu em Tintwistle, na região de Derbyshire, na Inglaterra. Conforme vimos no primeiro capítulo, Westwood passou pelos racionamentos de matéria-prima durante a Segunda Guerra Mundial.

A família de Vivienne estava ligada à indústria da moda, através das fábricas e do artesanato. O pai era sapateiro, a mãe trabalhava em uma fábrica de tecidos e o avô materno era fiadeiro de uma fábrica de algodão. Aos cinco anos, segundo a estilista, ela já sabia desenhar e confeccionar seus próprios pares de sapatos, devido a convivência com os seus familiares.²¹⁴

Sua educação estava atrelada à religião, pois a escola que frequentara pertencia a Igreja anglicana e seguia certos preceitos da monarquia inglesa, bastante comum nas regiões rurais da Inglaterra, onde era mais importante saber executar uma tarefa manual do que ler ou ter um

²¹³ PATRIOTA, Rosângela. **Antonio Fagundes no palco da história: um ator**. São Paulo: Perspectiva, 2018, p. 413.

²¹⁴ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 45.

pesamento crítico, segundo Westwood. Posteriormente, ainda criança, Vivienne terá acesso a aulas práticas de costura com o objetivo de ser inserida no mercado de trabalho inglês.

Para além das transições da moda inerente à segunda guerra, a trajetória biográfica de Vivienne atravessava uma importante mudança política: a ascensão do primeiro-ministro do Partido Trabalhista, Clement Attlee, onde foi notável um crescimento econômico e social na Inglaterra na metade dos anos de 1940:

O caso mais impressionante foi o britânico, onde as eleições de 1945 derrotaram o universalmente amado e admirado senhor da guerra, Winston Churchill, e levaram ao poder o Partido Trabalhista com o aumento de 50% em sua votação. Nos cinco anos seguintes, ele iria presidir um período de reformas sociais sem precedentes. Os dois grandes partidos haviam se envolvido igualmente no esforço de guerra. O eleitorado escolheu aquele que prometia tanto a vitória quanto transformação social.²¹⁵

Como aponta a análise da política pós-guerra feita por Hobsbawm, a Inglaterra conseguiu deslanchar economicamente, sobretudo no setor têxtil, além da formação de algumas políticas voltadas para o bem-estar social. Com isso, a família de Vivienne pode se transferir para Harlow²¹⁶, uma cidade com mais possibilidades de desenvolvimento social e econômico que Tintwistle.

Contudo, nos cabe uma indagação: como Vivienne Westwood, filha de operários ingleses, morando boa parte da vida em uma região predominantemente rural, consegue desviar da rota típica de uma mulher da década de 1950 e 1960, para não ser dona de casa? E como ela alcança a fama de grande precursora da moda punk e, posteriormente, de estilista internacional?

Nas palavras de Vivienne:

O conselho sobre as carreiras e perspectivas era típico da época. Principalmente para nós, garotas. Não era exatamente culpa da escola; na verdade o diretor tinha ambições para nós, mas de um modo bem restrito. [...] Se eu tivesse ficado no Norte, provavelmente teria feito cursinho preparatório porque eu amava o colégio, absolutamente amava, mas a questão é que só tínhamos ouvido falar de quatro profissões até ali. Ser uma professora, uma cabelereira, ou uma enfermeira, ou mais possível, uma secretária.²¹⁷

²¹⁵ HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 170.

²¹⁶ A BRIEF history of luxury: Vivienne Westwood, queen of punk fashion. **Luxus+ Magazine**, London, 12 abr. 2021. Disponível em <https://magazine.luxus-plus.com/a-brief-history-of-luxury-vivienne-westwood-queen-of-punk-fashion/?lang=en>. Acesso em: 20 jun. 2021.

²¹⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 75.

Um dos caminhos possíveis para Westwood foi fazer uma escola preparatória para seguir o magistério e estudar artes como disciplina principal²¹⁸, com o intuito de dar aulas de artes para crianças. Contudo, sua noção de arte ainda não era muito bem desenvolvida, pois nunca tinha conhecido uma galeria de artes até a adolescência. O conhecimento vinha através de livros sobre o assunto.

Sair da cidade pequena foi uma alternativa para a jovem de 17 anos que se mudara para Londres, para ter a possibilidade em adentrar no mundo artístico. Ocorreu em um primeiro momento apenas na teoria, sem ter acesso à museus, galerias e exposições.

Com isso, chegamos a segunda indagação: como se formou esse repertório tão vasto já construído na década de 1970? Sobre a influência do ex-companheiro Malcolm McLaren que apresentava uma vivência completamente distoante da estilista. Posteriormente, vamos trabalhar com mais detalhes essa relação.

Em seguida, Vivienne se aproxima de muitas mulheres inglesas que já possuíam relativa independência no mercado de trabalho, e que estavam em consonância com estilo jovem que efervescia na Inglaterra. Em 1960, Vivienne se casa com Derek Westwood, com quem não só levou o sobrenome, mas como também tiveram um filho, chamado Benjamin. Vivienne conseguiu conciliar a vida doméstica e de professora infantil, que lhe rendia algum ordenado, para se especializar em designer de joias.

Para além dos Swinging Sixties que foi marcado pelo consumo juvenil, os anos de 1960 em Londres, era propício ao movimento jovem advindo das universidades, ainda mais com a inclusão da classe trabalhadora neste espaço.²¹⁹ Isso foi fundamental para o desenvolvimento de um pensamento mais crítico e liberal, como também, a ampliação das redes de sociabilidade:

Compared to working youngsters, students possessed a relatively low level of disposable income. University life, however, had its compensations. For example, it offered significant amounts of leisure time, together with the independence of living away from the parental home. Many of the new universities also had a decidedly liberal ambience, as a fresh generation of young academics took a less formal approach to teaching and introduced many new, radical ideas to the syllabi.²²⁰

²¹⁸ Extraído do documentário **WESTWOOD – PUNK, ÍCONE E ATIVISTA**. Direção: Lona Turcker. Inglaterra: Greenwich Entertainment. 1 Filme documentário, 1DVD, son., color, 1 hora 23 minutos.

²¹⁹ Ian Kelly afirma que a escola de artes também começou a receber alunos da classe operária inglesa, a partir da década de 1960, para as escolas de artes e design: “A abertura da franquia educacional que alcançou a geração de Vivienne – dando acesso às escolas de ensino médio de qualidade e bolsas de estudo para as faculdades de artes – possibilitou jovens de classe operária, como ela, com toda uma pauta de não conformidade e mesmo de indignação social, dar expressão e imagem ao aumento do consumismo e do comércio de massa”. KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2016, p. 110.

²²⁰ *Em comparação com os jovens trabalhadores, os alunos possuíam um nível de renda disponível relativamente baixo. A vida universitária, porém, teve suas compensações. Por exemplo, ofereceu uma quantidade significativa de tempo de lazer, juntamente com a independência de viver longe da casa dos pais. Muitas das novas*

Vivienne inserida nessa dinâmica londrina, tanto no campo artístico como no campo acadêmico, se aliou à música, moda e nas ideias liberais que resultaram o fim do seu casamento em 1964, onde o “american way of life” - que também fazia parte da realidade inglesa - era inconciliável com os objetivos de Westwood. Segundo a estilista, *"I wasn't happy. I wasn't content looking after my child. I needed to know more of the world. I think of him with great affection, but I grew out of him"*.²²¹

O término do casamento da estilista lhe dava mais autonomia para desenvolver o seu lado artístico, bem como mostrava uma atitude de desaprovação ao estilo de vida “convencional” para uma garota inglesa do interior, que era atrelado a uma vida doméstica. A geração dos anos 1960 na Inglaterra também estava em constante mudança e era um universo que Vivienne Westwood já demonstrava anseios em explorá-los:

Na Grã-Bretanha do início dos anos 1960, os mundos da dança, da música e das escolas de arte estavam intimamente interligados. Eram parte do que faziam Londres acontecer. Capas de disco, moda e bandas tornavam-se a maneira essencial de como a juventude ocidental expressava-se (até a chegada dos computadores). O pop e o punk, que evoluíram a partir da segunda metade do século XX, foram fenômenos que só poderiam ter ocorrido por meio de uma poderosa constelação de ideias e influências que deixaram sua marca em toda a cultura ocidental contemporânea, mas que, curiosamente, remetem de forma recorrente à Londres do final dos anos 1950 e meados dos anos 1960, e às boates e escolas de arte [...].²²²

Após breve resumo da vida de Vivienne Westwood na década de 1960, se faz necessário trazer para o centro da narrativa a trajetória biográfica de Malcolm McLaren. Ao afirmar a importância das escolas de artes, como o jornalista Ian Kelly salientou na citação acima, o design gráfico era uma atividade que além de estar em diálogo com a cena juvenil de Londres, também era responsável pela educação de alguns nomes, que posteriormente, se transformariam em músicos de sucesso, como por exemplo, Pete Townshend, do grupo *The Who* e Freddie Mercury do *Queen*.²²³

universidades também tinham um ambiente decididamente liberal, pois uma nova geração de jovens acadêmicos adotou uma abordagem menos formal ao ensino e introduziu muitas idéias novas e radicais nos programas de estudos. OSGERBY, Bill. Swinging six ties from sharp mods to counterculture. **Museum of Youth Culture**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://museumofyouthculture.com/teen-intro-four/>. Acesso em: 19 fev. 2022.

²²¹ Não estava feliz. Não me contentava em cuidar do meu filho. Precisava conhecer mais o mundo. Penso nele com muito carinho, mas cresci fora dele. VERSOSE, Viena. A visual history of Vivienne Westwood. **CR Fashion Book**, [S. l.], 08 abr. 2019. Disponível em: <https://www.crfashionbook.com/fashion/g27041863/vivienne-westwood-vintage-photos/?slide=2>. Acesso em: 11 jun. 2021.

²²² KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 108.

²²³ FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll: uma história social**. Rio de Janeiro: Record, 2004, p. 177.

Malcolm McLaren, nascido e criado em Londres, passou por várias faculdades durante a sua vida²²⁴, no momento em que arte, moda, música e design gráfico se interligavam para a formação de uma identidade cultural e comercial dos jovens. McLaren pertencia ao círculo de amigos do irmão de Vivienne Westwood, e já se vestiam de modo diferente para demonstrar seu distanciamento com pessoas que não pertenciam a essa dinâmica juvenil.

Assim como Westwood, Malcolm também veio de uma família que tinha experiência com a moda: a mãe e o padrasto dirigiam uma loja de roupas femininas em East End, em Londres e o avô trabalhava como alfaiate. Contudo, não existiu uma influência direta como ocorreu com Vivienne, uma vez que ele foi criado com a avó paterna e conviveu muito pouco com a mãe. Mas já na adolescência, Malcolm era um assíduo frequentador de butiques com roupas para jovens nas regiões do Soho e Chelsea, onde se localizavam, e ainda localizam, um dos maiores pontos juvenis: Carnaby Street e King's Road, respectivamente.²²⁵

Além da aproximação dos seus familiares com moda, Vivienne e Malcolm tinham a paixão pela música como algo em comum. Entretanto, as semelhanças encerravam-se por aí. Ele não vinha de uma classe operária interiorana, mas sim de uma família de classe-média alta e judaica.²²⁶ Mesmo sendo o avesso a obediência pregada nas escolas, McLaren tinha um profundo interesse em política e marketing, além de se inserir ao mundo artístico desde jovem. Suas referências foram essenciais para o crescimento, tanto cultural quanto profissional, de Westwood. Como ela mesma aponta:

Malcolm era fascinante. Ele tinha tanta informação que eu não tinha – até mesmo o fato de conhecer Londres como a palma da minha mão. Eu sabia que era provinciana, sem perspectiva, mal preparada. Eu precisava muito de uma forma de ganhar algum insight, e, junto com o Malcolm, eu era capaz de analisar a sociedade, a política e a cultura. Ele me apresentou os textos do crítico de arte marxista, John Berger; do anarquista Buenaventura Durruti [...]. E ele influenciou meu modo de vestir e de pensar as roupas também. Ele começou a gastar maior parte da sua bolsa de estudos em roupas para mim. Ele tinha paixão por roupas e me transformou de uma seguidora de modinha, em uma mulher chique, confiante no modo de vestir. Não era por amor a mim. Ele amava roupas.²²⁷

²²⁴ Malcolm McLaren passou por seis universidades, entre os 17 aos 25 anos, e não concluiu nenhuma. Eram essas: St Martin's, Croydon College of Arts, Goldsmiths, South East Essex, Chiswick Polytechnics e a Harrow Art School. Todas elas eram de artes e de design gráfico. MASSARI, Fábio; THOMÉ, Luciano. **Malcolm**. São Paulo: Edições Ideal, 2014, p. 7.

²²⁵ REARDON, Ben. The life and times of Malcolm McLaren, punk's original provocateur. **Vogue**, London, 09 maio 2020. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/gallery/malcolm-mclaren-book>. Acesso em: 15 jun. 2021.

²²⁶ Mesmo com poucos materiais disponíveis sobre a biografia de Malcolm McLaren, ele nunca deixou claro em como a religião judaica foi importante na sua formação inicial. O que deixa subentendido nas reportagens consultadas é que ele não deu continuidade à religião na vida adulta.

²²⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 126.

Malcolm sobrevivia apenas da bolsa de estudos da escola de artes, o que explica a constante mudança e o longo período em que ele ficou nas mais diversas instituições. A união do casal foi uma forma deles minimizarem as despesas, porque mesmo Malcolm gastando maior parte do dinheiro da sua bolsa de estudos em roupas para Vivienne, segundo a estilista, era ela quem sustentava a casa trabalhando meio período como professora infantil, além de o casal ter engravidado pouco tempo depois dessa união.²²⁸

Porém não vamos dar ênfase nos entrelagos familiares do casal. Uma das questões chave para entender essa relação, sobretudo também a eclosão da moda e música punk enquanto um produto juvenil, é pensar nas formações políticas que o próprio Malcolm estava inserido e que Vivienne rapidamente as absorveu.

Para isso, temos que olhar novamente para os movimentos de maio de 1968, a guerra do Vietnã e, principalmente, o conflito da Irlanda do Norte²²⁹, sob uma nova perspectiva. Malcolm flertava com as políticas radicais da época, juntamente com as táticas de choque dos estudantes de artes. Uma das vertentes mais conhecidas era o Situacionismo francês, que refletiria inclusive na construção do punk inglês como algo vendável, em especial na criação da banda gerenciada por Malcolm McLaren alguns anos depois, os Sex Pistols:

Pode-se dizer que o documento fundador, em termos do que depois se tornaria o movimento punk, foi *A sociedade do espetáculo*, de Guy Debord. Foi um texto que influenciou profundamente os estudantes de arte da época. Debord foi o retórico original do movimento político e artístico que ficou conhecido como Internacional Situacionista, fundando no final dos anos 1950, mas que encontrou voz e pauta uma depois de toda a Europa e em universidades americanas. No final das contas, foi parte do que embassou os *acontecimentos de maio* em Paris, poucos meses após o nascimento de Joe (filho de Vivienne Westwood e Malcolm McLaren). Desde as revoluções dos anos 1840 que os estudantes e artistas não sentiam seu poder de sacudir governos e atizar as chamas da mudança. Os situacionistas declararam que artistas e pensadores tinham a obrigação de romper as definições entre arte e “vida real”, para evitar a comercialização da arte. Em outras palavras, artistas e ativistas eram encorajados a confundirem seus espectadores e públicos, e a agirem, idealmente, como agentes provocadores criando happenings ridículos e potencialmente arriscados como forma absurdista sobre o *status quo*. Assim como o protesto, a arte deveria estar nas ruas e desconhecer barreiras. Bom gosto e estrutura foram defenestradas, juntamente com a mídia consagrada e com as limitações da galeria, da imprensa e do meio acadêmico.²³⁰

A partir dessa fala de Vivienne, podemos buscar alguns elementos que ligam McLaren e o movimento punk inglês com o Situacionismo francês. Posto isso, o movimento punk não é

²²⁸ MCDERMOTT, Catherine. **Vivienne Westwood**. London: Carlton, 1999, p. 14.

²²⁹ Conflito religioso marcada pela maioria protestante que queria se anexar a Grã-Bretanha e outra parte que era católica e almejava a integração da República da Irlanda. HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

²³⁰ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 133.

tão simples como aparenta ser, onde apropria-se de uma estética das ruas e faz o visual parecer chocante para o *status quo* da época.

Sobre o situacionismo, surge como uma revolta nos campos das artes, que já acrescentava os movimentos Futuristas, Dadaístas e Surrealistas²³¹ como formas de romper com a arte burguesa. Mario Perniola, fala sobre as origens da Internacional Situacionista:

A problemática da crítica radical da arte e a sua superação revolucionária que foi expressa pelo [movimento] Dada, pelas vanguardas artísticas soviéticas e pelo primeiro surrealismo, dissolve-se no período entre 1925 a 1960, em estreita conexão com o eclipse da perspectiva da revolução proletária e a afirmação do fascismo, da social-democracia e do stalinismo. A tese da independência da arte, que faz passar como liberdade o isolamento e a importância do artista, e a tese do empenho político, que faz passar como revolução a insubordinação à burocracia. [...] A consciência do caráter essencialmente revolucionário da arte, da poesia e da profunda tendência de auto-superação, sobrevive de modo penoso e confuso no Surrealismo, no Letrismo, no grupo Cobra (1948 – 1951, no “Movimento por um Bauhaus Imaginista”. Todas essas experiências estão na origem da Internacional Situacionista, a qual nasce em julho de 1957.²³²

A Internacional Situacionista contribuiu para dar ênfase na criação de um discurso libertário na Europa, reunindo artistas e intelectuais com tendências marxistas, em especial Guy Deboard, que logo depois lançou seu livro intitulado *A sociedade do espetáculo*. Fundamental para a formação de jovens, ao menos na teoria, que não se conformavam com a sociedade moderna voltada para o consumismo, ressoando principalmente nas relações sociais pautadas pelo acúmulo de imagens. Ou nas palavras do próprio Guy Debord, o espetáculo “é o mal sonho da sociedade moderna acorrentada, que ao cabo não exprime senão seu desejo de dormir.”²³³ E também faz parte de um projeto das relações sociais oriundas da modernidade:

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ela não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do

²³¹ Não é o objetivo dessa tese aprofundar em todos esses movimentos de vanguarda. Mas se faz necessário um breve resumo sobre as principais características dessas correntes artísticas. O Futurismo, proposto em 1909 em Paris, tinha por objetivo introduzir uma arte dinâmica, com ritmos acelerados em sintonia com as mudanças de tal período. Alguns anos depois, em 1916 em Zurique, nasce o movimento Dadaísta, que busca romper com as culturas tradicionais, revelando-se assim sua hipocrisia aos comportamentos convencionais da época. No interior do movimento Dadaísta, em 1922, é formulado o manifesto Surrealista, onde a arte era menos racional e mais experimentalista. Todos esses movimentos, em maior e menor grau, se relacionaram com a moda. Entretanto, vamos nos ater apenas na influência que essas correntes tiveram nas obras de McLaren e Westwood para a criação da estética punk. Sobre este tema, sugiro as seguintes leituras: COSTA, Cacilda Teixeira. **Roupa de artista: o vestuário na obra de arte**. São Paulo: EDUSP/Imprensa Oficial do Estado de SP, 2009; SUBIRATS, Eduardo. Un comentario sobre el concepto de vanguardia. **Arquitextos**, São Paulo, ano 09, fev. 2009.

²³² PERNIOLA, Mário. **Os situacionistas: o movimento que profetizou a “Sociedade do Espectáculo”**. São Paulo: Annablume, 2009, p. 15.

²³³ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 45.

entretenimento, o espetáculo constitui modelo presente da vida social dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário – o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna.²³⁴

A arte, deveria portanto, cumprir um papel como força libertadora, de superação de formas já existentes, posto que as “técnicas de influência [da arte dominante] sobre os outros não permaneçam monopólios de poder, mas sejam usadas em direção revolucionária”²³⁵

Um dos grandes problemas das artes e sua espetacularização, para Debord, era se apresentar “como algo grandioso, positivo, indicustível e inacessível. Sua única mensagem é “o que aparece é bom, o que é bom aparece”.²³⁶ Era necessário a retomada de novas linguagens para romper com a arte favorável ao establishment .

Sob esse prisma, alguns elementos da Internacional Situacionista serão utilizados como ferramentas por Malcolm McLaren para construção da estética punk e, posteriormente, a sua comercialização.

Uma delas, que deixamos em aberto no capítulo anterior, é o uso de letrismo nas camisetas, como uma forma criticar a forma racional de linguagem. Para além disso, havia influência direta nos slogans pichados nos muros parisienses em Maio de 1968. O mais famoso deles, “Sejamos realistas: exijamos o impossível”, que uma década depois se transformaria de em uma camiseta feita por McLaren e Vivienne Westwood.

²³⁴ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 15.

²³⁵ PERNIOLA, Mário. **Os situacionistas: o movimento que profetizou a “Sociedade do Espetáculo”**. São Paulo: Annablume, 2009, p. 21.

²³⁶ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 17.

Figura 24 - Muro em Paris com o slogan “Sejamos realistas, exijamos o impossível”, em 1968. À esquerda, Vivienne Westwood vestindo uma camisa com a mesma frase em inglês



Fonte: Cunha²³⁷ e <https://www.tshirtgrill.com/mens-c7/be-reasonable-demand-the-impossible-as-worn-by-vivienne-westwood-malcolm-mclaren-t-shirt-p2991>.

Além de se apropriar de um slogan de Maio de 68, McLaren também formulou a sua própria frase de efeito. *No Future* foi o lema para caracterizar aquilo que deveria fazer parte do sentido punk. Materializou-se, também, através de letras de música, ao formar a banda Sex Pistols, com a canção *Anarchy in the UK*.

McLaren ao ser questionado sobre a relação entre punk e situacionismo, em uma entrevista concedida para Fábio Massari, em 1995, responde:

Fábio Massari: Suas idéias sempre tiveram um corte político, devido a sua formação nos anos de 1960...

Malcolm McLaren: Foi quando a cultura pop achou que podia controlar o mundo... Acreditávamos de fato, era como uma bola de futebol que podia ser chutada em qualquer direção. Vimos uma mudança na cultura pop e, por causa disso, nos tornamos mais subversivos intelectualmente. Porque era preciso ser mais esperto. Aprendemos muito nos anos 60.

Fábio Massari: Final dos anos 60... “Vibrações psicodélicas”. As pessoas, muitas vezes, acham que eram só flores nos cabelos, paz e amor.

Malcolm McLaren: Elas pensam isso mesmo.

Fábio Massari: Obviamente havia um lado mais contestador. Você estava interessado nessa perspectiva?

²³⁷ CUNHA, Ana Paula da. Situacionismo, Teoria da Deriva e Movimento Provos: Imaginação no Campo Social. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 18., 2017, Caxias do Sul. *Anais [...]*. Caxias do Sul: Intercom, 2017.

Malcolm McLaren: Sim, porque eu não era músico. Estudei arte e era pintor. Lembro de um slogan na faculdade, que algum francês louco tinha pintado: “Seja realista. Exija o impossível!” Pensei: Que ótima ideia! Ela faz nos sentir poderosos. Depois disso, passei a catar tijolos pela faculdade e embrulhá-los em papel de cetim com um laço. E um cartãozinho dizendo que a magia estava de volta. À noite, quando ninguém estava por perto, eu ia a uma Igreja – atento se alguém estava olhando. E jogava o tijolo pela janela da Igreja. Eu achava que era uma grande atitude rock’n’roll sem ter na verdade, composto uma música.”²³⁸

Essa entrevista mostra alguns aspectos interessantes na relação do artista com as práticas situacionistas. Malcolm sabia como executá-las e formatalizá-las em um produto comercial, independente de ser músico. Essa atitude rock’n’roll que foi comercializada pelo casal: vender a ideia de rebeldia.

A relação entre elementos de vanguarda com a moda foram frequentes para a criação artística do casal. Além do leticismo e slogans demonstrado nas imagens anteriores, é possível perceber as influências do Dadaísmo e do Surrealismo, uma vez que “Malcolm ficou fascinado com a fusão do surrealismo, do dadaísmo e do hedonismo movido a drogas da época[...]”²³⁹, que inspiraram na confecção das camisetas, conforme demonstram as seguintes imagens:

²³⁸ MASSARI, Fábio; THOMÉ, Luciano. **Malcolm**. São Paulo: Edições Ideal, 2014, p. 19.

²³⁹ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 135.

Figura 25 - À direita: pintura do artista surrealista René Magritte, *Filosofia no Boudoir* (1948). À esquerda: “Tits” T-shirt, de Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, 1975



Fonte: Alamy ²⁴⁰ e Metropolitan Museum of Art ²⁴¹.

Se analisarmos as das imagens existe uma semelhança entre a figura dos seios. A primeira imagem (à esquerda) era a síntese do surrealismo, demonstrando uma forma irracional de fazer arte, sobretudo uma ligação dos sonhos. O objetivo era renovar o campo das artes plásticas, incluindo a moda.²⁴² A *t-shirt* “Tits”, na imagem à direita, feita em 1975, tem por objetivo estabelecer um choque com a burguesia. Assim, seja pelo surrealismo ou pelas artes de vanguarda de modo geral eram movidas pelo sentimento de *Épater la bourgeoisie*, cada um referente à sua época.

Ainda sobre a influência de Rene Magrite e o surrealismo, a t-shirt *Tits* não foi a única peça do casal a ter inspirações do artista. Se na obra *Filosofia no Boudoir* a proximidade aparenta ser mais visível, existe uma outra hipótese ainda mais polêmica e de opiniões

²⁴⁰ RENÉ Magritte Philosophie im Boudoir. **Alamy**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.alamy.de/stockfoto-ren-magritte-philosophie-im-boudoir-75420169.html>. Acesso em: 06 jan. 2022.

²⁴¹ “TITS” T-Shirt. **Metropolitan Museum of Art**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/789218>. Acesso em: 11 jan. 2022.

²⁴² Sobre moda e surrealismo, não podemos deixar de mencionar a importância da estilista Elsa Schiaparelli e as suas contribuições para o estatuto de moda/arte. A princípio, na década de 1920, Schiaparelli costurava peças que contribuíam para a maior movimentação e flexibilidade feminina. Foi no final da década que Elsa se mudou para os EUA e entrou em contato com artistas da vanguarda, sobretudo os representantes do Surrealismo, como por exemplo, Salvador Dalí, ao confeccionar estampas, vestidos em formato de lagosta, e o principal, o chapéu em formato de sapato “*shoe-hat*”. Dessa feita, as criações de Schiaparelli teve profundas influências na moda – além de causar estranhezas. Mais à frente, vamos mostrar como se deu a relação entre a obra de Elsa Schiaparelli e Vivienne Westwood. PARKINS, ILYA. Elsa Schiaparelli: glamour, privacy and timelessness. In: PARKINS, ILYA. **Poiret, Dior and Schiaparelli: fashion, femininity and modernity**. New York: BERG, 2012.

contraditórias. São as camisetas que estampam suásticas invertidas, com a imagem de cristo pendurado no símbolo, geralmente escritas “Destroy” logo acima:

Figura 26 - Vivienne Westwood trajando a t-shirt ‘Destroy’ (1977)



Fonte: Westwood.²⁴³

Diversos teóricos e alguns acadêmicos oferecem a sua visão sobre utilizar um símbolo que remete ao nazismo. Vivianne, na sua biografia, afirma que o uso do símbolo era para quebrar velhos tabus, mesmo porque Malcolm McLaren era de família judaica:

“Quando eu estava com Malcolm”, explica Vivienne, “ele queria chocar – eu estava preocupada...a respeito da suástica, por exemplo, mas Malcolm sendo judeu, tinha seus motivos para fazer aquele tipo de coisa. Não estávamos apenas rejeitando os valores de uma geração mais velha, também estávamos rejeitando seus tabus”.²⁴⁴

O biógrafo de Westwood complementa e justifica a fala da estilista sobre a incorporação da suástica nas roupas:

No todo [as imagens nas camisetas, incluindo a suástica] aquilo foi servido com ironia e humor – as coleiras de cachorro enfeitadas com tachas que eram feitas para cães de

²⁴³ WESTWOOD, Ben. At Last!!!. **Worlds end Shop**, London, 26 ju. 2013. Disponível em: <http://worldsendshop.co.uk/at-last/>. Acesso em: 03 fev. 2022.

²⁴⁴ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 190.

verdade, por exemplo, “você coloca aquilo e está basicamente se insultando, mas também está se limpando de toda a vaidade”.²⁴⁵

Os discursos como ironia e humor são afirmações para definir o uso de suástica ou SS (referente ao partido alemão). Outros pontos de interpretação são “a repressão existente para coibir a liberdade de expressão, seja da polícia ou do poder judiciário[...]”²⁴⁶, para confrontar o establishment: “No punk a suástica remetia à vontade de causar o choque e o constrangimento social em tom de protesto. O seu uso era parte da semiótica de uma geração distante da realidade do Holocausto”.²⁴⁷ Também há quem defina como um esvaziamento chocante do símbolo, “ostentando a suástica sem abraçar seu nazismo.”²⁴⁸

Antonio Bivar, ao escrever seu livro nos anos de 1980, mostra uma explicação um pouco mais diferente sobre as teorias acima, colocando em pauta a agressão que o próprio movimento queria incluir como um modo de vida, bem como o caráter apolítico do movimento:

Temas como a Gestapo, a suástica, a cruz de malta, o crucifixo de ponta cabeça, Karl Marx, imagens – o punk é contra direita, contra o centro, contra a esquerda. É a favor da exteriorização de um sentimento muito forte que vem do âmago da revolta contra todo erro humano, toda exploração, toda opressão, todos os equívocos, desonestidades, mentiras, enganos, enfim, contra tudo que acua e tortura as pessoas desprivilegiadas como eles.²⁴⁹

Cabe ressaltar que Bivar publicou a primeira edição do seu livro **O que é punk?**²⁵⁰ no início dos anos de 1980. O punk nacional, em que ele dedica um capítulo, ainda estava sendo gestado. Não cabe analisar o contexto entre os movimentos de contestação, porque definitivamente não eram os mesmos.

Entretanto todas as tentativas de explicar o uso da suástica parecem ir para um caminho seguro, entre a subversão e o esvaziamento do seu significado. Não que seja considerações erradas, mas ainda os movimentos estéticos de vanguarda podem nos ajudar a questão. E novamente a figura de Rene Magritte faz-se necessária.

²⁴⁵ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 190.

²⁴⁶ RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na passarela: a influência do movimento punk nas coleções de moda**. Porto Alegre: Dubliense, 2012, p. 77.

²⁴⁷ FEIJÓ, Camila Costa. **She was once a punk: a importância social da moda através da trajetória de Vivienne Westwood até a alta-costura**. 2020. 103 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Porto, Porto, 2020, p. 59.

²⁴⁸ BARNES, Evan. **Pretty in punk: an investigation into the visual legacy of punk**. 2017. 30 f. Dissertação (Mestrado em Design Gráfico) - Nottingham Trent University, Nottingham, 2017, p. 18.

²⁴⁹ BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018, p. 58.

²⁵⁰ BIVAR, Antônio. **O que é punk?** São Paulo: Brasiliense, 1982.

A antropóloga Janice Caiafa nos oferece uma visão interessante sobre o assunto, ainda que o seu objeto de pesquisa não esteja tratando do movimento punk inglês, mas sim do cenário nacional, em especial o Rio de Janeiro na década de 1980. Sobre este tópico, Caiafa já apresenta o tópico “Isto não é uma suástica”, no livro **Movimento punk na cidade**: invasão dos bandos para explicar a dificuldade de compreender o símbolo atrelado ao movimento:

O que se passou aí, que gesto foi feito que pôs em funcionamento essa engrenagem complexa? De que operação se trata que tem como resultado esse problema? Vejamos: de um lado, o signo ostentado é o mais óbvio, o mais evidente. O símbolo que se conecta a nível das doutrinas com o nazismo, indubitavelmente. Mas essa ligação é negada no discurso: Nós não somos nazistas”. E a impregnação desse símbolo é tão forte, o vínculo de representação é tão investido socialmente que seria como dizer: Isto não é uma suástica.²⁵¹

Caiafa, apesar de não abordar o punk inglês como já falamos, está atenta as possibilidades interpretativas acerca da formação artística de McLaren e Westwood, sobretudo nas esferas do surrealismo. Ora, retornemos na obra de Rene Magritte, ao fazer sua série de obras intituladas *La Trahison des Images*, em tradução, A traição das imagens. Feitas ao longo da década de 1920, Magritte apresentou a imagem que causaria mais impacto e que foi descrita por Janice Caiafa, intitulada de *Ceci n'est pas une Pipe*, tradução literal de Isto não é um cachimbo. A proposta parece ser simples: é um desenho de um cachimbo, mas a sua premissa é de que não é real:

Figura 27 - Isto não é um cachimbo. Obra de Rene Magritte



Fonte: Gabinete de Artes.²⁵²

²⁵¹ CAIAFA, Janice. Isto não é uma suástica. In: CAIAFA, Janice. **Movimento punk na cidade**: invasão dos bandos sub. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985, p. 81.

²⁵² ISTO não é um cachimbo. **Gabinete de Artes**, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em:

Tanto o cachimbo quanto a suástica na camiseta parecem dizer exatamente aquilo que está na imagem. A negação do objeto não é uma tarefa fácil de ser compreendida. Foucault lançou um livro só para fazer reflexões das obras surrealistas, dando mais destaque, como sugere no título, em *Isto não é um cachimbo*: “Será necessário então ler: não busque no alto do cachimbo verdadeiro; é o sonho do cachimbo; mas o desenho que está lá sobre o quadro, bem firme e rigorosamente traçado, é este desenho que deve ser tomado por uma verdade manifesta”.²⁵³

Bem como pontua um dos aspectos do surrealismo, as artes estão próximas do subconsciente e dos sonhos, do que no campo da racionalidade. Assim, Foucault coloca uma crítica sobre o modo em que a arte é vista no seu sentido literal:

Será preciso dizer: Meu Deus, como tudo isto é bobo e simples; este enunciado é perfeitamente verdadeiro, pois é bem evidente que o desenho representando um cachimbo não é, ele próprio, um cachimbo? E, entretanto, existe um hábito de linguagem: o que é este desenho? é um bezerro, é um quadrado, é um flor. Velho hábito que não é desprovido de fundamento: pois toda função de um desenho tão esquemático, tão escolar, quanto este é a de se fazer reconhecer, de deixar aparecer sem equívoco nem hesitação aquilo que ele representa. Por mais que seja o depósito, sobre uma folha ou um quadro, de um pouco de plumbagina.²⁵⁴

É exatamente a suástica que se transforma no maior elemento de anti-moda, impassível de ser apropriada, segundo Caiafa:

A suástica é inassimilável. A moda pode adotar o negro, o cabelo arrepiado enquanto corte exótico, o couro mesmo com as correntes enquanto adorno. As butikues podem redesenhar as estampas suburbanas, como a cobra e a onça que o punk usa. Mas é inimaginável a situação da multiplicação da suástica em broches ou collants numa vitrine. A suástica preserva sua aparição única e irrepetível porque sua propagação é temida e evitada. Ela é anti-moda por excelência. É assim que os punks aproveitam o vazio que imprimem à suástica enquanto puro símbolo de nazismo: usando pela carga explosiva que ela já traz só por ser uma suástica.²⁵⁵

A suástica parece ser o único elemento que, mesmo se utilizando de certa ironia ou de esvaziamento do símbolo, segundo alguns autores, não pode ser suavizada e, posteriormente, ser digerida pela indústria da moda, ainda que tenha se tornando estampas das camisetas de Westwood e McLaren.

https://gabinetedeartes.com.br/portfolio_page/isto-nao-e-um-cachimbo/. Acesso em: 03 jan. 2022.

²⁵³ FOUCAULT, Michel. *Isto não é um cachimbo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988, p. 13.

²⁵⁴ FOUCAULT, Michel. *Isto não é um cachimbo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988, p. 20.

²⁵⁵ CAIAFA, Janice. Isto não é uma suástica. In: CAIAFA, Janice. **Movimento punk na cidade**: invasão dos bandos sub. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985, p. 83-84.

Para a divulgação do estilo punk também se fez necessário a criação de uma banda. Assim, os Sex Pistols funcionava como uma nova forma de divulgação desse estilo. Até mesmo a loja Sex (1975) novamente foi rebatizada para Seditonaires, em 1977. Segundo a descrição da V&A sobre a Seditonaires:

Clothes at Seditonaires were also known for their challenging graphics. The highly-charged imagery screen-printed on to frayed- looking T-shirts and muslin tops included swastikas, the Queen with a safety pin through her lips, a pair of naked breasts printed at chest height and pornographic cowboys. Other Seditonaires T-shirt designs hint at the direction in which Westwood's tastes would develop. Her 'nippled' T-shirt uses bunched fabric as a way of clothing yet unclothing the body, demonstrating a form of provocation that is more cheeky than aggressive. Many of the items sold at Seditonaires were worn by members of the Sex Pistols (1975 – 78), the punk group McLaren had brought together to exploit what he saw as youth culture's readiness for a protest-based band.²⁵⁶

Contudo, gerenciar o Sex Pistols, tanto pelo aspecto visual quando pelo musical, não foi a primeira tentativa de McLaren. No início dos anos de 1970, quando o casal passava por uma temporada em Nova York, conforme pontuamos ao longo desse trabalho, McLaren ficou não só fascinado pela esfera underground da cidade, como tentou fazer parte da indústria musical ao empresariar a banda New York Dolls. O grupo transformou-se em um laboratório para experimentações no campo visual, cujas vestimentas adotadas eram compostas por peças do vesturário feminino, roupas de couro e o uso da suástica. Antes das criações feitas no endereço 430 King's Road, em Londres, a efervescência do pré-punk morava no número 315 da Browery, no East Village, chamado CBGB. Nesse endereço residia o clube que reunia os principais músicos do cenário underground: Blondie, The Television, The Voidoids, Ramones e New York Dolls, só para citar alguns. A banda empresariada por McLaren já demonstrava ousadia nas vestimentas:

Os Dolls se produziam para chocar e para brincar com os esterótipos de gênero e ideias de revolta, por isso tinham muito a ver com Vivienne, mas também habitavam um

²⁵⁶ As roupas em Seditonaires também eram conhecidas por suas estampas desafiadoras. As imagens altamente carregadas impressas em camisetas e tops de musselina de aparência puída incluíam suásticas, a figura da rainha (Elizabeth II) com um alfinete de segurança nos lábios, um par de seios nus estampados na altura do peito e cowboys pornográficos. Outros designs de camisetas da Seditonaires sugerem os rumos que Vivienne irá desenvolver posteriormente. A t-shirt 'macia' usa o tecido ondulado como forma de vestir, mas deixa o corpo mais despojado, demonstrando uma forma de provocação mais atrevida do que agressiva. Muitos dos itens vendidos no Seditonaires foram usados por membros do Sex Pistols (1975-78), o grupo punk que McLaren empresariou para explorar como uma forma de preparação da cultura jovem para uma banda que se baseava em protestos. VIVIENNE Westwood: punk, new romantic and beyond. **Victoria and Albert Museum**, London, 2022. Disponível em: <https://www.vam.ac.uk/articles/vivienne-westwood-punk-new-romantic-and-beyond>. Acesso em: 15 mar. 2021.

mondo ao redor dos últimos suspiros da Factory que se glorificava em travestismo e foi habitado por drag queens, gays e heterossexuais.²⁵⁷

Colocada essa aproximação entre a banda e a filosofia de McLaren e Westwood, segue um elemento importante para a criação do estilo punk, que se mistura com as práticas situacionistas. A Factory, cujo proprietário era Andy Warhol, tornou-se um dos principais lugares para desenvolver a cultura underground, seja através da artes, do cinema, da música e, principalmente, da circulação de pessoas em torno daquela atmosfera nova-iorquina.

Warhol foi uma figura importante se pensarmos no campo cultural de Nova York, desde a década de 1960. McLaren percorreu um caminho bastante semelhante ao artista norte-americano, onde em entrevista a GQ Magazine ele se autointilou o como o Warhol inglês.²⁵⁸

A crítica ao consumismo desefreado já estava presente através do movimento *pop art*, que assim como outras artes de vanguarda, mesclavam propagandas, produtos de supermercado, com televisão e publicidade para serem comercializadas. Ao mesmo tempo que se exibia uma arte voltada para o ato comercial, também era uma forma de ver como os meios de comunicação exerciam na vida das pessoas.²⁵⁹

O marketing e a publicidade eram recorrentes em suas atividades, além de fazer parte do cenário musical no final dos anos de 1960 e empresariar a banda The Velvet Underground, e ser responsável por uma das capas mais emblemáticas, apresentando uma simples casca de banana desenhada por ele. A imagem de uma banana passa a ser associada ao disco, lançado em 1967.

McLaren, ao empresariar os New York Dolls, tentava trilhar caminho semelhante ao de Warhol, criando um forte apelo visual. Foi uma fase marcada pela transição da música como protagonista em detrimento da moda, pelo menos para Malcolm, “onde tinha se decidido que seu próximo golpe situacionista não seria tanto como mascote da moda, mas como um promotor de banda”.²⁶⁰

²⁵⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 185.

²⁵⁸ MALCOLM McLaren: ‘I don't mind being accused of being the Fagin, in many respects I was’. **GQ Magazine**, London, 28 out. 2017. Disponível em: <https://www.gq-magazine.co.uk/article/malcolm-mclaren-sex-pistols-interview>. Acesso em: 06 jan. 2022.

²⁵⁹ WARHOL, Andy. **The philosophy of Andy Warhol: from A to B and back again**. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 1977.

²⁶⁰ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 187.

Figura 28 - A banda New York Dolls, na época empresariada por Malcolm McLaren: uso de látex, salto alto e camisetas rasgadas e com alfinetes



Fonte: Melinda.²⁶¹

A função de empresário da banda não vingou durante muito tempo, durando apenas um ano (entre 1974-1973). Mas serviu de inspiração para a criação da banda Sex Pistols, desta vez feita em Londres:

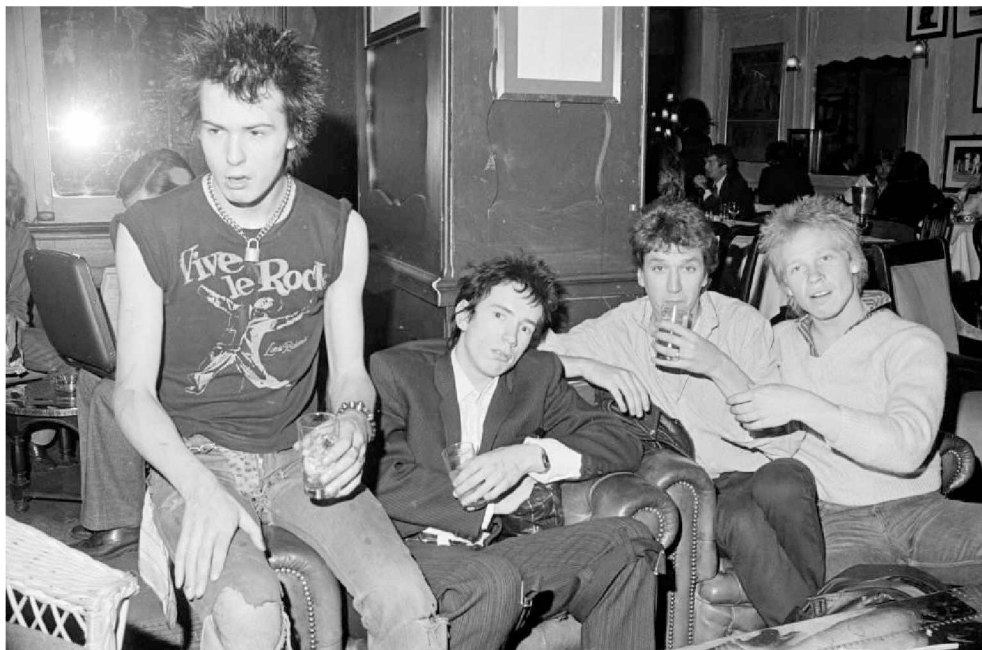
Estava tentando fazer com os Sex Pistols o que fracassara em fazer com os New York Dolls. Estava pegando as nuances de Richard Hell, a veedagem pop dos New York Dolls, a política do tédio e misturando tudo para fazer uma afirmação, talvez a minha afirmação final.²⁶²

Em 1975, McLaren formou sua própria banda com quatro rapazes que não eram músicos e tampouco tinham experiências nesse ramo: Johnny Rotten (vocalista) que tinha um visual semelhante ao de Richard Hell, Steve Jones e Paul Cook (guitarra e bateria, respectivamente) que eram amigos de escola, Glen Matlock (baixo) antigo funcionário do loja do casal e, por último, o emblemático Sid Vicious (substituindo Glen Matlock, em 1977).

²⁶¹ MELINDA, Jessica. Documentário: punk - Episódio 01. **Fotografia das Artes**, [S. l.], 13 jul. 2020. Disponível em: <https://www.fotografiadasartes.com.br/post/48687-punk>. Acesso em: 16 jan. 2022.

²⁶² MCCAIN, Gillian; MCNEIL, Legs. **Mate-me por favor**: a história sem censura do punk. Porto Alegre: L&PM, 2017, p. 322.

Figura 29 - O visual dos Sex Pistols



Fonte: Nieto.²⁶³

Assim estava formada a antibanda, feitas por rapazes adolescentes da classe operária que não sabiam cantar e tocar. De certa forma, era fácil o público jovem se identificar com a banda, uma vez que nos anos de 1970, os artistas de rock estavam fazendo show para multidões nos estádios e se tornando milionários. E a moda esteve em primeiro plano em relação à música, pelo menos para Malcolm McLaren:

Fiz isso para vender roupas! Eu só queria uma banda no palco. Eles eram, de certa forma, meus manequins. Eu não me importavam se eles sabiam tocar ou não. Era totalmente irrelevante. [...] a plateia começou a gostar também e achei que isso ajudaria a vender mais roupas, o que acabou acontecendo.²⁶⁴

Não só a banda era suficiente para difundir a moda punk, para McLaren. Ele também foi responsável pela criação de um grupo de fãs da banda, que acompanhavam em todos os shows, geralmente compostos por jovens que frequentavam a região de King's Street, próximo da loja do casal. Era uma espécie do grupo de adolescentes que ficavam rondando a Factory, de Warhol, mas sem uma oficina e sim em uma loja. Eles ficaram conhecidos como Bromley Contingent²⁶⁵ e se vestiam de forma similar aos membros do Sex Pistols.

²⁶³ NIETO, Maite. O vocalista dos Sex Pistols que deixou o punk para cuidar da esposa com Alzheimer. **El País**, Madri, 02 may 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/estilo/2021-05-02/o-vocalista-dos-sex-pistols-que-deixou-o-punk-para-cuidar-da-esposa-com-alzheimer.html>. Acesso em: 22 jan. 2022.

²⁶⁴ MASSARI, Fábio; THOMÉ, Luciano. **Malcolm**. São Paulo: Edições Ideal, 2014, p. 19.

²⁶⁵ MCDERMOTT, Catherine. **Vivienne Westwood**. London: Carlton, 1999, p. 25-26.

Muito ativo, o Contigente de Bromley é, antes de mais nada, uma organização dedicada ao visual punk. Sempre que os Pistols, The Clash e outras bandas tocam, lá está o Contigente, marcando forte presença. É do Contigente que estão saindo as primeiras Cat-Women (mulheres-gatos) – “punkas” com maquiagens carregadas nos olhos, com desenho preto e grosso puxados para cima, nos cantos; garotas em minivestidos de malha de algodão; ou vestidas por apenas uma camisa de homem bem larga e gravata; cabelos quase raspados e descoloridos (ou coloridos por cores loucas: o rosa-shocking, o verde-bílis, o vermelho-hemorragia, o azul-capri, o azul-pavão, o roxo-batata). Ou o preto total e reluzente. Os rapazes do Contigente não ficam atrás, na ousadia. Muitos também usam maquiagem e tintura no cabelo [...] E esse estilo, lançado não só pelo Contigente, mas pelos punks em geral, causa impacto muito forte na cidade. É a nova moda da rua.²⁶⁶

Se a moda na primeira onda do punk em Nova York apresentava de forma mais minimalista, em Londres o visual se tornou mais feminino, além de subverter a lógica de gêneros, onde rapazes se maquiavam e meninas usavam camisas e gravatas masculinas. Vivienne foi responsável por incrementar o erótico e o colorido do visual agressivo das ruas, sendo reproduzido por homens e mulheres.

Figura 30 - The Bromley Contigent



Fonte: Mital-U.²⁶⁷

²⁶⁶ BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018, p. 58.

²⁶⁷ THE BROMLEY Contigent. **Mital-U**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://mital-u.ch/punkwave/the-bromley->

O resultado refletiu nas vendas da estilista e o número de funcionários começou a aumentar, além de atrair um círculo social para a própria loja, que passou a ser frequentada por músicos, artistas e modelos. Além disso, o punk demonstrou ser um estilo inclusivo, uma vez que era fácil reproduzir o visual sem necessariamente ter que comprar na loja de Westwood. Era novamente a fórmula do faça-você-mesmo: com agulhas, rasgados, buracos feito por pontas de cigarros – a destruição das roupas abriam possibilidades de customizar camisetas comuns e se vestir de maneira anti-fashion para se tornar um punk.

Como abordamos ao longo deste capítulo, algumas ideias situacionistas foram utilizados por McLaren para desenvolver o Sex Pistols, subvertendo a lógica original de ir na contramão do capitalismo, para fazer dinheiro através do caos que caracterizava o movimento punk inglês expressado através da banda.

Uma das grandes táticas de Malcolm era usar grandes meios de comunicação para chocar e divulgar a sua banda, além de mudar de gravadoras constantemente com a finalidade de explorar ao máximo a indústria fonográfica:

A filosofia situacionista de Malcolm envolvia tirar partido de toda a mídia para um discurso criativo, sem considerações por convenções ou mercados convencionais. Ao mesmo tempo ele também estava motivado pela habilidade de suas campanhas gerarem dinheiro do caos [...]. Para esse fim, ele aceitou alegremente, em nome da banda, um convite para parecer ao vivo na TV em dezembro de 1976, depois da companhia de EMI, Queen, ter tido que recusar. [...] Era um programa de revista de TV, no início da noite, *Today*, da *Thames Television*, exibido apenas na área de Londres e com figuras em decadência, até os Pistols, manipulados por Malcolm com bebidas no camarim, atingirem as telas, com um rosar de desdém de seu apresentador pomposo e uma vontade de serem provocados cheios de palavrões na televisão, ao vivo na hora do chá.²⁶⁸

As poucas apresentações que os Sex Pistols tiveram ao longo da carreira, seja na televisão ou em shows, remetiam aos *happenings*. Era um universo do qual McLaren já conhecia muito bem, conforme Westwood²⁶⁹ aborda na sua biografia. Se a vida cotidiana deveria representar uma forma de arte, uma das táticas era fazer happenings, ou seja, manifestações feitas em lugares públicos, sem aviso prévio, com objetivo de levar mensagens políticas e causar surpresa nos transeuntes. Era uma forma de ocupar as ruas, e sair das galerias e da indústria cultural. Tal prática foi realizada por Malcolm McLarem. Uma delas foi se vestir

contingent/?lang=en. Acesso em: 06 fev. 2022.

²⁶⁸ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 214.

²⁶⁹ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 135.

de Papai Noel, juntamente com outros estudantes de artes, e invadir lojas de brinquedos para distribuir entre as crianças.²⁷⁰

Na definição de Susan Sontag, happening é “um cruzamento entre uma exposição de arte e uma encenação teatral”.²⁷¹ Sontag ainda afirma que não tem uma data exata do surgimento do movimento, mas se tornou uma atividade bem comum no final dos anos de 1950, em especial na cidade Nova York, em alguns “lofts, pequenas galerias de arte, quintais e pequenos teatros públicos.”²⁷² Oferecendo uma outra visão sobre os happenings, mais voltados as práticas Situacionistas, a professora Maria Luiza Belloni destaca que pode ocorrer entre diversas linguagens artísticas, embora no mundo contemporâneo ela perde seu caráter revolucionário:

Contra o realismo socialista, que “coloca a poesia a serviço da revolução”, nossos jovens situacionistas pregavam a apropriação revolucionária do cinema, da arquitetura, da fotografia, da arte e da técnica, armas da burguesia, não para colocá-las a serviço da revolução, mas para, por meio delas, pôr a revolução a serviço da poesia e da realização dos desejos. Em tempos de realidade virtual, de ciberespaço e cultura da simulação, pode parecer ingênuo falar de revolução, especialmente tendo em vista a realidade da violência e da morte lá fora. Mas é justamente com base nessa realidade, que não conhecemos diretamente, que aparece com mais clareza a falsificação da vida social construída cuidadosamente pelo espetáculo integrado: a espetacularização do cotidiano nos reality shows (a banalização do banal, como diz Baudrillard, 2001); o jornalismo eletrônico (news all time, on line), uma proposta excessiva que lembra a pergunta tropicalista de Caetano Veloso: Quem lê tanta notícia?; os modelos de corpos perfeitos que mostram cruelmente a obsolescência dos nossos pobres corpos cansados de tanto nos adaptarmos às ergonomias maquinicas. Tudo parece concorrer para que a lógica do espetáculo triunfe.²⁷³

Entretanto, nas apresentações dos Sex Pistols, eram utilizadas essas características oriundas dos happenings, uma vez que gerava repercussão, ainda que negativa, através das aparições públicas da banda. Um exemplo notável foi no lançamento do single *God Save the Queen*. Na semana do Jubileu de Prata da Rainha Elizabeth II, McLaren alugou um barco para navegar pelo rio Tâmisa, próximo ao Palácio de Westminster. A música foi tocada pelos Sex

²⁷⁰ Esse episódio descrito no livro de Westwood remete às praticas oriundas do grupo situacionista inglês, denominado de King Mob. Fundando em 1967, por Chris Gray, logo após ser expulso do SI. O diferencial do King Mob era o “senso de humor, exibido em acrobacias como entrar no departamento de brinquedos da Selfridges, na Oxford Street, em Londres, vestido de Papai Noel e doar os brinquedos para crianças que passavam”. Não é possível afirmar que McLaren fez parte desse grupo nos anos de 1960, pois não existe nenhuma fonte confiável sobre o assunto. POUNTAIN, Dick. Chris Gray: Anarchist, writer and maverick Situationist. *The Guardian*, London, 08 jul. 2009. Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/2009/jul/08/obituary-chris-gray>. Acesso em: 12 dez. 2021.

²⁷¹ SONTAG, Susan. Happenings: uma arte da justaposição radical. In: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020, p. 332.

²⁷² SONTAG, Susan. Happenings: uma arte da justaposição radical. In: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020, p. 332.

²⁷³ BELLONI, Maria Luiza. A formação na sociedade do espetáculo: gênese e atualidade do conceito. **Espaço Aberto – Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 22, jan./abr. 2003, p. 135.

Pistols, aproveitando assim, os fogos de artifício que soltaram durante a data festiva da família real. A polícia foi notificada, e tantos os membros do Sex Pistols e do Bromly Contigent, foram presos, além de McLaren e Westwood. O happening, neste caso, “parece ser concebido para espicaçar e ofender o público.”²⁷⁴

Era uma tática de McLaren em fazer o marketing da banda e da loja sem precisar lançar grandes álbuns musicais²⁷⁵, o que dependeria do interesse de gravadoras, ou ter que investir financeiramente para a banda aparecer na mídia.

Até mesmo as danças feitas nos shows, denominadas de *Pogo*, foram criadas por Sid Vicious, baixista dos Sex Pistols, cujos movimentos eram semelhantes as danças africanas e se caracterizava, segundo Antonio Bivar, por “arrancar as correntes e dançar segurando-as fortemente na mão e dando correntadas diretas em volta de seu espaço. [...] é um pouco aquilo que os gregos chamavam de catarse: para soltar os demônios, esvaziar-se, exorcizar-se, para começar de novo”.²⁷⁶

Na passagem da década de 70 para os anos de 1980, a banda praticamente foi dissolvida por brigas entre Malcolm McLaren e os membros da banda, além da morte precoce de Sid Vicious por overdose de heroína em 1979. Entretanto, os Sex Pistols foram fundamentais para divulgar o estilo do movimento punk inglês, através de todos os preceitos propostos que ela carregava, seja por meio das roupas, gestos e comportamento.

Por fim, terminamos esse tópico com as opiniões divergentes entre o nascimento do punk ter surgido nas ruas ou não, através da cantora (e ex-membro do Bromley Contigent) Chrissie Hynde e Westwood:

Chrissie Hynde diz que alguma forma do punk teria acontecido, de qualquer maneira; Vivienne discorda. “[...] Nós não roubamos de ninguém ou exploramos algo da rua: não havia punk antes de nós”.²⁷⁷

O punk, no que diz respeito ao seu visual, foi pura construção. E foi tudo arquitetado, em especial por Malcolm McLaren, graças ao uso de elementos do situacionismo em direção oposta à filosofia de Guy Debord: se transformar em espetáculo.

²⁷⁴ SONTAG, Susan. Happenings: uma arte da justaposição radical. In: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020, p. 33.

²⁷⁵ Foram lançados quatro singles ao longo, entre 1976 e 1977: *Anarchy in the UK*, *God Save the Queen*, *Pretty Vacant* e *Holidays in the Sun*, sendo os dois últimos mais conhecidos do público. O álbum de estúdio só foi lançado posteriormente, intitulado *Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols*, gravado pela Virgin Records. É considerado um dos maiores álbuns de rock dos últimos tempos, além de servir de influência para outras bandas de rock. MASSARI, Fábio; THOMÉ, Luciano. **Malcolm**. São Paulo: Edições Ideal, 2014.

²⁷⁶ BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018, p. 198.

²⁷⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 214

4.2 AS DISPUTAS DE MEMÓRIA ENTRE VIVIENNE WESTWOOD E MALCOLM MCLAREN ACERCA DA ESTÉTICA PUNK

5.1

Após a análise da biografia de Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, em que ambos contribuíram para a criação do visual punk inglês, nos deteremos neste tópico sobre as disputas de memória que se desenrolou ao longo das próximas décadas. Para isso, foi consultado alguns livros, reportagens, entrevistas e até mesmo documentários sobre o referido tema. O que nos chama a atenção ao longo da pesquisa é que existe pouco material sobre a vida e a obra de Malcolm McLaren.

Acredito não haver no Brasil uma biografia consistente sobre Malcolm MacLaren, apenas um livro fruto de uma entrevista concedida a *MTV Brasil* em 1995, publicada em 2014 pelo jornalista Fábio Massari²⁷⁸. Em 2020, foi lançada uma biografia na Inglaterra, chamada *The Life & Times of Malcolm McLaren: the Biography*, escrita por Paul Gorman²⁷⁹. Esse livro não tem previsão de ser lançado no Brasil, mas está disponível por E-book. É possível também encontrar reportagens sobre McLaren em sites dos jornais e revistas da *The Guardian*, *GQ Magazine* e *Vogue Britain*.

Diferentemente de Malcolm, Vivienne conta com uma biografia traduzida para o português²⁸⁰, vários livros de cunho biográfico e com imagens de desfile sobre as suas coleções, homenagens em museus, muitas entrevistas, uma conta no *Instagram* atualizada diariamente, bem como um site, que não se concentra apenas na venda dos seus produtos, mas na história da estilista britânica ao longo de sua carreira e algumas curiosidades e artigos sobre as suas coleções. Grande parte das pesquisas sobre o punk inglês, ou sobre a moda do movimento punk, está relacionada a Vivienne Westwood.

Entretanto, esse espaço adquirido por Vivienne foi só consolidado em meados dos anos de 1980, conforme trabalharemos com mais detalhes no próximo capítulo.

O movimento agressivo do punk foi digerido e triturado pelo mercado fonográfico e da moda, além de ter utilizado a mídia para vender mais, conforme vimos com as experiências de Malcolm McLaren. Antes da dissolução do grupo Sex Pistols, as roupas rasgadas, desfiadas, com alfinetes e cadeados de segurança já estavam invadindo as passarelas, além de novas boutiques inglesas especializadas em vender roupas e acessórios inspirados na estética punk:

²⁷⁸ MASSARI, Fábio; THOMÉ, Luciano. **Malcolm**. São Paulo: Edições Ideal, 2014.

²⁷⁹ GORMAN, Paul. **The life and times of Malcolm McLaren: the biography**. London: Constable, 2020.

²⁸⁰ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016.

[...] as criações originais de fundo de porão (como eles próprios insistiam em caracterizar), como os brincos artesanais feitos com correntes de prender cachorro e os cintos de corda suja, também acabaram sendo passadas para o mercado em diferentes dimensões de preço e sentido. No primeiro caso, podem-se citar várias joalherias famosas da Europa e dos Estados Unidos que não tardaram em colocar à venda peças semelhantes. Os brincos, por exemplo, já não eram mais os feitos com correntes de cachorro. Pois embora fossem iguais, o material mais barato de confecção era a prata. Enfim, tudo o que inventaram acabou transformando em produto de consumo de larga escala.²⁸¹

Sobre a apropriação do visual punk, e como o mercado cultural transforma um movimento agressivo em inofensivo, Barnard explica que:

[...] o que foi antes um desafio ao sistema dominante é apropriado e tornado inofensivo. Isto é conseguido quando o sistema dominante adota ou adapta os valores representados pelo desafio. Assim, por exemplo, as cores, tecidos e texturas usados pelo punk vão tornar-se moda nas grandes avenidas, e passa a ser possível comprar uma versão já pronta de rebelião punk.²⁸²

Desse modo, seu significado político, de fazer as coisas por si mesmo, viraram produtos vendidos nas lojas de grife ou até mesmo nas redes de fast-fashion. O punk agora era consumido. E se transformou em um negócio rentável.

No final dos anos de 1970, o punk ainda estava fortemente atrelado à música e as formações de novas bandas que começaram a surgir em outros países.²⁸³ Malcolm McLaren difundiu suas ideias de marketing e de como formar uma banda punk no documentário *The Great Rock'n'Roll Swindle*²⁸⁴ (A grande farsa do rock'n'roll), dirigido por Julien Temple. O cineasta já era íntimo da cena musical, além de acompanhar alguns shows e bastidores dos Sex Pistols para a gravação do documentário *O Lixo e a Fúria*²⁸⁵, lançado apenas em 2000.

The Great Rock'n'Roll Swindle, de 1980, é uma versão sob a perspectiva de Malcolm McLaren de como o empresário formou uma banda, desenvolveu seu visual e conseguiu vendê-

²⁸¹ CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock nos passos da moda: mídia, consumo x mercado**. Campinas: Papirus, 1989, p. 86.

²⁸² BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2013, p. 196.

²⁸³ No Brasil foram formadas diversas bandas de punk ao longo dos anos 1980, das quais podemos destacar os *Ratos de Porão* e os *Inocentes*. Entretanto, não vamos entrar em detalhes sobre as suas características no presente trabalho. Mas alguns estudos acadêmicos sobre o tema já foram publicados, como o *Movimento Punk na cidade: a invasão dos bandidos sub*, escrito por Janice Caiafa e *Por uma Historiografia do Punk*, da Ivone Gallo. CAIAFA, Janice. **Movimento punk na cidade: invasão dos bandos sub**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985; GALLO, Ivone. *Por uma historiografia do punk*. **Projeto História**, São Paulo, n. 41, p. 283-314, dez. 2010.

²⁸⁴ THE GREAT ROCK'N'ROLL SWINDLE. Direção: Julien Temple. London. 1 Filme musical, 1 DVD, son., color, 1 hora 43 minutos.

²⁸⁵ O LIXO E A FÚRIA. Direção: Julien Temple. London. 1 Filme documentário, 1 DVD, son., color, 1 hora 43 minutos.

lo para a indústria musical, para rapidamente ser comercializado entre os jovens. Em nenhum momento, entretanto, Vivienne Westwood é citada nessas lições de como empresariar uma banda. No documentário *O Lixo e a Fúria*, Westwood apenas aparece em uma cena que está algemada após a apresentação da banda durante a comemoração do Jubileu da Rainha.

A memória de Malcolm McLaren como precursor do movimento punk inglês também se deu através de um dos livros mais conhecidos sobre o tema, *Mate-me por favor*.⁷⁶ Escrito por Legs McNeil e Gillian McCain, que vivenciaram os bastidores das bandas punks nos anos 70, é uma compilação de uma série de entrevistas com músicos, groupies e empresários ao longo de 1965 até os anos de 1980. O livro, porém, destaca e reforça a importância do punk norte-americano como genuíno, mas aborda uma série de entrevistas feitas com Malcolm McLaren e a sua relação com a banda New York Dolls, a inspiração pela estética punk através do músico Richard Hell e como ele transpôs o punk para Inglaterra. Embora os autores do livro, bem como relatos de músicos de Nova York sejam extremamente debochados com a figura de McLaren²⁸⁶, o empresário ganhou destaque nas entrevistas e na próprio tema que o livro aborda, enquanto Westwood é apenas citada como a companheira de Malcolm e responsável por costurar algumas roupas.

Essa narrativa de que Westwood teria apenas costurado as roupas da loja foi cristalizada por Malcolm McLaren desde a época dos Sex Pistols, e reforçada com o fim da parceria artística do casal, em meados dos anos de 1980.

Vivienne, em sua autobiografia, afirma que Malcolm gostava de levar os créditos das criações artísticas desde o início da loja, quando ainda era chamada de Let It Rock, e que não contribuía com a execução das tarefas:

“Bem, tudo isso é verdade” (Malcolm McLaren levar os créditos pelas criações artísticas), comenta Vivienne, “exceto que ele não fez nada”.[...] Enquanto isso, eu tinha ficado a noite inteira acordada fazendo coisas para a loja – enfeitando roupas com taxas e pintando jaquetas de couro ou o que quer que fosse. Desde então, me dizem que eu sou uma desgraça para a liberação da mulher por deixá-lo levar o crédito quando eu estava fazendo tudo, não ele. Mas no início precisou de dois. Malcolm e eu eramos iguais.²⁸⁷

²⁸⁶ Algumas falas do *Mate-me por favor* valoriza o punk norte-americano em detrimento ao inglês, promovido por McLaren. Citamos alguns trechos dessas entrevistas. A escritora Mary Harrow: “O que pra mim tinha sido uma cultura rock muito mais adulta, intelectual e boêmia em Nova York se tornara essa coisa louca adolescente na Inglaterra (p. 317). O fotógrafo norte-americano Lee Childers: Johnny Thunders (guitarrista do New York Dolls) viu Johnny Rotten (vocalista dos Sex Pistols) como um oportunista. E concordo, Rotten viu sua chance e a agarrou. Nada de mal nisso, Deus sabe. O público é a maior massa de otários, por isso bem que pode ser feito de otário por essa ou aquela pessoa (p. 348). Mas não havia nada real, nada musical em Johnny Rotten. MCCAIN, Gillian; MCNEIL, Legs. **Mate-me por favor**: a história sem censura do punk. Porto Alegre: L&PM, 2017. Sobre o vocalista da New York Dolls.

²⁸⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 160.

O fato de Westwood ser uma mulher, com um comportamento rebelde para a época, colocou a estilista em posição de dominada pela memória dos primeiros anos do movimento punk. Muitas vezes ela era vista como uma figura maternal para Malcolm, e até mesmo para os Sex Pistols. A situação de Vivienne ao se relacionar com Malcolm, por ser divorciada e mãe de uma criança, foi utilizada nos discursos de McLaren, segundo o jornalista Martin Deeson que o entrevistou para a revista GQ no ano 2000:

Before the fish soup arrives, he has told me that Vivienne Westwood ("never a creative thinker, never an innovator") would still be a primary school teacher if it wasn't for him. ("It's a terrible shame Malcolm is still making the same comments after all these years," Westwood retorts).²⁸⁸

Assim, o a história de Malcolm virou a única razão pela qual Vivienne Westwood teve sucesso após o Sex Pistols. Ele reporta na biografia de Vivienne Westwood: *an infashionable life*, escrita por Jane Mulvagh que ela o ligava pedindo conselhos sobre moda e que foi ideia dele ela ter se inserido na alta-costura.²⁸⁹

Pensando nesse pressuposto, a memória de Malcolm se tornou um fato durante determinado período histórico, onde a narrativa do empresário se sobressaía em relação a Vivienne Westwood, que até então era pouco citada nos livros sobre o tema, bem como era considerada apenas como uma costureira²⁹⁰ para McLaren. Sobre a relação entre memória e fato, Carlos Alberto Vesentini explica:

[...] para os vencidos, sejam agentes, sejam possibilidades históricas, surge como um grande desafio saber localizar onde refletir e representar problemas e lutas já colocadas, o momento em que efetivamente existiram e tentaram definir o movimento da história. A capacidade de a memória impedi-lo parece fluir, em boa parte, da força auferida por se localizar em um fato – memória e fato se unem, sobrevivendo aquela e, nesse movimento, ela decide onde as interrogações serão postas, da mesma forma que exclui ângulos onde sua coerência poderia ser colocada em questão.²⁹¹

²⁸⁸ Antes de chegar a sua sopa de peixe, ele me disse que Vivienne Westwood ("nunca foi uma pensadora criativa, nunca foi uma inovadora") ainda seria professora primária se não fosse por ele. ("É uma pena que Malcolm ainda esteja fazendo os mesmos comentários depois de todos esses anos", retruca Westwood.). MALCOLM McLaren: 'I don't mind being accused of being the Fagin, in many respects I was'. **GQ Magazine**, London, 28 out. 2017. Disponível em: <https://www.gq-magazine.co.uk/article/malcolm-mclaren-sex-pistols-interview>. Acesso em: 06 jan. 2022.

²⁸⁹ GORMAN, Paul; CHESTERTON, George. How Malcolm McLaren monetised chaos with his post-Sex Pistols career. **GQ Magazine**, London, 30 abr. 2020. Disponível em: <https://www.gq-magazine.co.uk/culture/article/malcolm-mclaren-after-sex-pistols>. Acesso em: 06 jan. 2022.

²⁹⁰ Nas palavras de Vivienne: *Malcolm tinha muito ciúme das pessoas e certamente tinha ciúme de mim, e sempre queria declarar que eu era, de alguma forma, totalmente nada. Sua costureira, ele me chamava, sua criação.* KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 272.

²⁹¹ VESENTINI, Carlos Alberto. **A teia do fato**: uma proposta de estudo sobre a Memória Histórica. São Paulo:

A memória, deste modo, não é uma categoria fixa e imutável. Para Pierre Nora, ela tem a capacidade de enfrentar diversas mudanças através do tempo:

A memória é vida, sempre carregado por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética de lembranças e de esquecimentos, inconscientes de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos de manipulações, susceptível de longas latências e de repetidas revitalizações.²⁹²

Sobre os lugares de memória, Vivienne teve um destaque muito mais amplo que McLaren em determinado período, mais precisamente na virada de década entre os anos de 1970 a 1980, período esse que vamos analisar com mais profundidade no último capítulo.

O que se conserva no nome da estilista são as exposições em grandes museus, seja no *V&A* ou no *Metropolitan Museum of Art*, que foram responsáveis por boa parte da documentação deste trabalho. As revistas também contribuíram para dar endosso ao nome de Westwood, como edições especiais da *Vogue*, além de honrarias recebidas pelo governo britânico.

Ainda sim, existe uma memória de resistência que tem por objetivo dar espaço à figura de Malcolm McLaren para além do punk, como um artista que transitou por todas as áreas da comunicação, feita pelo jornalista inglês Paul Gorman, por exemplo:

McLaren was an enthusiastic internationalist intent on fast-tracking vanguard ideas to the heart of the world's mass media and entertainment industries, engaging along the way with major record companies, film studios, national broadcasters, the fashion trade and global ad agencies, and popping up in the public glare, whether at an art basel preview, a Beijing recording studio, on the front row of a Paris haute couture catwalk extravaganza or in a high-ratings British reality TV show.²⁹³

Desta feita, Gorman afirma na introdução que para contar a história de Malcolm, ele não consultou Vivienne e nem o filho Joseph, e sim amigos da época da escola de design e familiares. A justificativa para o autor é que a visão que se tem sobre McLaren está presa no ponto de vista de Westwood.

Hucitec, 1997, p. 19.

²⁹² NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Tradução: Yara Aun Khoury. **Projeto História**, São Paulo, v. 10, jul./dez. 1993, p. 9.

²⁹³ McLaren era um internacionalista entusiasmado com a intenção de acelerar ideias de vanguarda para o coração da mídia de massa e indústrias de entretenimento do mundo, engajando-se ao longo do caminho com grandes gravadoras, estúdios de cinema, emissoras nacionais, o comércio de moda e agências de publicidade globais, e surgindo à luz do público, seja em uma prévia de art basel, em um estúdio de gravação de Pequim, na primeira fila de um desfile de alta costura de Paris ou em um reality show britânico de alta audiência. GORMAN, Paul. **The life and times of Malcolm McLaren: the biography**. London: Constable, 2020.

Gorman também se mostrou empenhado ao se responsabilizar por uma exposição sobre a vida de McLaren, juntamente com a artista Young Kim, onde os visitantes pudessem conhecer novas facetas de Malcolm, que até então ficou restrita apenas como empresário dos Sex Pistols. A exposição recebeu o nome de *Let It Rock: The Look Of Music The Sound Of Fashion*. Ao falar da necessidade da exposição, Young Kim afirma:

I want people to understand everything from Malcolm's point of view. To understand what he created and why because that's important to know. Everything came from the mind of an artist, there was a reason for it, it was entrenched in pop culture and in terms of the clothes themselves, he had real knowledge. He was someone who knew what they were doing. Everything is so beautifully made.²⁹⁴

Ao trazer McLaren também para o campo da moda, com a exposição de 2014, Young e Gordan também abordam a ideia de que a moda punk ficou somente ao cargo de Westwood:

Young: Everyone thinks they know punk, few really do but as this is a fashion fair, we wanted to focus on the clothes. It was a period of great creation from Malcolm and not many people realise that anymore. For some people, as Vivienne continued in fashion they dismiss Malcolm's design role.
Paul: They think he was a shop manager.²⁹⁵

Reivindicar um espaço para McLaren na indústria fashion, em 2014, nos parece uma resposta a exposição anual do The Met Museum, onde o tema escolhido foi *PUNK: Chaos to Couture*²⁹⁶. O punk, sobretudo na moda, se transformou em um grande evento de gala, onde a principal responsável por fazer essa transição de moda de rua e levar ao patamar das grandes marcas foi Westwood.

Entretanto, Vivienne faz questão de ressaltar, com grandes ressalvas, que McLaren contribui no campo das ideias, sobretudo na formação do seu repertório intelectual:

²⁹⁴ Quero que as pessoas entendam tudo do ponto de vista de Malcolm. Para entender o que ele criou e os seus motivos, porque isso é importante saber. Tudo vinha da mente de um artista, havia uma razão para isso, estava enraizado na cultura pop e em termos de roupas em si, ele tinha um conhecimento real. Ele era alguém que sabia o que estava fazendo. Tudo é tão bem feito. SALTER, Steve. *Let it rock: hearing the past with paul gorman and young kim*. **I-d Magazine**, London, 05 ago. 2014. Disponível em: https://i-d.vice.com/en_uk/article/d3vvkm/let-it-rock-hearing-the-past-with-paul-gorman-and-young-kim. Acesso em: 04 dez. 2021.

²⁹⁵ Young: Todo mundo pensa que conhece punk, poucos realmente sabem, mas como esta é uma feira de moda, queríamos focar nas roupas. Foi um período de grande criação de Malcolm e muitas pessoas não percebem mais isso. Para algumas pessoas, como Vivienne continuou na moda, eles descartam o papel de designer de Malcolm. Paul: Eles acham que ele era um gerente de loja. SALTER, Steve. *Let it rock: hearing the past with paul gorman and young kim*. **I-d Magazine**, London, 05 ago. 2014. Disponível em: https://i-d.vice.com/en_uk/article/d3vvkm/let-it-rock-hearing-the-past-with-paul-gorman-and-young-kim. Acesso em: 04 dez. 2021.

²⁹⁶ *PUNK: chaos to couture*. **Metropolitan Museum of Art**, New York, 14 ago. 2013. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2013/punk>. Acesso em: 11 jan. 2022.

Eu fora fascinada por Malcolm, intelectualmente, mas conforme os anos se passaram, o desgaste ficou tão grande por conta do seu temperamento e sua inveja que o tédio venceu. [...] Malcolm podia me ajudar, intelectualmente, com os assuntos que tinham me dado problema: assuntos políticos. Como descubro o que está acontecendo no mundo? Ele sabia muito mais. Ele foi à escola de artes e eles tinham todas aquelas Grandes Ideias: o underground, as pessoas alternativas e todo esse negócio que foi o início do movimento hippie em 1968. [...] Eu não tinha mais nada a aprender com Malcolm no final; sabia que não podia crescer com ele com ele, não havia mais o que conversar.²⁹⁷

Ao longo do processo de pesquisa, percebemos que a respeito da construção da estética punk, além da difusão do movimento bem como sua presença nas passarelas não foram construídas sozinhas. Malcolm foi fundamental para inserir ideias situacionistas no seu jogo de marketing musical e Westwood captou os gostos juvenis através das suas criações estilísticas. Assim, o então casal teve o *zeitgeist* da cultura pop, ao colocar a música e a moda lado a lado.

Ambos, na década de 1980, tomaram caminhos diferentes, como vamos aprofundar no próximo capítulo. A música punk, na Inglaterra, se transformaria em novos gêneros sonoros, mas o visual ainda permanece. E essa nos parece ser uma possibilidade que consagrou Vivienne como um dos maiores nomes do mundo da moda.

²⁹⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 274-275.

5 MODA E MÚSICA OU MÚSICA E MODA? A CONSAGRAÇÃO DE VIVIENNE WESTWOOD NA DÉCADA DE 1980

Você tem uma vida muito melhor se usar roupas impressionantes.

(Vivienne Westwood)

Conforme vimos no capítulo anterior, para compreender o estilo punk e a ascensão de Vivienne Westwood no mundo da moda, devemos levar em consideração a importância de Malcolm McLaren nesse processo. A música punk, sem dúvidas influenciou uma gama de grupos musicais a seguirem alguns exemplos, desde o DIY até mesmo pelo estilo dos Sex Pistols.

Por mais efêmero que foi a duração da banda, o único álbum produzido em estúdio, *Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols*²⁹⁸, em 1977, é considerado pela crítica especializada como um dos discos mais importantes do gênero *rock and roll*, além de transformar as músicas *Anarchy in the UK* e *God Save The Queen* como trilhas sonoras do movimento punk.

Apesar de ser uma ideia de McLaren e Westwood, como forma de propagar o visual punk, não podemos desconsiderar a importância do grupo. Entretanto, pós-1977²⁹⁹, o punk foi substituído, gradativamente, por outro gênero musical: *a new wave*.

E não só o gênero musical juvenil se transformou na virada de 1970 para 1980, como a forma de consumo também se modificou. Se antes a música era mais ouvida do que vista, ela rompe essa barreira e se torna ainda mais visual. A cultura do videoclipe, através do surgimento de um canal especializado para jovens, mudou a dinâmica de consumo, além de ser uma nova vitrine de moda.

É nessa fase que McLaren e Westwood seguem caminhos diferentes, não só afetivamente, mas profissionalmente. A moda e a música ou música e moda continua

²⁹⁸ O Rock and Roll Hall of Fame Museum, localizado nos Estados Unidos, prestam homenagens aos músicos e bandas do gênero rock e pop desde 1986, se tornando uma instituição respeitada. Ao criar a lista 200 melhores artistas de todos os tempos, os críticos levaram em conta a vendagem dos discos e a influência desses álbuns para a posteridade. Assim, Sex Pistols alcançaram a posição 109º do ranking. ROCK'S highest honor. **Rock & Roll**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.rockhall.com/inductees>. Acesso em: 06 fev. 2022.

²⁹⁹ Não vamos entrar no mérito sobre as bandas que surgiram nos Estados Unidos, denominadas pós-punk, ou na importância do grupo musical inglês The Clash. Este último, apesar da importância, foram altamente influenciados pelos Sex Pistols, onde o vocalista Joe Strummer, já fazia parte da atmosfera punk na metade dos anos 70. FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll: uma história social**. Rio de Janeiro: Record, 2004, p. 349-367.

permeando os seus trabalhos, mas cada um se mostra de maneiras diferentes, respondendo aos preceitos de sua época.

5.2 VIDEO KILLED THE RADIO STAR: O SURGIMENTO DA MTV COMO VITRINE DE MODA

A televisão é um dos principais meios de comunicação, e consequentemente, um importante instrumento publicitário do mundo contemporâneo. Surge um novo meio atrelado à sociedade do espetáculo, conforme vimos no capítulo anterior com o conceito propagado por Guy Debord. Desse modo, a televisão se transforma em um novo tipo de ópio, capaz de minimizar a monotonia da vida cotidiana. Lipovetsky já discutia esse papel mágico que os meios de comunicação provocavam nos consumidores.

Através das estrelas e do erotismo, dos esportes e da imprensa feminina, dos jogos e das variedades, a cultura de massa exaltou a vida de lazer, a felicidade, e o bem estar individuais, promoveu uma ética lúdica e consumista da vida. Os temas centrais da cultura de massa ajudaram poderosamente na afirmação de uma nova figura da individualidade moderna, absorvida pela sua realização privada e pelo seu bem-estar.³⁰⁰

O fenômeno não é novo, conforme observado nos capítulos anteriores e como pontua o autor. Mas na virada da década de 1970 a 1980, a televisão se transforma no meio de comunicação de maior importância, além de ser o maior meio de circulação de notícias. E é neste período também que se dá a força política dos governos neoliberais, sobretudo quando falamos de Inglaterra e Estados Unidos.

Ora, por um lado a Inglaterra conta com um governo conservador da primeira-ministra Margareth Thatcher, responsável pelas crises econômicas no país, além do enfrentamento da Guerra das Maldivas. Pouco tempo depois, consolida-se a existência do governo de Ronald Reagan nos EUA, cujas políticas exaltavam o capitalismo, sobretudo nos anos finais da Guerra Fria. Segundo Ian Kelly:

Em 1979, o governo conservador de Margaret Thatcher ganhou com a maioria esmagadora dos votos. Ele ascendeu ao poder em uma abundância de ideias contraditórios, misturando nostalgia por supostos valores dos tempos de guerra – autoconfiança e retidão moral – a uma desconfiança declarada dos

³⁰⁰ LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 258-259.

pobres e desvalidos. O partido conservador “Uma Nação” foi entregue aos legisladores a favor da economia radical de livre mercado e de uma afirmação que não havia algo como a sociedade, apenas o indivíduo e, para alguns, a família.³⁰¹

As notícias eram televisionadas em tempo real e, como pontua Octávio Ianni, é constante a propagação da imagem nesse meio de comunicação, uma vez que “a imagem, uma força excepcional de comunicação, tem sido exacerbada ou hipertrofiada pela indústria cultural, de modo a causar impacto, desafiar as emoções de espectadores e audiências.”³⁰²

Assim, a imagem se transforma em lugar privilegiado para a publicidade, e consequentemente, a televisão evoca a ideia de se consumir cada vez mais. E o mercado juvenil, que outrora foi seduzido pelos meios de comunicação, seja através do cinema, nas revistas, nas vitrines de lojas e, como vimos, o visual vendido por determinados grupos musicais, encontra-se seu espaço em um canal próprio para esse público.

Em 1981, surge o primeiro canal de televisão destinado à música jovem: a MTV (Musical Television), nos Estados Unidos, transmitida via satélite. A intenção era passar videoclipes musicais na maior parte da sua programação. O pesquisador Thiago Soares explica melhor o conceito da ideia de videoclipe proposta pelo canal:

A produção de videoclipe deu-se, sobretudo, nos anos 80, através da criação do Music Television, a MTV – uma emissora de televisão primeiramente a cabo e depois aberta e dedicada a exibir ininterruptamente videoclipes. A própria nomenclatura que define o videoclipe já nos apresenta uma característica: a ideia de velocidade, de estruturas enxutas. A princípio, o clipe foi chamado simplesmente de número musical. Depois receberia o nome de *promo*, numa alusão direta à palavra “promocional”. Só a partir dos anos 80, chegaria finalmente ao termo videoclipe. Clipe que significa recorte (de jornal, revista, por exemplo), pinça ou grampo, enfoca justamente o lado comercial deste audiovisual.³⁰³

Partindo dessa informação, podemos considerar o videoclipe como uma mescla de imagens, montagens e músicas, que de acordo com Soares, são promocionais, dando mais visibilidade aos músicos e introjetando ainda mais os elementos visuais.³⁰⁴

³⁰¹ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 254.

³⁰² IANNI, Octavio. **Neoliberalismo e neonazismo**. Campinas: Dossiê Unicamp, 1998, p. 116.

³⁰³ SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Livre Rápido, 2014, p. 20-21.

³⁰⁴ É importante fazer uma ressalva que foi feita também por Thiago Soares. Alguns músicos da década de 1960, já aliavam à música com produções cinematográficas, como o caso dos Beatles em *Os Reis do Iê Iê* (1964), e até mesmo Roberto Carlos, em *O Ritmo de Aventura* (1968), citados aqui como exemplo. Os Sex Pistols, juntamente com Malcolm McLaren, também utilizaram o cinema através do filme *The Great Rock'n'Roll Swindle*, (1980) ainda que tivesse uma direção mais sinalizada pelos marketings feitos pelo empresário da banda, conforme vimos no capítulo anterior. Soma-se a isso, o programa britânico *Tops of The Pops*, produzidos pela BBC, ainda na década de 1960, que como o título sugere, os músicos que estavam no topo das rádios faziam uma espécie de

Para além da publicidade, vendida pelos videoclipes, a televisão também pode apresentar-se como um instrumento de comunicação mais familiar, segundo aponta Jesús Martin-Barbero:

Na televisão, a visão predominante é aquela que produz a sensação de *immediatez*, que é um dos traços que dão forma ao cotidiano. E isso vale inclusive para a publicidade, porque se trata da síntese entre a cotidianidade e o espetáculo, embora viva o equilíbrio instável que lhe dá um certo ar de transgressão. Na televisão, nada de rostos misteriosos ou encantadores demais, os rostos de televisão serão próximos, amigáveis, nem fascinantes nem vulgares. Proximidade dos personagens e dos acontecimentos: um discurso que familiariza tudo, torna “próximo” até o que houver de mais remoto e assim se faz incapaz de enfrentar os preconceitos “familiares”.³⁰⁵

Destarte, com essas discussões acerca através da televisão, publicidade e videoclipe, podemos colocar uma pergunta importante a presente trabalho: Como Vivienne Westwood e Malcolm McLaren se relacionam com essa nova forma de apresentar a música em termos visuais? E tal fenômeno midiático tem responsabilidade pela consagração de Westwood enquanto estilista?

Estamos lidando com duas figuras que conseguiram aliar o visual e a música punk para ser comercializada, apresentadas no terceiro capítulo. Como o punk vai se transformar tanto na moda quanto na música?

Como pontuou Ian Kelly, o caminho de McLaren e Westwood se deu em direções opostas, ainda que parecidas, “ele seguiria o seu caminho em direção à música e a Hollywood e ela seguiria o dela na moda”.³⁰⁶

De certa forma, a ruptura não foi imediata. Vivienne, no início dos anos de 1980, será responsáveis por alguns visuais das novas bandas empresariadas por McLaren. Mas também trilha o seu caminho quando faz uma releitura da era vitoriana, através do Romantismo Inglês, que encontra sintonia com o gênero musical *New Wave*.

É através do videoclipe que Westwood usa como chamariz do que é tendência de moda, já que o aspecto comercial se potencializa, conforme vimos anteriormente. É a junção de imagens, músicas, histórias curtas e, em alguns casos, demonstrando algum conceito de arte que posteriormente se transformará em verdadeiras peças publicitárias.

apresentação televisionada. Sobre os videoclipes no Brasil, o canal entra em vigor no ano de 1990. Entretanto, o programa *Clip Clip* (1984-1987), exibido pela semanalmente pela Rede Globo, exibia clipes internacionais, além de apresentações e entrevistas com artistas nacionais. As informações referentes ao Clip Clipse estão disponíveis no site <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/musicais-e-shows/clip-clip/>.

³⁰⁵ MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 295.

³⁰⁶ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 236.

A vitrine de moda que antes não era tão acessível e ficava restrito a determinados localidades, sendo difundidas apenas por meio de revistas, filmes e shows, adquire outros públicos com o advento da televisão via satélite, segundo Néstor Canclini, que implica em novos cenários socioculturais:

A consequente redefinição do senso de pertencimento e identidade, organizado cada vez menos por lealdades locais ou nacionais e mais pelas participações em comunidades transnacionais ou desterritorializadas de consumidores (os jovens em torno do rock, os telespectadores que acompanham os programas da CNN, MTV e outras redes transmitidas por satélites).³⁰⁷

Pensando a partir da fala de Canclini³⁰⁸, observamos que o videoclipe atrai um número maiores de consumidores e rompe com as fronteiras até então impostas, representando-se uma marca do pós-modernismo. Complementando a fala de Canclini, Soares afirma que tais produtos promovidos pelo meio de comunicação se articula com a dinâmica do capitalismo, “articulando clichês, simulacros, estética publicitária e desterritorialização como uma forma de fomento artístico ou comercial.”³⁰⁹

Desta feita, em relação à música e a cultura do videoclipe, Friedlander destaca que o New Wave foi o percussor dessa nova fase de consumir música:

A influência punk na nova música (chamada de “new wave”) estava florescendo nas rádios; em poucos anos, entretanto, ela teria proliferado e invadido a mídia. O ingrediente-chave do sucesso da new wave era a ligação da música com o vídeo, uma dinâmica que foi institucionalizada com o nascimento da MTV.³¹⁰

Sobre o gênero *New Wave*, existiram muitos nomes associados ao grupo de fã-clubes organizado por Malcolm McLaren, o The Bromley Contingent, que os acompanhava frequentemente nos ambientes punks e se caracterizavam como tal, e que, entraram na indústria da música promovendo novos sons, transitando entre o pop/rock. Podemos rapidamente

³⁰⁷ CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 28.

³⁰⁸ Canclini (1997) faz uma relação das cidades como uma extensão dos vídeos, na vida contemporânea: Como nos vídeos, andar pelas cidades é misturar músicas e relatos diversos na intimidade do carro com ruídos externos. Seguir a alternância de igrejas do século XVII com edifícios do XIX e de todas as décadas do XX, interrompida por gigantescas placas de publicidades onde se aglomeram os corpos esguios das modelos, os novos tipos de carros e computadores recém-importados. Tudo é denso e fragmentário. Como nos vídeos, a cidade se faz de imagens saqueadas de todas as partes, em qualquer ordem. Para ser um bom leitor da vida urbana, há que se dobrar ao ritmo e gozar da vida efêmera. CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 132-133.

³⁰⁹ SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Livre Rápido, 2014, p. 42.

³¹⁰ FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll: uma história social**. Rio de Janeiro: Record, 2004, p. 370.

elencar: Adam Ant³¹¹, Billy Idol, Siouxsie Sioux, Boy George. O próprio Johnny Rotten, ex-vocalista dos Sex Pistols, migrou para um projeto sonoro mais dançante com a formação da *Public Image Ltd.* Todos eles, posteriormente, readaptaram o seu visual ao inserir-se na carreira musical.

E no caso da Inglaterra, mais precisamente, existe uma transmutação do estilo punk com o intuito de se tornar mais palatável: o estilo dos *new romantics*.³¹² A moda se configura no exato projeto em que Westwood estava elaborando com a sua nova coleção, feita em 1981, intitulada de *Pirates*:

A era da pilhagem cultural tinha chegado, e como as roupas de época viraram moda, a Inglaterra foi palco de uma revolução de estilo marcada pela combinação do passado, presente e futuro, mais sexo e gênero, todos mesclados em um grande pot-pourri caleidoscópico. Valia tudo: adereços velhos, novos e emprestados eram usados para criar a nova roupa do imperador pós-moderno.³¹³

A agressividade do visual punk cedeu lugar, pelo menos no campo da música, para roupas que remetiam o século XVII inglês, além do forte uso da maquiagem e de cabelos mais arrumados. Não era uma ruptura completa com o punk, mas era uma forma de domesticação para ser visualizada em uma nova esfera de comunicação, ou seja, o videoclipe. Essa nova coleção possuía a seguinte descrição: these young people, with their long hair and vivid make-up, preferred lavish outfits that seemed rooted in the age of sword fights and duels.³¹⁴

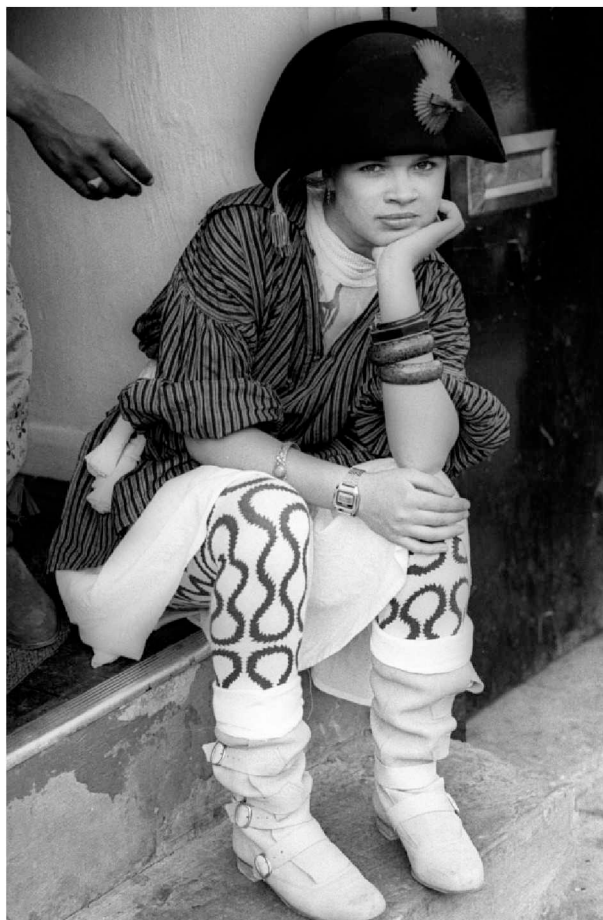
³¹¹ O músico Andan Ant deu uma entrevista, ao jornalista Michael Watts, e que posteriormente seria publicada no site da revista Vogue, em 2021. “Estou farto desse novo puritanismo que existe na Inglaterra desde 76. Acho que as crianças também estão cansadas de serem vistas como ‘estamos todos na sarjeta juntos’, vestindo apenas preto e cinza, sendo Blank Generation. Eu gosto de um pouco de cor, um pouco de flash, um pouco de honra, um pouco de traço”. BORRELLI-PERSSON, Laird. Why the swagger of Vivienne Westwood’s 1981 pirate collection resonates 40 years on. *Vogue*, [S. l.], 17 may 2021. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/the-pirate-look-in-fashion-1981-2021>. Acesso em: 03 jan. 2022.

³¹² A jornalista Paula Reed denomina os New Romantics como “pop rebuscado sem medo”. Ainda na descrição dela, os New Romantics “mexiam tanto com os códigos de vestimenta, que no começo, as pessoas tinham dificuldade em nomear essa tribo ousada, e denominações como punks pavão e Blitz kids acabaram descartadas em favor de new romantics. REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda - 1980**. São Paulo: Publifolha, 2014, p. 32.

³¹³ REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda - 1980**. São Paulo: Publifolha, 2014, p. 32.

³¹⁴ “Esses jovens, com seus longos cabelos e maquiagem extravagantes, preferiam roupas luxuosas que pareciam enraizadas na era das lutas de espadas e duelos”. CONNOLLY, Sean. **Vivienne Westwood: creative lives**. Oxford: Heinemann Library, 2003, p. 36.

Figura 31 - Coleção Piratas, de 1981



Fonte: Borrelli-Persson.³¹⁵

A parceria com Malcolm ainda continuava ativa, mas Westwood já reivindicava a criação do visual romântico para si: “[...] Malcolm começou aquilo para mim, desenhando, mas depois acabei fazendo sozinha. Na coleção “Piratas” [Pirates], eu fiz tudo, eu conhecia cada peça de roupa como se fosse minha própria filha porque tomei cada decisão em relação a todas elas [...]”.³¹⁶

Entretanto, as falas seguintes de Westwood se contradiz quando ela afirma que McLaren definiria qual tendência deveria seguir, e de que entre a moda e a música, ele teria optado pela primeira opção:

Aconteceu o seguinte. Quando os Sex Pistols se separaram, nós fechamos a loja (Seditionaries). O aluguel aumentou, e eu tinha que tomar uma decisão de continuar ou não. Disse a Malcolm, “Ou eu te ajudo no negócio da música ou você me ajuda na moda”, e ele respondeu, “Sempre a moda”. Malcolm me disse para onde olhar; ele

³¹⁵ BORRELLI-PERSSON, Laird. Why the swagger of Vivienne Westwood’s 1981 pirate collection resonates 40 years on. *Vogue*, [S. l.], 17 may 2021. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/the-pirate-look-in-fashion-1981-2021>. Acesso em: 03 jan. 2022.

³¹⁶ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. *Vivienne Westwood*. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 253-254.

falou, “Deve ser romântico”. Fiquei chochada: era a última coisa que eu esperava que viesse dele. Quando as pessoas me perguntaram o que faríamos em seguida, comentava que seria “romântico”. Pouco depois, essas pessoas de repente estavam se chamando de Novos Românticos.³¹⁷

Se analisarmos a trajetória de McLaren, veremos um caminho bem diferente. Existe a possibilidade de o artista ter se vislumbrado com a projeção da MTV em recepcionar alguns projetos musicais. Em 1980, apesar de acompanhar Westwood na coleção *Pirate*, ele lança a sua mais nova aposta musical, o grupo Bow Wow Wow.³¹⁸

Soma-se a isso, a carreira de Adam & The Ants, que apesar de não ser empresariado por Malcolm, teve os seus figurinos elaborados por Westwood. Assim, na leva do gênero *New Wave*, a MTV apresentou uma gama de artistas que tinham uma estética visual semelhantes aos modelos de Westwood, como *Duran Duran*, *Boy George*, *Spandau Ballet*, só para citar os principais.

Todas essas bandas elencadas acima ficaram conhecidas por fazerem videoclipes com forte apelo visual, sendo rapidamente absorvidas pelo o telespectador que rapidamente se transformaria em consumidor, cuja linguagem está atrelada ao capitalismo:

Percebemos que a articulação entre o videoclipe e a MTV faz parte de uma dinâmica que prevê que a linguagem está ligada aos modos de produção e aos efeitos de sentido dos meios de comunicação em massa. A estética do videoclipe é, portanto, um meio para a percepção de que estamos diante de um quadro sustentado por uma subjetividade capitalista.³¹⁹

³¹⁷ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2016, p. 254.

³¹⁸ GORMAN, Paul. **The life and times of Malcolm McLaren: the biography**. London: Constable, 2020.

³¹⁹ SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Livre Rápido, 2014, p. 42.

Figura 32 - Adam & The Ants na gravação do videoclipe Stand & Deliver, em 1981



Fonte: Buskin.³²⁰

³²⁰ BUSKIN, Richard. Classic Tracks: Adam & The Ants 'Stand & Deliver'. **Sound on Sound**, Cambridge, jan. 2013. Disponível em: <https://www.soundonsound.com/techniques/classic-tracks-adam-ants-stand-deliver>. Acesso em: 18 fev. 2022.

Figura 33 - Vivienne Westwood e Annabella Lwin (vocalista do Bow Wow Wow) em 1981



Fonte: McLean.³²¹

Como um instrumento ligado à lógica do capitalismo, podemos pensar na importância que alguns vídeos tiveram durante esse processo para a comercialização de um estilo. Um dos maiores exemplos é o videoclipe *Like a Virgin*, da cantora Madonna. Feito em 1984, o videoclipe materializa a imagem que é atribuída a canção. Aqui temos a moda em primeiro plano, difundida através do vídeo.³²²

³²¹ MCLEAN, Craig. Bow Wow Wow haven't lost their bite. **The Guardian**, London, 19 abr. 2012. Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/2012/apr/19/bow-wow-wow-leigh-gorman-annabella-lwin>. Acesso em: 23 fev. 2022.

³²² Rapidamente os videoclipes se tornaram parte indispensável para a música, uma vez que “*aparecer na MTV vendia discos, influenciava hábitos de compra e promovia artistas desconhecidos*”, segundo Paul Friedlander. Assim, a emissora rapidamente se tornou algo rentável, e posteriormente, começou a cobrar das gravadoras para exibirem os vídeos. Com o sucesso do canal, surgiram outras emissoras do mesmo segmento, como por exemplo, a *VH1* (Video Hits One), que entrou ao ar em 1985. Ao longo dos anos a *MTV* foi adaptando sua programação, dando espaço para produções de outros países, ao lançar a *MTV Latinoamérica* e a *MTV Brasil*, em 1990. FRIEDLANDER, Paul. Os anos 80: a revolução pela TV. In: FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll: uma história social**. Rio de Janeiro: Record, 2004, p. 370.

Figura 34 - Madonna no videoclipe Like a Virgin (1984)



Fonte: Arnold.³²³

Like a Virgin apresenta em pouco mais de quatro minutos de vídeo, uma gama de looks da cantora, desde a camiseta preta rasgada e o cabelo desganhado até o vestido de noiva. Para além disso, existem uma série de closes no rosto da cantora, evidenciando a maquiagem e os acessórios. O clipe oferece todo o conceito imagético em um tempo fragmentado. O visual do artista é o que primeiro aparece em público simultaneamente com a música, deixando em segundo plano as revistas ou os shows.³²⁴

Beatriz Sarlo vai chamar esse fenômeno de *televisibilidade*, “onde o diálogo, gestualidades, ritmos verbais” são facilmente reconhecidos para que se consuma o videoclipe: “Assegura que as imagens pertençam a um mesmo sistema de representação visual, as

³²³ ARNOLD, Chuck. Madonna's 'Like a Virgin' at 35: All the Songs Ranked From Worst to Best. **Billboard Magazine**, New York, 11 dez. 2019. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/pop/madonna-like-a-virgin-songs-ranked-8543122/>. Acesso em: 16 fev. 2022.

³²⁴ Ainda aproveitando o exemplo de *Like a Virgin* da Madona, as apresentações se transformaram em extensões daquilo que já foi exibido no videoclipe. Na premiação do Video Music Awards, promovido pela MTV, em 1984, Madonna apresenta novamente o look de noiva em sua performance ao vivo.

homogeneízam e as torna imediatamente reconhecíveis. [...] A *televisibilidade* é o fluído que dá consistência para à televisão e assegura o reconhecimento imediato por parte de seu público”.³²⁵

Assim, a sedução da imagem atinge a fantasia do consumidor, uma vez que “fantasia é o melhor termo a ser empregado, numa constatação de que tudo tem sido utilizado no sentido de que o objetivo seja alcançado”.³²⁶

E assim como a rapidez das tendências de moda, existe a efemeridade do visual dos artistas. Cada música nova exibida em um videoclipe ou cada novo álbum lançado precisa ter uma proposta diferente da anterior. Até mesmo pela durabilidade, o vídeo precisa seguir as regras da moda:

A velocidade de circulação e, portanto, a obsolescência acelerada se combina numa alegoria da juventude: no mercado, as mercadorias devem ser novas, devem ter o estilo de moda, devem captar as mudanças mais insignificantes do ar dos tempos. A renovação incessante necessária ao mercado capitalista captura o mito da novidade permanente que também impulsiona a juventude. Nunca as necessidades do mercado estiveram afinadas tão precisamente ao imaginário de seus consumidores.³²⁷

A trajetória de Vivienne, nos anos 80, desvia do caminho feito por Malcolm. Cada um tem que lhe dar com as efemeridades das suas escolhas, seja através da moda ou da música. McLaren ao longo da década vai permear pela indústria musical, ao tentar conciliar diversos gêneros sonoros e investir no visual dos artistas.

Por mais que McLaren seja considerado o principal responsável pela difusão do punk enquanto estilo, ao colocar a banda como vitrine, a direção já não era mais a mesma na década seguinte. O videoclipe antecipa as tendências da moda antes da música, já conceituava determinado visual do artista que deveria estar em constante transformação. O videoclipe se assemelha a uma passarela de moda³²⁸, é através desse meio que Vivienne vai fazer a mediação e inserir-se como uma estilista reconhecida pela indústria fashion.

³²⁵ SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 67.

³²⁶ CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock nos passos da moda: mídia, consumo x mercado**. Campinas: Papirus, 1989, p. 71.

³²⁷ SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 41.

³²⁸ A partir dos década de 1990, a moda definitivamente vai influenciar os rumos das músicas através dos videoclipes. Podemos citar alguns exemplos, como o clipe Freedom! '90, do cantor George Michael, ao colocar as principais modelos da época dublando a música durante o vídeo. Além disso, alguns fotógrafos de moda são responsáveis pela direção do videoclipe, como David LaChapelle, que vai trabalhar com Madonna, Björk, Jennifer Lopez, entre outros. Posteriormente, as marcas vão utilizar o vídeo como instrumento de propaganda para anunciar o lançamento das suas coleções.

5.3 ENTRE A ANARQUIA E A HIERARQUIA: A CONSAGRAÇÃO DE VIVIENNE WESTWOOD E AS SUAS INFLUÊNCIAS NA MODA

Ao longo do trabalho vimos a importância de Vivienne Westwood para a construção da estética do punk. Ainda que McLaren seja o fator decisivo vender o DIY e a agressividade punk como mercadorias e levá-las para o *mainstream*, Westwood é que vai dar formas e materializar as ideias do que deveria ser a moda punk em termos comerciais.

A música punk transcendeu-se para o *new wave*, e as roupas do gênero suavizaram o seu caráter agressivo para ser considerado uma tendência de moda ainda no final dos 1970, primeiramente pela estista Zandra Rhodes:

A Seditonaries, enquanto isso, progredia cada vez mais. A loja sai da King's Road se tornou um lugar de peregrinação para aqueles interessados na moda e nos sons "New Wave", e o resto da rua despertou para potencial dos designs de Vivienne de uma forma levemente menos *avant-garde*. Em abril de 1977, Zandra Rhodes colocou o punk na passarela pela primeira vez, tendo a delicadeza de dar crédito ao movimento e na verdade a Vivienne por suas "roupas rasgadas, correntes e alfinetes de segurança".³²⁹

Figura 35 - Vestidos com influência punk feitos por Zandra Rhodes



Fonte: <http://therivermagazine.co.uk/style/zandra-rhodes-fashion-textile-museum.html>

³²⁹ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfitatro, 2016, p. 229-230.

A domesticação do punk se transformava em *Haute Punk*, onde o estilo deixa de ser consumido apenas por jovens e se expandiria para as passarelas de moda, pelas grifes e pelas joalherias. Apesar do uso do vestido rasgado e com correntes, retira-se a sua subversão das imagens que eram apresentadas nas camisetas vendidas na King's Road e incorpora-se elementos mais atrelados à sensualidade feminina, como laços e sapatos de salto.

As mulheres adultas, mais abastadas, que seguiam as tendências de moda e acompanham os desfiles das grandes capitais europeias entraram no foco consumidor de um estilo jovem das ruas. Para esse tipo de consumidor, a música punk não interfere no visual como outrora, e, sobressai o que está em voga através do universo *fashion*. Não precisa se identificar como punk ou até mesmo gostar do gênero musical para usar peças de roupas que remetem à rebeldia inicial. Assim, ela perde o seu significado original:

Quando as peças de roupa com um certo potencial de significados (em geral, subculturais) são introduzidas em outros contextos, como na passarela, e depois levadas a um público mais amplo, elas o perdem: quanto maior a difusão, menos a estabilidade do significado.³³⁰

Para além disso, nos anos de 1980, segundo Gilles Lipotesky, existe uma mudança da noção de luxo, onde ocorrerá uma expansão do sentimento de hedonismo individual, que ele denomina de luxo emocional:

Por muito o luxo confundiu-se com a demonstração, o cenário, o espetáculo ostentatório da riqueza: o artifício o adorno, os signos visíveis destinados ao olhar do outro constituíam-lhe as manifestações predominantes. Isso não desaparece, mas surgiram novas orientações que testemunham o récuo de símbolos honoríficos em favor das expectativas centradas na experiência vivida imediata, na saúde, no corpo, no maior bem-estar subjetivo.³³¹

Desta feita, o que se tem nesse período é a necessidade de se parecer jovem, para além de se vestir como jovem. Apesar da década de 1960 incluir os jovens dentro do universo de consumo, é a partir dos anos 80 que inicia-se um processo da faixa etária adulta buscar um reflexo na juventude em como deveria se apresentar. E isso refletiu na Alta Costura.

A noção de novidade, já intrínseca na moda, também atinge maior velocidade. As mercadorias logo se tornariam obsoletas. Assim, podemos ver a quantidade de coleções que Westwood lançou em um curto espaço de tempo: *Pirates*, *Savage*, *Nostalgia of Mud*,

³³⁰ SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010, p. 80.

³³¹ LIVOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado no tempo das grandes marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Punkature, Witches, Hypnos, Clint Eastwood e, por fim, *Mini-Crini*, ao longo de 1980 a 1985. E todas elas serão colocadas lado a lado com as músicas e os videocliques, como foi visto no primeiro tópico deste trabalho. O anseio pela novidade se intensifica na fase pós-moderna, segundo Livovetsky:

A lógica econômica realmente varreu todo ideal de permanência, é a regra do efêmero, que governa a produção e o consumo dos objetos. [...] Pesamos menos em todos esses produtos estudados para não durar [...] do que no processo geral que obriga as firmas a inovar, a lançar continuamente novos artigos, ora de concepção inédita, ora – é o mais frequente – comportando simples pequenos aperfeiçoamentos de detalhe que dão “mais” aos produtos na competição de mercado. Com a moda consumada, o tempo breve da moda, seu desuso sistemático torna-se características inerentes à produção e consumo de massa. [...] o novo é superior ao antigo.³³²

O filósofo pontua essa fase onde todas as mercadorias precisam se adequar a lógica da moda, inclusive se pensarmos na relação entre música e videoclipe, ao denominar tal fase como *moda consumada*, que se inicia nos anos de 1980. A moda anterior respondia à dinâmica dos anos de 1960, chamada de *moda aberta*, onde existia um maior poder de consumo entre os jovens, além da rua ser um espaço privilegiado para se ter referências sobre o que usar.

Bauman, ao falar sobre a individualidade como fenômeno de modernidade, faz considerações semelhantes as de Lipovetsky:

O consumismo de hoje, porém não diz mais respeito à satisfação das necessidades, [...] mas o desejo – entidade muito mais volátil e efêmera, evasiva e caprichosa, essencialmente não referencial que as “necessidades”, um motivo autogerado e autopropelido que não precisa ser justificado como “causa”.³³³

Westwood ao lançar novas coleções de moda, correspondendo com cada estilo musical exibidos pelos videocliques da MTV, capta essa lógica de mudança do sistema da moda. Seu primeiro passo para ser identificada como marca ocorreu durante os anos 80. A nova forma da loja renomeada para *Word's End*, irá explorar a lógica do *new wave*, além de se inspirar em alguns elementos da tradição inglesa, juntamente com a rebeldia punk, ao adotar uma logomarca como símbolo de identificação:

Essa logomarca, representando a *britanidade* e a preocupações globais futuras todas de uma vez, refletiam também um pouco de dualidade da empresa de Vivienne Westwood na época e desde então. Vivienne se deslocou mais para o reino da alta-

³³² LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 185.

³³³ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, p. 96.

costura e da alfaiataria com referências históricas, ao mesmo tempo, porém, continuou repetir gráficos modernistas e modelos punks antigos.³³⁴

Assim, acima da sua assinatura existia uma imagem ligada à astronomia: a orbe real com e os anéis de Saturno, onde passa a existir uma ligação entre a tradição e o futuro. A fachada da loja, que antes era lembrada por balões infláveis escrito SEX, cederam espaço para um enorme relógio com a intenção de representar às constantes voltas ao passado promovido pelas suas novas coleções.

Figura 36 - Logomarca de Vivienne Westwood, criado nos anos 80



Fonte: DSigno.³³⁵

³³⁴ KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2016, p. 303.

³³⁵ HISTORIA de una punk: Vivienne Westwood. **DSigno**, [S. l.], 09 mar. 2017. Disponível em: <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/historia-de-una-punk-vivienne-westwood>. Acesso em: 22 fev. 2022.

Figura 37 - Modelos em frente a nova fachada da loja Word's End, na 430 King's Road. A loja ainda permanece no mesmo endereço e com a mesma fachada



Fonte: Westwood.³³⁶

Essa *britanidade*³³⁷, referente à última citação, se transforma na característica fundamental que é atribuída a Vivienne Westwood. Inicia-se uma dinâmica de recuperar às

³³⁶ 430 KINGS ROAD 1971 – 1980. Vivienne Westwood, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/history/1971-1980/>. Acesso em: 06 jan. 2022.

³³⁷ O conceito de *Britanidade*, em seu termo original de *Englishness*, a partir do trabalho da pesquisadora Kyung Hee Choi (2005), baseia-se numa relação de memórias mediadas pelas invenções das tradições, onde por exemplo, Vivienne vai utilizar da pirataria ou da era vitoriana para criar suas próprias coleções na década de 1980, mantendo seus elementos carregados de sentimentos nacionalistas. CHOI, Kyung Hee. Vivienne Westwood in context and englishness in her work. *IJC*, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 61-70, 2005.

tradições inglesas e fazer uma releitura do passado, mas sem perder o seu caráter exótico e irônico. Posteriormente, alguns estilistas renomados adotaram também essa releitura de se olhar para o passado e buscar referências históricas para compor a suas coleções, mas mantendo a atualidade e a estética juvenil, como por exemplo, John Galliano e Alexander McQueen. Nas palavras da pesquisadora Kyung Hee Choi esse estilo característico do trabalho de Vivienne pode ser assimilado da seguinte forma:

Eventually these characteristics of Englishness in dress drew on a unique combination history, tradition, and street culture represented by punk, which shapes a paradox of classic style and eccentric one as national image in Britain. The following case of Vivienne Westwood, itself reflects Englishness.³³⁸

Dessa forma, existe uma revisitação do passado, mas utilizando as técnicas e materiais do presente, e levando em consideração os desejos do público contemporâneo. O filósofo Giorgio Agamben utiliza-se da moda ao dar exemplos daquilo que podem ser entendidos como contemporâneo:

[...] a temporalidade da moda tem um outro caráter que a aparenta à contemporaneidade. No gesto mesmo no qual o seu presente divide o tempo segundo um “não mais” e um “ainda não”: ela institui como esses “outros tempos” - certamente com o passado e, talvez, também com o futuro - uma relação particular. Isto é, ela pode “citar” e, desse modo, reatualizar qualquer momento do passado (os anos 20, os anos 70, mas também a moda imperial ou neoclássica). Ou seja, ela pode colocar em relação aquilo que inexoravelmente dividiu, rechamar, re-evocar e revitalizar aquilo que tinha até mesmo declarado morto.³³⁹

Um exemplo dessa *britanidade* nas suas roupas é a coleção *Mini-Crini*, lançada em 1985, com a volta do espartilho ao readequar uma peça-chave do vestuário do século XVIII juntamente com minissaias armadas pelo uso da crinolina. Segundo Valerie Steele, “quando o espartilho reapareceu na moda, Vivienne Westwood foi uma das primeiras estilistas a explorar o carisma proibido”.³⁴⁰

³³⁸ Eventualmente, essas características do estilo inglês no vestuário se basearam em uma combinação única de história, tradição e cultura de rua representada pelo punk, uma vez que molda um paradoxo de estilo clássico e excêntrico como imagem nacional na Grã-Bretanha. O seguinte caso de Vivienne Westwood, por si só, reflete a britanidade. CHOI, Kyung Hee. Vivienne Westwood in context and englishness in her work. *IJJC*, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 61-70, 2005.

³³⁹ AGAMBEN, Giorgio. **O que é contemporâneo?** Chapecó: Argos, 2009, p. 68-69.

³⁴⁰ STEELE, Valerie. **Fetichismo: moda, sexo e poder**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p. 93.

Figura 38 - Coleção Mini-Crini (1985)



Fonte: Mail Online.³⁴¹

Novamente Westwood se reapropria de uma peça de roupa que não estava nas tendências de moda da época e a coloca no mainstream, sendo atualizada novamente. Em 1990, o espartilho entrava em contato com a música, especialmente pela cantora Madonna, ao lançar o videoclipe *Vogue*, no mesmo ano (além de apresentar de forma mais explícita ao usar o espartilho e a crinolina na apresentação ao vivo pelo canal MTV) e na turnê *Blond Ambition World Tour*, onde o estilista Jean Paul-Gaultier faz uma releitura da peça.

Sobre essa conexão com o passado, ao trazer peças consideradas inutilizáveis e colocar nas passarelas, nas revistas de moda e nos vídeos, Westwood afirma que também é uma forma de se opor aos dogmas da moda:

This is my rebellion, my activism Against twentieth-century dogma: "The past is over, do your thing! You are wonderful and everything comes from you?" No! Ideas have to come from somewhere. Where else can they come from but the past. No roots, no

³⁴¹ PICTURE this: The Dress - 100 Ideas That Changed Fashion Forever. **Mail Online**, London, 09 out. 2014. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/home/books/article-2786922/Picture-The-Dress-100-Ideas-That-Changed-Fashion-Forever.html>. Acesso em: 16 fev. 2022.

art/ no laboratory, no Science. Culture is necessary for human beings to involve into better creatures.³⁴²

Mini-Crini foi a primeira coleção de Vivienne sem nenhuma intervenção do seu ex-parceiro Malcolm McLaren. Entretanto, o uso de referências estéticas e culturais são fundamentais para a elaboração de novas visões para a moda. Ao longo desse processo, Westwood afirma que visitou muitas exposições em museus, pesquisou sobre História da Arte, viajou, leu e esteve submersa às diversas manifestações artísticas

Deste modo, termino esse capítulo elencando Westwood como uma das principais estilistas que revolucionaram a moda no século XX, sobretudo se pensarmos nas figuras de Coco Chanel e Elsa Schiaparelli.³⁴³

Chanel por reformular a elegância e a moda feminina durante a Primeira Guerra Mundial e antecipá-la, ou seja, no que deveria ser a independência da mulher a partir do vestuário. Schiaparelli por elevar a moda ao estatuto de arte, ao relacioná-la com os movimentos de vanguarda, em especial o surrealismo. Westwood, pro sua vez, se destaca por transitar entre o descolado e o sofisticado, inspirando-se nas modas de rua e na cultura histórica, utilizando-se da música e do videoclipe como um meio de reconhecimento do seu trabalho.

Chanel, Schiaparelli e Westwood, mais do que meras tendências passageiras sobre o que vestir, foram na contramão da ortodoxia das aparências e mostraram novas formas de se fazer moda.

³⁴² Esta é minha rebelião, meu ativismo Contra o dogma do século XX: “O passado acabou, faça o que quiser! Você é maravilhoso e tudo vem de você?” Não! As ideias têm que vir de algum lugar. De onde mais eles podem vir senão do passado. Sem raízes, sem arte/ sem laboratório, sem ciência. A cultura é necessária para que os seres humanos evoluam em criaturas melhores. WESTWOOD, Vivienne. **Get a Life!** The Diaries of Vivienne Westwood (2010 – 2016). London: Great Britain, 2016.

³⁴³ STEELE, Valerie. **Women of fashion: twentieth-century designers**. New York: Rizzoli, 1991.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que trabalhamos ao longo da pesquisa é muito pouco para compreender todo o trabalho de Vivienne Westwood. Atravessando oito décadas, a estilista ainda atua no mercado da moda, exibindo suas coleções nos principais eventos de moda.

A presente pesquisa se finaliza no ano de 1985, onde encontramos algumas hipóteses que respondem às questões formuladas neste trabalho. A trajetória artística da estilista inglesa nos oferece a possibilidade de analisar artes de vanguarda, correntes políticas, meios de comunicação, disputas de memória e consumo jovem.

Se estudarmos Westwood após esse período, vamos nos deparar com assuntos ainda mais profundos: meio ambiente, política internacional, liberdade de expressão e diminuição do consumo. As camisetas estampadas com mensagens e imagens que desafiavam à sociedade conservadora da Inglaterra cederam lugar para alertar sobre a importância da revolução climática, como por exemplo, o clamor pela liberdade do jornalista australiano Julian Assange. Um dos últimos slogans da coleção de Vivienne foi *Compre menos, escolha bem e faça durar*.

Westwood é a personificação do estilo que surge nas ruas e são colocadas nas passarelas, mas ao mesmo tempo não se acomoda com a conformidade da moda. Os assuntos considerados polêmicos e de relevância mundial aparece nos seus discursos, seja através de palestras, livros, documentários, entrevistas, e claro, nas suas roupas e atitudes.

Ela se alia com as questões da sua época ao criar a moda. O não conformismo ainda aparece nas suas coleções e encontra a mesma contradição do passado: consuma menos, contudo os seus produtos continuam inseridos na lógica capitalista da indústria da moda. Faça durar, mas a marca ainda lança coleções sazonais. O discurso da estética do punk também oferecia essa dialética do “faça-você-mesmo”, mas que poderia ser encontrada – e ainda pode - à venda nas lojas tanto de fast-fashion quanto nas grifes mais caras.

De *Let it Rock*, *Too Fast Too Live Too Young Too Die*, *SEX*, *Seditionaires* até *World's End*: são vários os renascimentos da loja da estilista, que até então fazia dupla criativa com Malcolm McLaren. E também corresponde exatamente ao nosso recorte que vai de 1971 até 1985, em que a inglesa passa a colocar a sua própria assinatura nas roupas. Essas mudanças de nome refletem as mudanças da apresentação de Vivienne, conforme analisamos nesse trabalho.

Por fim, concluímos que as suas principais características que, mesmo a tantas mudanças, ainda fazem parte das obras, como sexo e irônia, anarquismo, história e estilo. E como elas vão ser colocadas no jogo midiático. São essas as características que fizeram Westwood lançar voos mais altos. E que ainda nos influencia.

REFERÊNCIAS

430 KINGS ROAD 1971 – 1980. **Vivienne Westwood**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/history/1971-1980/>. Acesso em: 06 jan. 2022.

A BRIEF history of luxury: Vivienne Westwood, queen of punk fashion. **Luxus+ Magazine**, London, 12 abr. 2021. Disponível em <https://magazine.luxus-plus.com/a-brief-history-of-luxury-vivienne-westwood-queen-of-punk-fashion/?lang=en>. Acesso em: 20 jun. 2021.

ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis**: punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo: Scritta, 1994.

ADICHIE, Chamamanda Ngozi. **Sejamos todos feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é contemporâneo?** Chapecó: Argos, 2009.

ANDRADE, Máira Zimmermann de. A moda invade as ruas: consumo jovem nos anos 1960. **dObra[s]**, São Paulo, v. 3, n. 7, p. 105-113, 2009.

ARNOLD, Chuck. Madonna's 'Like a Virgin' at 35: All the Songs Ranked From Worst to Best. **Billboard Magazine**, New York, 11 dez. 2019. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/pop/madonna-like-a-virgin-songs-ranked-8543122/>. Acesso em: 16 fev. 2022.

BAILEY, David. Jean Shrimpton, Vogue, 1962. **Ira Stehmann**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.irastehmann.com/artworks/203-david-bailey-jean-shrimpton-vogue-1962/>. Acesso em: 15 jan. 2022.

BAKER, Neal. Carnaby Street, miniskirts and topless models – incredible pics reveal how London sparked the Swinging 60s. **The Sun**, London, 12 set. 2018. Disponível em: <https://www.thesun.co.uk/news/7238411/london-1960s-carnaby-street-fashion-revolution-music/>. Acesso em: 06 jan. 2022.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

BARNES, Evan. **Pretty in punk**: an investigation into the visual legacy of punk. 2017. 30 f. Dissertação (Mestrado em Design Gráfico) - Nottingham Trent University, Nottingham, 2017.

BARREIRA, Roberto. **A história da camiseta**. Rio de Janeiro: [s. n.], 1988.

BARTHES, Roland. **O grão da voz**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BELLONI, Maria Luiza. A formação na sociedade do espetáculo: gênese e atualidade do conceito. **Espaço Aberto – Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 22, p. 121-136, jan./abr. 2003.

BENJAMIN, Walter. **A modernidade e os modernos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

BIVAR, Antônio. **O que é punk?** São Paulo: Brasiliense, 1982.

BIVAR, Antônio. **Punk**. São Paulo: Edições Barbatanas, 2018.

BOLLON, Patrice. **A moral da máscara**: merveilleux, zazous, dândis, punks e etc. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

BORRELLI-PERSSON, Laird. Why the swagger of Vivienne Westwood's 1981 pirate collection resonates 40 years on. **Vogue**, [S. l.], 17 may 2021. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/the-pirate-look-in-fashion-1981-2021>. Acesso em: 03 jan. 2022.

BORTHOLUZZI, Juliana; ARAUJO, Denise Castilhos de. A monarquia inglesa parodiada por Vivienne Westwood. **Tecnologia e Tendências**, Novo Hamburgo, v. 9, n. 1, p. 1-11, jan./jun. 2014.

BOURDIEU, Pierre. A “juventude” é apenas uma palavra. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Porto: Fim de Século Edições, 2003. p. 151-162.

BUSKIN, Richard. Classic Tracks: Adam & The Ants ‘Stand & Deliver’. **Sound on Sound**, Cambridge, jan. 2013. Disponível em: <https://www.soundonsound.com/techniques/classic-tracks-adam-ants-stand-deliver>. Acesso em: 18 fev. 2022.

CAIAFA, Janice. Isto não é uma suástica. In: CAIAFA, Janice. **Movimento punk na cidade**: invasão dos bandos sub. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

CAIAFA, Janice. **Movimento punk na cidade**: invasão dos bandos sub. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

CALLAN, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da moda**: de 1840 à década de 90. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CALZA, Márlon Uliana. Grito silencioso: a camiseta como forma-protesto no discurso da moda. In: COLÓQUIO DE MODA, 2007, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Abepem, 2007, p. 2.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

CARMO, Paulo Sérgio do. **Culturas de rebeldia**: a juventude em questão. São Paulo: Senac, 2000.

CASTRO, Marta Sorelia Félix de; FERREIRA, Karla Patrícia Martins; MARTINS, José Clerton de Oliveira. As resistências na moda através do tempo: o movimento punk e slow fashion. **dObras**, São Paulo, v. 11, n. 25, p. 165-183, 2019.

CHOI, Kyung Hee. Vivienne Westwood in context and englisness in her work. **IJJC**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 61-70, 2005.

CIQUINI, Fábio Henrique. **Suave rebeldia**: como a visualidade na moda contemporânea se apropria da estética do movimento punk. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2010.

CONNOLLY, Sean. **Vivienne Westwood**: creative lives. Oxford: Heinemann Library, 2003.

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

COSTA, Cacilda Teixeira. **Roupa de artista**: o vestuário na obra de arte. São Paulo: EDUSP/Imprensa Oficial do Estado de SP, 2009.

COSTA, Grace Campos. **Entre alfinetes e babados em Prêt-à-Porter (1994) de Robert Altman**: uma crítica à indústria da moda. 2016. 140 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2016.

COSTA, Julia Lourenço. Memória e des-memória discursiva no movimento ciberfeminista. **Revista Eletrônica de Estudos em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 18, p. 38-56, jan./abr. 2019.

CRAICK, Jennifer; PEOPLES, Sharon. Exhibition review: Vivienne Westwood: 34 years in fashion. **Fashion Theory**, London, v. 10, n. 3, p. 387-399, 2006.

CULLER, Jonathan. **Sobre a desconstrução**: teoria e crítica do pós-estruturalismo. Rio de Janeiro: Record; Rosa dos Tempos, 1997.

CUNHA, Ana Paula da. Situacionismo, Teoria da Deriva e Movimento Provos: Imaginação no Campo Social. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 18., 2017, Caxias do Sul. **Anais** [...]. Caxias do Sul: Intercom, 2017.

DE SOUZA, Adriana Barreto; LOPES, Fábio Henrique. Entrevista com Sabina Loriga: a biografia como problema. **História da Historiografia**, Ouro Preto, v. 5, n. 9, p. 26-37, jul. 2012.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

EATON, Thomas. What links Village People with Tammy Wynette and Billy Connolly? The Saturday quiz. **The Guardian**, London, 13 nov. 2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2021/nov/13/what-links-village-people-with-tammy-wynette-and-billy-connolly-the-saturday-quiz>. Acesso em: 12 dez. 2021.

ECO, Umberto. **A história da feiura**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

ELENCO do clássico Rocky Horror Picture Show vai se reunir em live de Halloween. **Rolling Stone**, São Paulo, 27 out. 2020. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/elenco-do-classico-rocky-horror-picture-show-vai-se-reunir-em-live-de-halloween/>. Acesso em: 12 jan. 2022.

EVANS, Caroline; THORTON, Minna. **Women & fashion**. London: Viking Penguin Inc., 1989.

FEIJÓ, Camila Costa. **She was once a punk**: a importância social da moda através da trajetória de Vivienne Westwood até a alta-costura. 2020. 103 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Porto, Porto, 2020.

FERRERO, Clara. La historia de ‘esa’ camiseta de Penélope Cruz en ‘Madres Paralelas’. **El País**, Madri, 09 out. 2021. Disponível em: <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/penelope-cruz-camiseta-feminista-dior-madres-paralelas/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. 13. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade II**: o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

FOUCAULT, Michel. **Isto não é um cachimbo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

FRIEDLANDER, Paul. Os anos 70: diluição e transformação. *In*: FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll**: uma história social. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 325-348.

FRIEDLANDER, Paul. Os anos 80: a revolução pela TV. *In*: FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll**: uma história social. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 366-387.

FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll**: uma história social. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GALLAGHER, Paul. ‘The last of the teddy girls’: Ken Russell’s nearly lost photographs of London’s teenage girl gangs. **Dangerous Minds**, [S. l.], 13 fev. 2015. Disponível em: https://dangerousminds.net/comments/the_last_of_the_teddy_girls_ken_russells. Acesso em: 16 fev. 2022.

GALLO, Ivone. Por uma historiografia do punk. **Projeto História**, São Paulo, n. 41, p. 283-314, dez. 2010.

GALLO, Ivone Cecília D’Ávila. Punk: cultura e arte. **Varia História**, Belo Horizonte, v. 24, n. 40, p. 747-770, jul./dez. 2018.

GONÇALVES, Denise Oliveira. **Aveso e direito**: movimento hippie e mercado cultural da moda. 2007. 132 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007.

GORMAN, Paul. **The life and times of Malcolm McLaren**: the biography. London: Constable, 2020.

GORMAN, Paul; CHESTERTON, George. How Malcolm McLaren monetised chaos with his post-Sex Pistols career. **GQ Magazine**, London, 30 abr. 2020. Disponível em: <https://www.gq-magazine.co.uk/culture/article/malcolm-mclaren-after-sex-pistols>. Acesso em: 06 jan. 2022.

GRADIN, Carla. **Quando o punk virou moda**. Blumenau: Letras Contemporâneas, 2009.

GUERRA, Paula; FIGUEIREDO, Henrique Grimaldi. Today your style, tomorrow the world: punk, moda e imaginário visual. **Moda Palavra**, Florianópolis, v. 12, n. 23, p. 73-111, jan./mar. 2019.

GUERRA, Paula; STRAW, Will. I wanna be your punk: o universo de possíveis do punk, do D.I.Y. e das culturas underground. **Cadernos de Arte e Antropologia**, Salvador, v. 6, n. 1, p. 5-16, 2017.

HACKETT, Pat; WARHOL, Andy. **Popismo**: os anos sessenta segundo Warhol. Rio de Janeiro: Cobogó, 2013.

HELL, Richard. **I dreamed i was a very clean tramp**: an autobiography. New York: Harper Collins, 2013.

HELLER, Ágnes. **Teoría de los sentimientos**. México: Fontamara, 1987.

HESS, Lian. A brief history of the political t-shirt. **DAZED Magazine**, [S. l.], 13 fev. 2018. Disponível em: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/39007/1/brief-history-of-political-t-shirt-westwood-katharine-hamnett-frank-ocean-che>. Acesso em: 09 nov. 2021.

HISTORIA de una punk: Vivienne Westwood. **DSigno**, [S. l.], 09 mar. 2017. Disponível em: <https://www.dsigno.es/blog/disenho-de-moda/historia-de-una-punk-vivienne-westwood>. Acesso em: 22 fev. 2022.

HOBBSAWM, Eric. As décadas de crise. In: HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p. 393-421.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IANNI, Octavio. **Neoliberalismo e neonazismo**. Campinas: Dossiê Unicamp, 1998.

ISTO não é um cachimbo. **Gabinete de Artes**, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: https://gabinetedeartes.com.br/portfolio_page/isto-nao-e-um-cachimbo/. Acesso em: 03 jan. 2022.

JACOBY, Russel. **Os últimos intelectuais**: a cultura americana na era da academia. São Paulo: Trajetória Cultural, 1990.

JAMES Dean personificou as angústias da juventude da década de 1950. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 08 fev. 2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/2016/02/1737298-james-dean-personificou-as-angustias-da-juventude-da-decada-de-1950.shtml>. Acesso em: 06 fev. 2022.

JEAN seberg “herald tribune” t-shirt (gray logo). **The Octopus’s Garden**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.octopussgarden.es/product/jean-seberg-herald-tribune-t-shirt/>. Acesso em: 06 fev. 2022.

KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2016.

KRELL, Gene. **Vivienne Westwood**. London: Thames and Hudson, 1997.

LEAVER-YAP, Mason. Punking Out: Derek Jarman and Vivienne Westwood on Jubilee. **Walker**, Minneapolis, 07 out. 2014. Disponível em: <https://walkerart.org/magazine/punking-out-derek-jarman-and-vivienne-westwood-on-jubilee>. Acesso em: 17 fev. 2022.

LIMEIRA, Paola. A importância de ‘Uma Rua Chamada Pecado’ com Marlon Brando para Hollywood. **Universo Retrô**, Santana, 28 jul. 2015. Disponível em: <https://universoretro.com.br/a-importancia-de-uma-rua-chamada-pecado-de-marlon-brando-para-o-cinema-mundial/>. Acesso em: 16 jan. 2022.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIVOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado no tempo das grandes marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LORIGA, Sabina. **O pequeno X**: da biografia à história. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

MACHADO JÚNIOR, Carlos Eduardo. **Composição indumentária**: forma expressiva de comunicação. 1979. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1979.

MÃE da estética punk, Vivienne Westwood completa 80 anos nesta quinta-feira, só para citar alguns. **O Globo**, Rio de Janeiro, 08 mar. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/moda/mae-da-estetica-punk-viviane-westwood-completa-80-anos-nesta-quinta-feira-24960998>. Acesso em: 12 jan. 2022.

“MÃE do punk”, Vivienne Westwood dá gostinho de união com grife consagrada. **Universa Uol**, São Paulo, 08 nov. 2018. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/11/08/mae-do-punk-vivienne-westwood-da-gostinho-de-uniao-com-grife-consagrada.htm>. Acesso em: 12 jan. 2022.

MÃES Paraelas. Direção: Pedro Almodóvar. Produção: Agustín Almodovár, Esther García e César Pardiñas. Madrid: O2FILMS, 2021.

MAÎTRESSE. Direção: Berbet Schroeder. Paris, 1979. 1 hora 52 minutos.

MALCOLM McLaren: 'I don't mind being accused of being the Fagin, in many respects I was'. **GQ Magazine**, London, 28 out. 2017. Disponível em: <https://www.gq-magazine.co.uk/article/malcolm-mclaren-sex-pistols-interview>. Acesso em: 06 jan. 2022.

MARCUSE, Herbert. **A dimensão estética**. Lisboa: Edições 70, 1981.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial**: o homem unidimensional. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MASSARI, Fábio; THOMÉ, Luciano. **Malcolm**. São Paulo: Edições Ideal, 2014.

MCCAIN, Gillian; MCNEIL, Legs. **Mate-me por favor**: a história sem censura do punk. Porto Alegre: L&PM, 2017.

MCDERMOTT, Catherine. **Vivienne Westwood**. London: Carlton, 1999.

MCLEAN, Craig. Bow Wow Wow haven't lost their bite. **The Guardian**, London, 19 abr. 2012. Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/2012/apr/19/bow-wow-wow-leigh-gorman-annabella-lwin>. Acesso em: 23 fev. 2022.

MELINDA, Jessica. Documentário: punk - Episódio 01. **Fotografia das Artes**, [S. l.], 13 jul. 2020. Disponível em: <https://www.fotografiadasartes.com.br/post/48687-punk>. Acesso em: 16 jan. 2022.

MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MULVAGH, Jane. **Vivienne Westwood**: an unfashionable life. London: Happer Collins Publishers, 1998.

NEVILLE, Richard. No Sex Please, We're British... Richard Neville & OZ magazine. **Worlds end Shop**, London, 18 nov. 2016. Disponível em: <http://worldsendshop.co.uk/no-sex-please-were-british/>. Acesso em: 03 fev. 2022.

NEWFIELD, Jack. **Movimientos revolucionarios en E.U.A.** Barcelona: Martinez Rocha, 1969.

NIETO, Maite. O vocalista dos Sex Pistols que deixou o punk para cuidar da esposa com Alzheimer. **El País**, Madri, 02 may 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/estilo/2021-05-02/o-vocalista-dos-sex-pistols-que-deixou-o-punk-para-cuidar-da-esposa-com-alzheimer.html>. Acesso em: 22 jan. 2022.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Tradução: Yara Aun Khoury. **Projeto História**, São Paulo, v. 10, p. 7-28, jul./dez. 1993.

O LIXO E A FÚRIA. Direção: Julien Temple. London. 1 Filme documentário, 1 DVD, son., color, 1 hora 43 minutos.

OLIVEIRA, Márcia Ramos de. Reflexões sobre o gênero biográfico: literatura, ilusão e disputas de memória. In: GONÇALVES, Janice (Org.). **História do tempo presente**: oralidade, memória, mídia. 1. ed. Itajaí: Casa Aberta, 2006. p. 101-116.

O'NEILL, Alistair. John Stephen: uma apresentação de masculinidade da Carnaby Street 1957-1975. **Fashion Theory**, São Paulo, v. 1, n. 4, p. 119-138, dez. 2002.

OSGERBY, Bill. Swinging six ties from sharp mods to counterculture. **Museum of Youth Culture**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://museumofyouthculture.com/teen-intro-four/>. Acesso em: 19 fev. 2022.

PARKINS, ILYA. Elsa Schiaparelli: glamour, privacy and timelessness. In: PARKINS, ILYA. **Poiret, Dior and Schiaparelli**: fashion, femininity and modernity. New York: BERG, 2012. p. 79-110.

PATRIOTA, Rosangela. **Antonio Fagundes no palco da história**: um ator. São Paulo: Perspectiva, 2018.

PATRIOTA, Rosangela. Jim Morrison: o poeta xamã dos anos 60. **Cultura Vozes**, Petrópolis, v. 91, n. 2, p. 81-95, mar./abr. 1997.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **O que é contracultura**. São Paulo: Brasiliense, 1992.

PERNIOLA, Mário. **Os situacionistas**: o movimento que profetizou a “Sociedade do Espetáculo”. São Paulo: Annablume, 2009.

PERRY, Mark. Sniffin' Glue Punk Fanzine Compilation. **MoMA**, Manhattan, 2022. Disponível em: <https://www.moma.org/collection/works/156153>. Acesso em: 08 jan. 2022.

PETO, Michael. Observer picture archive: Teddy boys and teddy girls, 19 June 1955. **The Guardian**, London, 17 jun. 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/jun/17/observer-archive-teddy-boys-and-teddy-girls-19-june-1955>. Acesso em: 04 dez. 2021.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Por dentro da moda**: definições experiências. São Paulo: Senac, 2009.

PICTURE this: The Dress - 100 Ideas That Changed Fashion Forever. **Mail Online**, London, 09 out. 2014. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/home/books/article-2786922/Picture-The-Dress-100-Ideas-That-Changed-Fashion-Forever.html>. Acesso em: 16 fev. 2022.

POUNTAIN, Dick. Chris Gray: Anarchist, writer and maverick Situationist. **The Guardian**, London, 08 jul. 2009. Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/2009/jul/08/obituary-chris-gray>. Acesso em: 12 dez. 2021.

PRADO, Gustavo dos Santos. **“Caminho para a morte” na metrópole - cultura punk: fanzines, rock, política e mídia (1982-2004)**. 2016. 316 f. Tese (Doutorado em História) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

PUNK: chaos to couture. **Metropolitan Museum of Art**, New York, 14 ago. 2013. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2013/punk>. Acesso em: 11 jan. 2022.

REARDON, Ben. The life and times of Malcolm McLaren, punk's original provocateur. **Vogue**, London, 09 maio 2020. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/gallery/malcolm-mclaren-book>. Acesso em: 15 jun. 2021.

REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda - 1950**. São Paulo: Publifolha, 2013.

REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda - 1960**. São Paulo: Publifolha, 2013.

REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda - 1980**. São Paulo: Publifolha, 2014.

RELL, Richard. **I dreamed i was a very cleam tramp: an autobiography**. New York: Harper Collins, 2013.

RENÉ Magritte Philosophie im Boudoir. **Alamy**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.alamy.de/stockfoto-ren-magritte-philosophie-im-boudoir-75420169.html>. Acesso em: 06 jan. 2022.

RICHARD Hell, CBGB, New York City, 1977. **Morrison Hotel**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.morrisonhotelgallery.com/photographs/YRiaum/Richard-Hell-CBGB-New-York-City>. Acesso em: 26 jan. 2022.

ROCK, Sheila. **Young punks**. London: First Third Book, 2013.

ROCK'S highest honor. **Rock & Roll**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.rockhall.com/inductees>. Acesso em: 06 fev. 2022.

RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na passarela: a influência do movimento punk nas coleções de moda**. Porto Alegre: Dubliense, 2012.

RUSSEL, Ken. Ken Russell's post-war London – in pictures. **The Guardian**, London, 29 nov. 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2016/nov/29/ken-russell-post-war-london-in-pictures-rolleicord-teddy-girls>. Acesso em: 06 jan. 2022.

SALTER, Steve. Let it rock: hearing the past with paul gorman and young kim. **I-d Magazine**, London, 05 ago. 2014. Disponível em: https://i-d.vice.com/en_uk/article/d3vvkm/let-it-rock-hearing-the-past-with-paul-gorman-and-young-kim. Acesso em: 04 dez. 2021.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SANT'ANNA-MULLER, Mara Rubia. Prêt-à-Pôrtier, discussões em torno do seu surgimento e relação com a Alta-Costura francesa. **Projética - Revista Científica de Design**, Londrina, v. 2, n. 2, p. 114-127, dez. 2011.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SARLO, Beatriz. Jovens. *In*: SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SAVAGE, Jon. **A criação da juventude**: como o conceito de teenage revolucionou o século XX. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

SAVAGE, Jon. O ano zero. *In*: SAVAGE, Jon. **A criação da juventude**: como o conceito de teenage revolucionou o século XX. Rio de Janeiro: Rocco, 2009. p. 486-498.

SAUEJ, Nadja. Piet Mondrian Played Muse To Yves Saint Laurent. **The Art Gorgeous**, Hong Kong, 08 mar. 2019. Disponível em: <https://theartgorgeous.com/piet-mondrian-played-muse-yves-saint-laurent/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

SAYER, Chris. Cult item: tie dye. **ASOS**, [S. l.], 30 mar. 2019. Disponível em: https://www.asos.com/men/fashion-feed/2019_03_30-sat/cult-item-tie-dye-t-shirt-history/. Acesso em: 12 jan. 2022.

SCHORSKE, Carl E. Tensão geracional e mudança cultural. *In*: SCHORSKE, Carl E. **Pensando com a história**: indagações na passagem para o modernismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p. 162-178.

SCOTT, Lesley. SEX Sells Everything. Just Ask Vivienne Westwood, Princess from Planet Punk. **FashionTribes.Com**, [S. l.], 02 dez. 2014. Disponível em: <https://fashiontribes.typepad.com/fashion/2014/12/vivienne-westwood-history-origins-punk-fashion-style-sex-shop-kings-road.html>. Acesso em: 15 fev. 2022.

SOARES, Thiago. **Videoclipe**: o elogio da desarmonia. Recife: Livre Rápido, 2014.

SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SONTAG, Susan. Happenings: uma arte da justaposição radical. *In*: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SONTAG, Susan. Notas sobre o camp. *In*: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas**: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

STEELE, Valerie. **Fetiche**: moda, sexo e poder. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

STEELE, Valerie. **Women of fashion**: twentieth-century designers. New York: Rizzoli, 1991.

SUBIRATS, Eduardo. Un comentario sobre el concepto de vanguardia. **Arquitextos**, São Paulo, ano 09, fev. 2009.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

SVENDSEN, Lars. Moda e linguagem. *In*: SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

“TITS” T-Shirt. **Metropolitan Museum of Art**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/789218>. Acesso em: 11 jan. 2022.

THE BROMLEY Contingent. **Mital-U**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://mital-u.ch/punkwave/the-bromley-contingent/?lang=en>. Acesso em: 06 fev. 2022.

THE GREAT ROCK ‘N’ ROLL SWINDLE. Direção: Julien Temple. London. 1 Filme musical, 1 DVD, son., color, 1 hora 43 minutos.

THE ROCKY HORROR PICTURE SHOW. Direção: Jim Sharman. Los Angeles: 20th Century Fox, 1975. 1 hora 45 minutos.

THE STORY is so far (1971-1980). **Vivienne Westwood Blog**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://blog.viviennewestwood.com/the-story-so-far/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

TOLOKONNIKOVA, Nadya. **Um guia Pussy Riot para o ativismo**. São Paulo: Ubu, 20019.

TOM of finland. **ArtSpace**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.artspace.com/tom-of-finland/leather-duo>. Acesso em: 06 jan. 2022.

TOP 1978 (made). **Victoria and Albert Museum**, London, 2022. Disponível em: <http://collections.vam.ac.uk/item/O68609/top-westwood-vivienne/>. Acesso em: 05 jan. 2022.

“TWO Cowboys” T-Shirt. **Metropolitan Museum of Art**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/789211>. Acesso em: 11 jan. 2022.

UCHÔA, Diego de Figueiredo. **Fashion meets porn: diálogos entre moda e pornografia**. 2018. 88 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

USTARROZ, César. El punk en el cine como retrato generacional: el cine de Julien Temple. **L’Atalante**, Valência, n. 14, p. 66-72, jul./dez. 2012.

VÄNSKÄ, Annamari. ‘Before there was Gucci or Gaultier, there was Tom of Finland’: on the legacy of Tom of Finland to fashion. **Porn Studies**, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 453-458, 2019.

VERSOSE, Viena. A visual history of Vivienne Westwood. **CR Fashion Book**, [S. l.], 08 abr. 2019. Disponível em: <https://www.crfashionbook.com/fashion/g27041863/vivienne-westwood-vintage-photos/?slide=2>. Acesso em: 11 jun. 2021.

VESENTINI, Carlos Alberto. **A teia do fato: uma proposta de estudo sobre a Memória Histórica**. São Paulo: Hucitec, 1997.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. São Paulo: Paz e Terra, 1989.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

VIVIENNE Westwood. **Metropolitan Museum of Art**, New York, 2022. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search?q=Vivienne+Westwood&sortBy=Relevance&pageSize=0>. Acesso em: 11 jan. 2022.

VIVIENNE Westwood. **Victoria and Albert Museum**, London, 2022. Disponível em: <https://www.vam.ac.uk/collections/vivienne-westwood>. Acesso em: 05 jan. 2022.

VIVIENNE Westwood: punk, new romantic and beyond. **Victoria and Albert Museum**, London, 2022. Disponível em: <https://www.vam.ac.uk/articles/vivienne-westwood-punk-new-romantic-and-beyond>. Acesso em: 15 mar. 2021.

VIZENTINI, Paulo Fagundes. **História do século XX**. Porto Alegre: Novo Século, 2000.

WARHOL, Andy. **The philosophy of Andy Warhol: from A to B and back again**. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 1977.

WESTWOOD – PUNK, ÍCONE E ATIVISTA. Direção: Lona Turcker. Inglaterra: Greenwich Entertainment. 1 Filme documentário, 1DVD, son., color, 1 hora 23 minutos.

WESTWOOD, Ben. At Last!!. **Worlds end Shop**, London, 26 ju. 2013. Disponível em: <http://worldsendshop.co.uk/at-last/>. Acesso em: 03 fev. 2022.

WESTWOOD, Ben. Seditionaries Mail Order. **Worlds end Shop**, London, 16 may 2014. Disponível em: <http://worldsendshop.co.uk/seditionaries-mail-order/>. Acesso em: 03 fev. 2022.

WESTWOOD, Vivienne. **Get a Life!** The Diaries of Vivienne Westwood (2010 – 2016). London: Great Britain, 2016.

WHERE Punk lived: SEX 430 King's Road London. **Lara Giffard**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://laragiffard.wordpress.com/2014/04/27/where-punk-lived-sex-430-kings-road-london/>. Acesso em: 27 jan. 2022.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos**: moda e modernidade. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

WILSON, Elizabeth. Oppositional dress. In: WILSON, Elizabeth. **Adorned in drems**. London: Rutgers University Press, 2003. p. 179-206.

ZIMMERMANN, Máira. **Jovem Guarda**: moda música e juventude. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.