

A MODA DEMARCANDO ESPAÇO: O CASO DA "MODA HIP HOP"

DEMARCO A FASHION SPACE: THE CASE OF "HIP HOP FASHION"

Ana Graciela Mendes Fernandes da Fonseca
Lucia Helena Vendrusculo Possari

Ana Graciela é graduada em Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV pela Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura e Contemporânea - ECCO, na linha de Comunicação e Mediações Culturais pela mesma instituição. (ana_gcos@hotmail.com)

Lucia Helena é doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Professora do Curso e Comunicação Social da UFMT. Professora e orientadora do Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea - ECCO - UFMT. (luciahvp@hotmail.com)

RESUMO

O presente artigo é um recorte do trabalho de conclusão de curso em Comunicação Social e que teve como objetivo investigar a relação moda, Hip Hop e, sobretudo, a expansão do estilo de moda comum a esse movimento. O Hip Hop teve origem nos guetos da cidade de Nova York, no final da década de 1960, tendo como protagonista a população negra e hispânica moradora da periferia. No Brasil, frente à expansão da ideologia, verificou-se também um crescimento da moda característica do movimento – marcas, grifes e publicações exclusivas. Este artigo visa apresentar a relação – moda Hip Hop e movimento – discutindo-a sob a perspectiva da moda como identificação/diferenciação. A dupla atribuição pode ser observada na fala de membros do movimento e no discurso de publicações e anúncios relacionados à difusão do estilo de moda característico. Para isso, foram analisadas três edições de uma revista direcionada a esse público juntamente com seus anúncios publicitários de moda,

entrevista e visita *in loco* a uma loja de moda Hip Hop. Tal dualidade seria uma característica da moda num todo, sendo confirmada em tais instrumentos metodológicos.

Palavras-chave: Hip Hop; Moda; Comunicação.

This article is a part of completion of course work in Social Communication and aimed to investigate the relationship between fashion, Hip Hop, and especially the expansion of fashion style common to this movement. Hip Hop originated in the ghettos of NYC in the late 1960s, with the protagonist's black population and Hispanic residents of the periphery. In Brazil, the expansion ahead of ideology, there is also a growing feature of the fashion movement - brands, exclusive brands and publications. This article aims to present the relationship - Hip Hop and fashion movement - discussing it from the perspective of fashion as identification / differentiation. The dual assignment can be observed in the speech of members of the movement and speech of publications and announcements related to the diffusion of fashion style characteristic. For this, we analyzed three editions of a magazine targeted at this audience with their advertisements of fashion, interview and site visit to a fashion store, Hip Hop. This duality would be a feature of fashion as a whole, being confirmed in such methodological tools.

Keywords: Hip Hop, Fashion, Communication.

DA TRAJETÓRIA

Para Néstor Garcia Canclini:

A emergência de múltiplas exigências, ampliada em parte pelo crescimento de reivindicações culturais e relativas à qualidade de vida, suscita um espectro diversificado de órgãos porta-vozes: movimentos urbanos, étnicos, juvenis, feministas, de consumidores, ecológicos etc. A mobilização social, do mesmo modo que a estrutura da cidade, fragmenta-se em processos cada vez mais difíceis de totalizar (CANCLINI, 1997, p.288).

Nesse processo de mobilização colocado por Canclini, suscitado pela efervescência de diversos movimentos, sobretudo na contemporaneidade, nos mais variados âmbitos: social, cultural, comunicacional, ambiental, de gênero, entre outros, encaixa-se o Hip Hop, movimento iniciado nos guetos de Nova York, no final dos anos 60 e atualmente

disseminado em várias partes do território brasileiro. O movimento Hip Hop engloba em seu projeto político questões sociais e culturais, além de possuir um estilo, exteriorizado através de uma indumentária e conduta específicaⁱ, sendo este o objeto de interesse dessa pesquisa.

O Hip Hop inicialmente foi protagonizado por jovens negros e hispânicos que sufocados pela violência e falta de oportunidade criaram meios para reverter à situação, através de manifestações artísticas. O movimento pode ser considerado historicamente resultado de uma luta antiga, travada pelos negros, num primeiro momento em decorrência da guerraⁱⁱ, que desencadeou em leis segregacionistas e posteriormente pela falta de políticas públicas direcionadas a essa parcela da população.

Atualmente o Hip Hop encontra-se difundido em vários países, entre eles o Brasil. Mais que um mecanismo de expressão e autoafirmação dos negros e moradores da periferia, o Hip Hop transformou-se também em um segmento de moda, a partir da criação e adoção de uma indumentária específica, que atrai tanto militantes quanto os que não compartilham da ideologia.

Inserido dentro do projeto maior, coube a este trabalho investigar a inserção da moda dentro do contexto do movimento Hip Hop, no cenário brasileiro, e dedicou-se a estudar essa relação, visto que o Hip Hop é contrário a tudo que se apresenta de forma capitalista e consumista – algumas características atribuídas à moda – de acordo com sua ideologia. Ao mesmo tempo em que o movimento tem um discurso voltado para a periferia, com preocupações sociais, a moda Hip Hop cria novos mecanismos de apropriação dentro da sociedade, representada por marcas, grifes e publicações especializadas, que em nada se diferenciam do sistema, da lógica da moda em si.

Para este artigo o recorte fica delimitado na atribuição dada à moda como elemento que comunica, identifica, define, demarca e diferencia, referências utilizadas pelo movimento Hip Hop, não sendo o único e nem o primeiro a utilizar-se da moda para esses fins, sendo estas características comuns a ela, conforme apontou Georg Simmelⁱⁱⁱ.

Para apresentar e compreender o assunto foram analisadas três edições da Revista. Br (antiga Rap Brasil), juntamente com seus anúncios publicitários de moda,

alguns sites de marcas destinadas ao público Hip Hop, estes a partir das roupas e acessórios, ainda uma entrevista com um militante do movimento e visita *in loco* a uma loja de moda Hip Hop, na cidade de Cuiabá – MT. O aporte teórico de Clifford Geertz, Nestór García Canclini, Elaine Nunes Andrade, Dário Caldas, Renata Pitombo, Maria Eduarda Guimarães, Malcolm Barnard, entre outros, sustentou olhares e análises.

POR DENTRO DO MOVIMENTO

O Hip Hop surgiu no bairro do Bronx, nos EUA, na cidade de Nova York no final da década de 60 com a proposta de pregar a não-violência nos guetos, transformando sentimentos como ódio e revolta em arte^{iv}.

A origem do Hip Hop – que significa balançar o quadril, um convite à diversão – sempre teve em sua proposta inicial a PAZ. O movimento foi criado com o propósito de canalizar energias que poderiam estar voltadas à criminalidade, centralizando-as na produção artística (ANDRADE, 1999).

O Hip Hop é a junção de cinco práticas artísticas, conhecidas como os “cinco elementos”: o rap, o MC – Mestre de Cerimônia, o DJ, o grafite e a dança *break* – dança de rua, que juntos formam um conjunto de manifestações culturais^v.

Para os jovens do Bronx e posteriormente para os jovens brasileiros, o Hip Hop constituiu-se em uma alternativa: de lazer, cultura e socialização. Com isso, as gangues poderiam deixar a violência um pouco de lado e passar a se interessar pelo movimento. O estilo virou febre entre a garotada, principalmente por ser algo acessível, qualquer garoto podia ser um MC ou um DJ. O Hip Hop torna-se um expoente, uma “luz no fim do túnel”, uma oportunidade para deixar a marginalidade.

O movimento desembarcou no Brasil no início da década de 1980. A primeira manifestação no país se deu através da dança, o *break*. Além disso, o Hip Hop, por meio da indústria cultural, também foi divulgado através de vídeos e filmes norte-americanos.

Para Andrade (1999), o Hip Hop é um movimento social que engloba certa forma de organização política, cultural e social do jovem negro, e ainda recebe também a

denominação de cultura de rua, já que se apropria da rua como palco para o fazer artístico.

ENTRE CAMISETAS, CALÇAS LARGAS, BONÉS E CORRENTES

Através dos cinco elementos, da ideologia, e principalmente da indumentária, o Hip Hop se comunica e constitui significados próprios que compõe a cultura do movimento, mais que isso: “moda e indumentária não são usadas apenas para indicar ou fazer referência a posições sociais e culturais, mas para construir e marcar, em primeiro lugar, aquela realidade social e cultural” (KALIL, 2007, p.6).

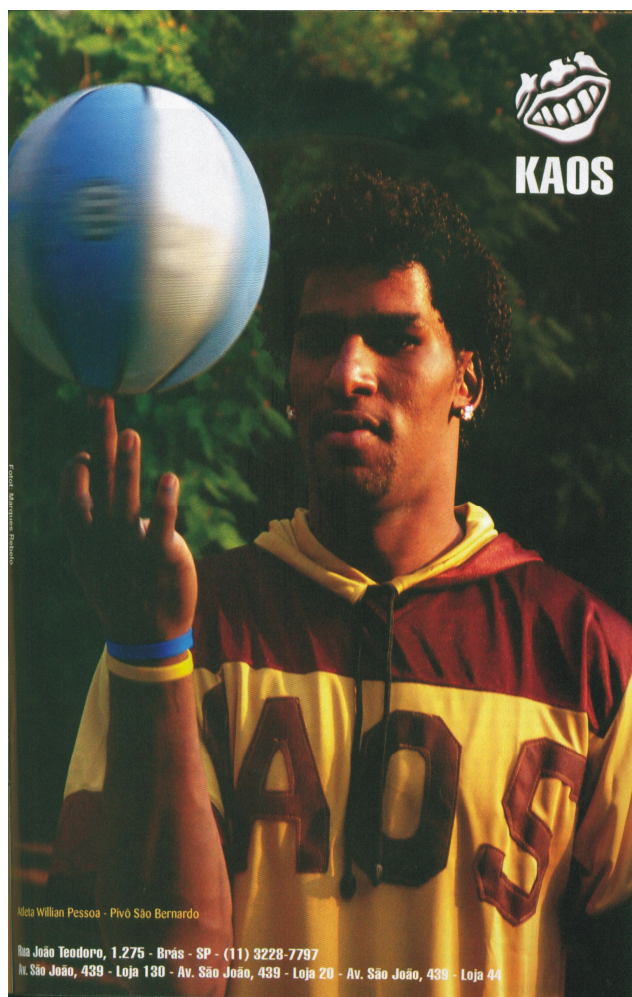
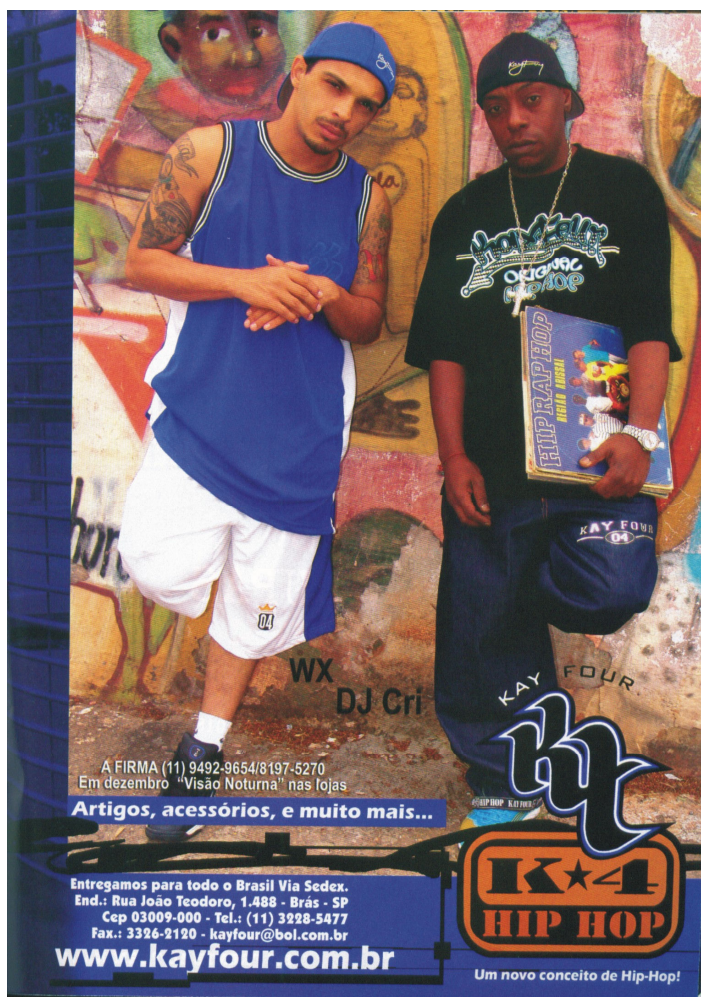
As roupas e acessórios, não só nesse caso, mas em qualquer grupo, servem tanto para identificação quanto para a diferenciação:

[...] Ela é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal [...] E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar [...] a moda nada mais é do que uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário (SIMMEL, 1905, p.24).

Para vislumbrar as atribuições de sentido e as relações desenvolvidas a partir da difusão da indumentária foram analisadas algumas edições da revista Rap. Br (antiga Rap Brasil) da Editora Escala. A publicação foi criada em 1999 destinada aos fãs da música rap e integrantes do Hip Hop, os responsáveis pelo editorial são membros do movimento. Ainda consta a consulta a alguns sites de marcas de moda Hip Hop. Nesses instrumentos nos atemos a análise da publicidade e os discursos veiculados pelas marcas e grifes voltadas a atender os militantes (ou não) do Hip Hop, através de uma indumentária própria.

Verifica-se a disseminação do estilo Hip Hop através das matérias e sobretudo da publicidade, anúncios de moda veiculados na revista. A moda Hip Hop é composta por roupas com características despojadas, esportivas e confortáveis, tais como: calças

largas, bermudões, camisetas, geralmente em nylon, algodão e jeans e tênis, boné, entre outros adereços (Figura 1). A indumentária lembra jogadores de basquete,



principalmente do estilo de rua, resquícios da origem do Hip Hop (Figura 2).

Figura 1 – K4 Hip Hop e Figura 2 - Kaos Revista Rap Br. (2007), Número 1

Conforme as imagens, anúncios de duas marcas brasileiras de moda Hip Hop, a K4 e a Kaos, podemos ter uma noção do tipo de estilo que é disseminado para dentro e fora do movimento, e que vem a ser uma das maneiras de identificar/diferenciar. Por ser originário da rua, pautado inicialmente nas festas, as *block parties*, movidas a muita música e dança, as roupas utilizadas eram largas, para que os movimentos ficassem maiores, proporcionando um efeito visual para a dança, o boné, muitas vezes virado para trás ou de lado também figurava como um dos itens imprescindíveis na composição do

vestuário Hip Hop. Na maioria das vezes, as roupas são vistosas, em virtude do tamanho.

Tais características permanecem como podemos ver nos anúncios apresentados e nos demais analisados. O estilo também encontra consonância para ser mantido na sua chegada ao Brasil devido a história do movimento no país. O Hip Hop chegou primeiro em São Paulo, o lugar escolhido como ponto de encontro foi a Estação São Bento. Lá os adeptos se reuniam nos finais de semana, jovens pobres vindos dos lugares mais distantes e menos favorecidos da cidade. Durante a semana esses jovens eram subempregados: camelôs, *office boys*, vendedores, feirantes. Na estação eles se tornavam artistas, dançavam *break*, conversavam, ouviam rap, uma oportunidade de lazer e distração para esses jovens trabalhadores.

O público inicial que aderiu ao movimento no Brasil possui semelhanças com os precursores, pessoas que circulam nos locais urbanos da cidade, que fazem parte e constroem essa paisagem. As roupas, confortáveis e de fácil aderência aos movimentos, dos mais bruscos, perfeitas para a correria da cidade grande – metrô, ônibus – encontraram nesse cenário um espaço (Figura 3). Muitos adeptos do Hip Hop, até hoje, utilizam como forma de locomoção moto, sendo a indumentária também apropriada para tal.

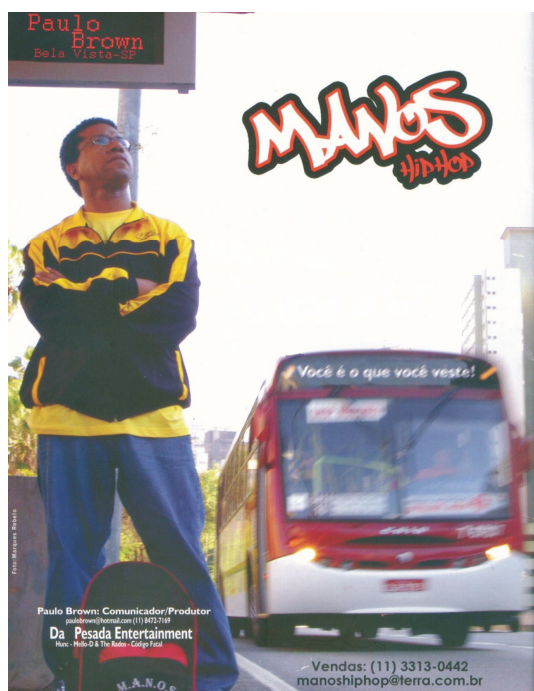


Figura 3 – Manos Hip Hop

Revista Rap Brasil (2006), Número 31

Influenciados por um visual inspirado nos guetos, nos becos, os adeptos do movimento passaram a integrar uma tribo, que criou um novo estilo de se vestir, a partir das necessidades urbanas, priorizando o conforto, por isso também algumas peças lembram as usadas para práticas esportivas. Assim foi nos EUA, berço do Hip Hop, do mesmo modo no Brasil.

As calças largas e itens esportivos foram escolhidos, a princípio, por além de ser mais confortáveis na hora de dançar, também por terem um preço mais acessível (Figura 4). Jaquetas e camisetas grafitadas também são associadas a esse público. Historicamente, os casacos de tecido mais grosso e pesado começaram a ser usados pelos grafiteiros que saíam à noite e precisavam se proteger do frio das ruas (Figura 5).

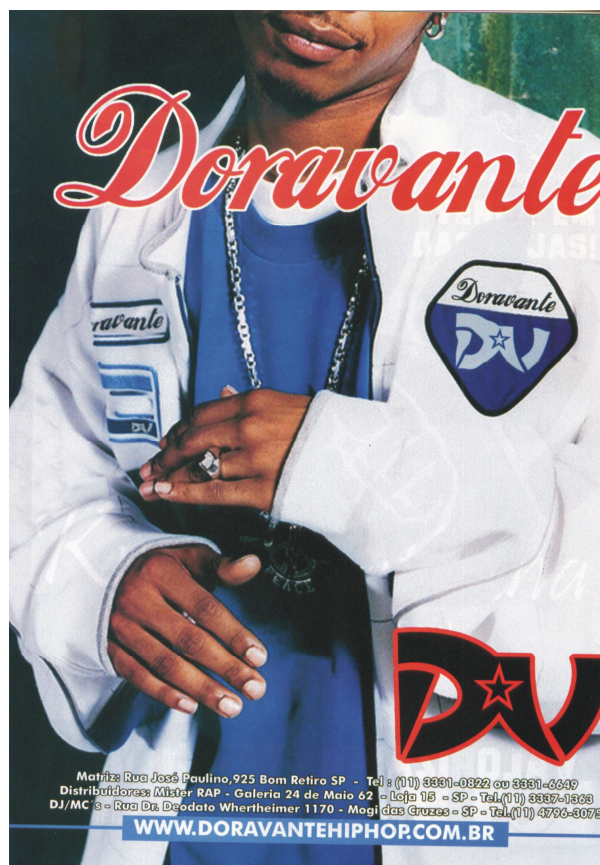
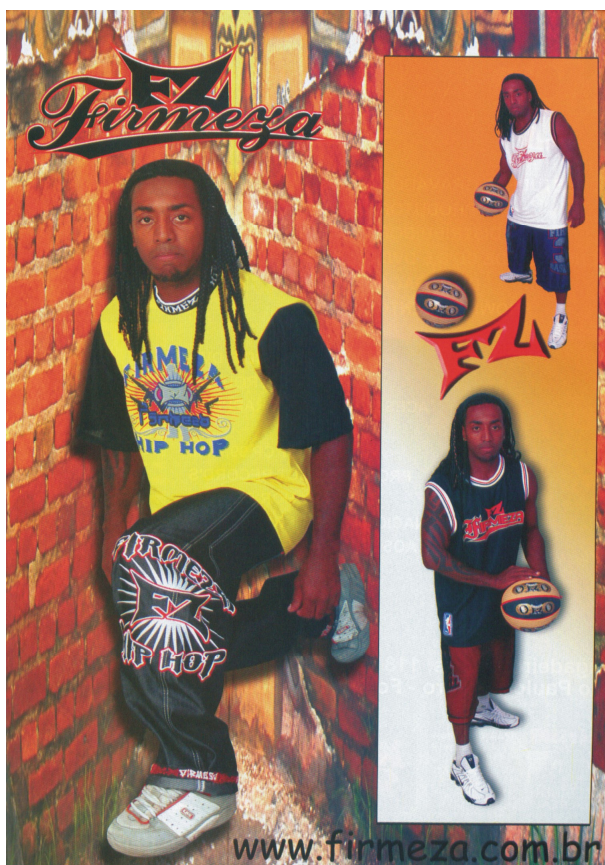


Figura 4 - Firmeza e Figura 5 – Doravante

Revista Rap.Br. (2007), Número 02

Alguns anúncios estampados nas revistas analisadas fazem uso do imaginário urbano, das ruas, dos guetos, como pano de fundo para os ensaios de moda. Utilizando artifícios como: muros, calçadas, tijolos, trilhos, rodas, grafismos, predomínio das cores preto e cinza, ajudam a remeter para formação desse cenário (Figura 6). Outro ponto ainda:

A rua, como expressão da cidade, é o lugar privilegiado para o encontro dos desiguais e dos diferentes. A diferença é própria da cidade, como observou Aristóteles, em "Política", "uma cidade é construída por diferentes tipos de homens; pessoas iguais não podem fazê-la existir (GUIMARÃES, 2009, p.2).

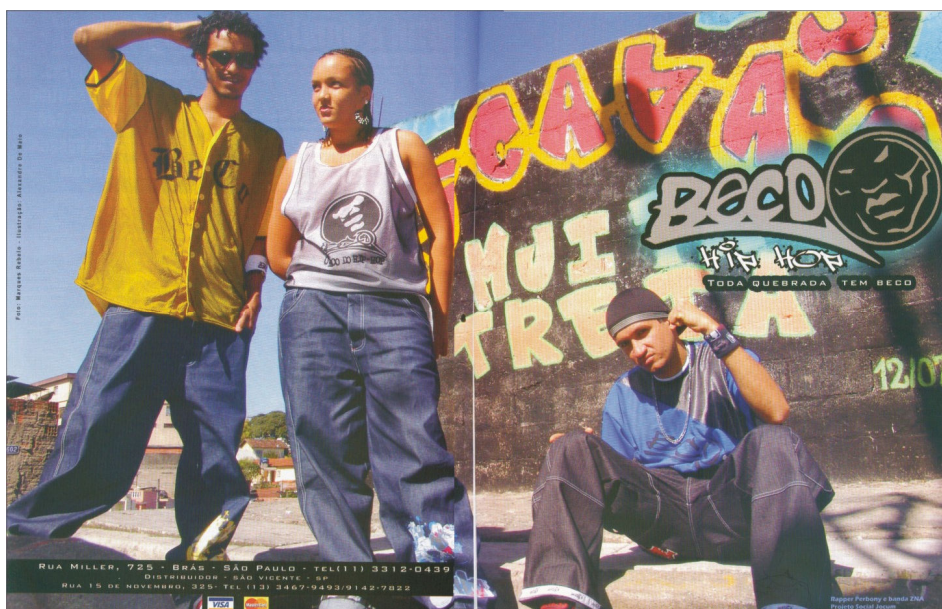


Figura 6 – Beco Hip Hop

Revista Rap Brasil (2006), Número 31

Além desses elementos, que compõe a narrativa, observou-se também a postura dos modelos nos ensaios. Não basta apenas vestir a roupa, o corpo exerce função importante nesse processo de comunicação do estilo, que vai além da moda, nesse caso de uma indumentária específica. São feitas "caras e bocas", braços, mãos e pernas posicionados, nos dois primeiros, ora cruzados, fazendo movimentos ou trejeitos

característicos, o segundo, encostadas na parede, em muros, ou como se estivesse realizando algum passo de *break*.

Tais posturas passam uma imagem endurecida, geralmente não sorriem, esboçam “cara de mau”, um ar de distanciamento, fatores que soam como uma barreira, estando através destas atitudes de igual pra igual com os “outros”. Grande parte dos modelos utilizados nos anúncios são negros, tendo em vista os primórdios do Hip Hop e a questão do preconceito compreende-se tal recurso.

O movimento conta com diversas grifes e marcas especializadas – *Conduta, Firmeza, Doravante, Pixaim, Cresposim, Periferia* entre outras – na produção e comercialização da moda Hip Hop, que utiliza como mídia: revistas, sites e os próprios membros, que ao usar as peças contribuem para a divulgação da marca, principalmente os *rappers*.

Os membros do Hip Hop apropriam-se de roupas e acessórios, atualmente confeccionadas por grifes e marcas criadas dentro do próprio movimento, para compor uma indumentária específica, que denominamos aqui de moda Hip Hop. Sem tais instrumentos, muitos militantes passariam despercebidos, já que não identificamos recursos “fixos” que caracterizem os adeptos, além das vestimentas. Diferente do movimento *Funk*, onde os simpatizantes do estilo, neste caso homens, fazem do cabelo um acessório para além do baile, conforme aponta Mizrahi: “Apesar de o cabelo não ser um adorno que é colocado especificamente para a festa, para o baile *funk*, ele é carregado pelos “*funkeiros*” para fora dele” (2007, p.252).

No caso do *Funk* os rapazes costumam usar os cabelos descoloridos (normalmente com pó descolorante e água oxigenada), com desenhos: tribais ou logo de marcas famosas, os estilos podem ser combinados ou realizados separadamente. Já no Hip Hop os cabelos são geralmente usados curtos, cortes com máquina, quase raspados, que não representa necessariamente uma tendência do movimento, alguns usam mais compridos com tranças rasteiras, porém quase sempre as cabeças estão encobertas por um boné, um item quase inseparável, podendo variar entre toucas, lenços e bandanas.

Outra questão apreendida foi a presença quase nula de campanhas ou marcas de moda Hip Hop para o público feminino. Os anúncios (marcas e grifes de roupas e acessórios) são destinados aos homens, com produtos masculinos como bonés, camisetas, bermudas e calças. Apesar de duas, das três capas das revistas analisadas, trazerem mulheres, cantoras famosas de rap ou música *black*, ainda assim a presença masculina predomina. Apenas em uma das revistas uma matéria sobre uma grife, a Cresposim, com foco em blusinhas e camisetas, usou em sua maioria imagens de mulheres vestindo as peças, embora não seja uma marca exclusivamente feminina. O mesmo fato foi constatado na loja visitada especializada em moda Hip Hop, em Cuiabá.

Comparando o *Funk* e o Hip Hop novamente, de acordo com Mizrahi, no primeiro a uma preocupação das mulheres em usar roupas que aderem ao corpo, que contornem a silhueta, ao contrario dos homens, que preferem roupas largas. Os homens no Hip Hop se assemelham aos *funkeiros*, já as mulheres se diferem. Tal diferenciação entre estilos nos movimentos pode ser atribuída ao fato de que o tipo de dança praticada exige em um, movimentos semelhantes entre homens e mulheres, neste caso o *break*, por isso a necessidade de uma roupa não tão justa, confortável:

A roupa das moças é justa de modo a realçar o tipo de corpo feminino valorizado e simultaneamente de modo a se opor à indumentária masculina. Ela deve ser aderente de maneira a realçar um corpo curvilíneo e sinuoso que realiza movimentos igualmente sinuosos, e se constituir por contraste ao gosto masculino. Os rapazes, como vimos, são adeptos de trajes amplos, distantes do corpo. A roupa masculina deve ser confortável, porém larga, para se opor à estética feminina e preencher o contorno de corpos finos e angulosos que, ao dançar, realizam movimentos retos e vigorosos. A elasticidade, ao tornar confortável a roupa justa, atende às exigências do corpo feminino em dança, ao mesmo tempo em que se sintoniza como uma noção de pessoa feminina que se constitui predominantemente por oposição ao masculino (2007, p.242).

Outra diferença é que as mulheres do Hip Hop tendem a investir, em alguns casos, em um visual mais “elaborado”, com peças em dourado ou prata, o que nos remete as cantoras norte-americanas do estilo Hip Hop e *black music*.

Tendo em vista esse processo de construção de uma cadeia de moda, criada pelo movimento, com base nas peças iniciais usadas pelos precursores do Hip Hop, uma alternativa para que os adeptos não precisem recorrer a grandes marcas e grifes, geralmente caras, para obter o melhor desse estilo, foi criar um mercado próprio. Porém apesar de driblar alguns obstáculos, basicamente o sistema continua o mesmo, o que justifica seria o retorno voltado para a “comunidade”, o que antes não acontecia:

No século XX a moda se consolidou como veículo transmissão de ideias e ideais, propondo transformações e agindo na sociedade como os outros produtos da cultura, não apenas forma de distinção, mas também se transformando em um veículo estético para as experiências sobre o gosto e, conforme aponta Elizabeth Wilson (1989), como um meio político de expressão de revoltas e reformas sociais, que terão na rua seu lugar privilegiado (GUIMARÃES, 2009, p.3).

Para observar na prática o que está estampado nas revistas, foi realizada uma entrevista com um DJ membro do movimento e uma visita *in loco* a uma loja em Cuiabá – MT de roupas, acessórios e artigos de Hip Hop. De acordo com o entrevistado, o crescimento de marcas específicas se deu pela falta de opções e de um mercado destinado a esse público, tanto que no começo, o mesmo relata, era necessário “improvisar” para se obter o estilo.

ROUPAS E ACESSÓRIOS, UMA TRAMA DE SIGNIFICADOS

Dentro desse contexto de moda como significação, que contribui na formação cultural de identificação e reconhecimento, e mais, de comunicação, faz-se uma leitura da indumentária do movimento Hip Hop dentro de uma perspectiva da cultura semiótica proposta por Clifford Geertz. Para o autor, a cultura precisa ser vista como um conjunto de símbolos, que remete significados e, conseqüentemente, transmitem mensagens. Geertz (1973) coloca a cultura como sistemas entrelaçados de signos interpretáveis – símbolos.

A partir dessa visão, a moda Hip Hop passa a ser vista como aparato fundamental na representação do movimento, tornando-se também um dos seus elementos. Para Pitombo (2007), a moda na sociedade contemporânea assumiu uma função simbólica. Através de roupas e acessórios, os indivíduos produzem novos sentidos a sua existência.

Ainda de acordo com Geertz e completando o raciocínio de Pitombo: "As pessoas usam de objetos para significar-se (símbolos significantes) desde palavras, objetos e gestos, às vezes espontaneamente, às vezes deliberadamente, criando assim uma construção de fatos (...) o homem apóia-se em fontes simbólicas" (1973, p.33).

Considerando a moda como uma estrutura: indumentária, adornos e acessórios, e o próprio ato de vestir, tornam-se práticas significantes, modos de gerar significados, responsáveis por produzir e reproduzir idéias e valores dentro da sociedade. Esses itens formam um texto, que comunica e legitima, tanto para dentro quanto para fora do grupo. Tal fator não é característico apenas do movimento aqui estudado, a moda também é utilizada por outros grupos com a mesma função, pois essa é uma característica da moda num todo. Através dela é possível identificar e distinguir os diversos movimentos e grupos, bem como suas idéias e valores, sobre isso:

Indumentária e moda, como comunicação são fenômenos culturais no momento em que a própria cultura pode ser entendida como um sistema de significados, como as formas pelos quais as crenças, os valores, as idéias e as experiências de uma sociedade são comunicadas por meio de práticas, artefatos e instituições. (BARNARD, 2003. p. 64).

Essa apropriação da moda, de uma indumentária específica como forma de identificação e que de certa maneira também reforça a diferenciação, pode ser reiterada nos discursos utilizados pelas marcas de moda Hip Hop:

A roupa é um elemento simbólico fundamental na definição das nossas identidades, não só de classe, mas também de grupos. A moda representa ainda manifestações de padrões, limites, estabelecendo projeções típicas de comportamento para todas as categorias de indivíduos, fixando um conjunto de significações e valores. A Conduta Hip Hop Wear é mais

do que isso, expressa além de um comportamento, um sentimento. É uma relação mais íntima, que traduz nosso comportamento com a Cultura Hip Hop. Desde 1993 a Conduta vem enchendo de estilo, criatividade, alegria, as pessoas que usam esse modo de ser. Por isso, hoje, já é a maior marca de roupas do segmento no Brasil, vestindo nossa gente. Conduta, mais do que estilo, Conduta é Compromisso! (Texto retirado da página principal – site - da marca CONDUTA HIP HOP WEAR, 2007)

A moda, sobretudo na contemporaneidade, tem sido utilizada com mais intensidade para demarcar espaços sócio-culturais que podem ser traduzidos como movimentos, tribos ou grupos. Através dos artifícios visuais: roupas, acessórios e adornos, se distingue ou se identifica, criando um espaço próprio, uma espécie de lugar comum:

Firmeza é uma marca que vem investindo no movimento Hip Hop. "Criando um vínculo com você que se identifica com nossos panos". Produtos que estão sempre se modificando para que você truta. Sinta-se cada vez mais acelerado e fazer a correria no Hip Hop. Firmeza é Firmeza Total, Hip Hop Wear. (Texto retirado da página principal – site - da marca FIRMEZA, 2007)

O movimento Hip Hop entre outros grupos, possibilitam através de suas ações e ideologia outra forma de se inserir na sociedade, de um estilo de vida, que implica entre outras coisas, a criação de uma moda - principal elemento que diferencia e situa os diversos grupos que habitam o cenário contemporâneo. Sobre isso Mendonça diz:

A opção pelo consumo de uma determinada música, roupa, ou outros bens simbólicos é capaz de situar o grupo dentro da sociedade através de suas formas de comportamento, de vestir e de experimentar o mundo (...) Compartilhar das mesmas referências simbólicas e de consumo – músicas, roupas e outros elementos é ainda uma clara demonstração de demarcação de território (2003).

Para Mendonça, o Hip Hop ainda pode ser visto como uma tribo^{vi} na medida em que produz um estilo de vida a partir de experiências e histórias incomuns, propondo que a moda pontua essa relação, como uma forma de inserção:

Se acreditarmos que o Hip Hop é uma cultura, que suas manifestações geram um estilo de vida e ainda uma demarcação territorial, somos impelidos a acreditar que seus rituais no cotidiano das grandes cidades são uma manifestação tribal, uma forma de celebrar o estar junto através de uma experiência coletiva. Acreditamos que dentro desta celebração ritualística está localizada a importância da moda. Em um grupo que se reúne através de manifestações simbólicas tais quais a música e dança, a moda seria a corporificação destas manifestações, a maneira pela qual os membros da cultura Hip Hop mostram, através de seus corpos, seu lugar de inserção no mundo. (2003)

A moda, desde os seus primórdios, caracterizou-se como elemento importante na definição da identificação e do pertencimento, produz significados e legitima diferenças. Através do estudo da moda é possível buscar uma compreensão e uma leitura para os diversos grupos, tribos e movimentos que coexistem na sociedade. Para Caldas:

Pertencer a um grupo, no caso o Hip Hop, significa compartilhar a identidade deste grupo. Não basta apenas comportar-se como tal. É preciso que se vista da mesma forma, numa espécie de consagração do estilo. (*apud in* MENDONÇA, 2003).

Por meio da indumentária, as tribos e movimentos constituem uma posição dentro da ordem social, através desses artifícios eles desafiam os outros grupos e expressam a sua ideologia (BARNARD, 2003).

Para Pitombo (2007), a importância que a roupa assume no mundo contemporâneo, se deve a capacidade atribuída a ela de representar e indicar uma forma de estar no mundo, um elemento de expressão, representando além de movimentos, grupos e tribos específicos, mas toda uma sociedade e até uma época.

Mais que vestir, a roupa não vale por si só, seja pela funcionalidade ou qualidade da confecção e material, mas sim pelo valor simbólico atribuído a mesma, pela imagem que vai produzir. Sempre ao lado da mercadoria, consome-se um bem cultural, um sistema de hábitos e valores conotativos de uma sociedade e de seu sistema ideológico (PITOMBO, 2007).

Em relação ao que expressa à ideologia do movimento Hip Hop, a respeito da indignação contra o capitalismo, nesse caso, o consumismo que a moda em partes provocaria, fica balanceado na medida em que, não só pela moda, mas por outros meios, o Hip Hop caiu nas graças do mercado. Conhecido por ser um mecanismo de resistência dos marginalizados, através da sua expansão se vê em meios a adesão de não militantes a moda característica do movimento e também o interesse pela música entre outras manifestações produzidas pelo mesmo. Além disso, muitos têm procurado aderir à moda Hip Hop através das lojas pertencentes a membros do próprio movimento, um fluxo que não tem como conter.

Dessa forma, a apropriação da moda Hip Hop por aqueles que não compartilham da ideologia, é considerado algo inevitável, vendo esse fenômeno a partir da lente de um mundo globalizado, com fronteiras porosas, onde manifestações, tribos e movimentos estão sujeitos a apropriação e a hibridação (CANCLINI, 1997), tanto da postura, conduta, sobretudo do estilo e indumentária.

Para confrontar essa e outras questões relacionadas à moda específica para o movimento foi realizada uma entrevista com um DJ adepto do Hip Hop. Sobre apropriação da moda pelos não-membros, o entrevistado expõe a seguinte visão:

"Existem pessoas que às vezes não tem tanto conhecimento sobre essa parte ideológica, sobre o que é verdadeiramente o Hip Hop mais se identificaram às vezes como o nosso modo de vestir, se identificaram como o nosso de falar, com os nossos acessórios e passam a vestir dessa forma, a falar dessa forma, eu não vejo isso de uma forma totalmente negativa, porque a partir do momento que a pessoa se identifica, que ela curte a andar e vestir daquela forma ela vai buscar se aprofundar um pouco mais e saber o que é o Hip Hop em si".

Em relação à atribuição do crescimento da moda Hip Hop de certa forma incentivada pelos próprios mecanismos de difusão do movimento e sendo julgada como uma possível mercantilização, o entrevistado justifica a expansão a fatores econômicos/profissionais e da necessidade de composição do estilo característico:

"Os próprios jovens que difundiram essa vestimenta, esse jeito ou esse estilo, começaram a ver que existia um mercado, que existia um mercado, que existia realmente um público querendo consumir aquilo, às vezes aqui em Cuiabá agente no início improvisava muito (...) então agente procurava mandar fazer as roupas porque não achava normalmente nas lojas, nas ruas pra comprar, então é natural que esses mesmos jovens possam fabricar as roupas, colocar nas lojas, nas ruas para que as pessoas venham a consumir esse estilo".

Um fator que contribui para a compreensão do fenômeno, que coloca em interesse a moda produzida na rua, nos guetos, que é o caso aqui, diz respeito a três pontos de transformação na história da moda e que teria culminado no que pode ser acompanhado na atualidade:

1) As subculturas jovens e os movimentos da rua, com poder de influenciar a moda institucional, 2) A elite social produtora de novas modas, muda o perfil dessa elite, que passa a ser indicada com artistas e novos-ricos, que se dão em espetáculos e páginas de revistas (...), 3) O próprio indivíduo transformou-se em vetor, à medida que passou a ter maior liberdade para apropriar-se da moda e personalizá-la. (CALDAS, 2004, p.59).

Essa colocação vem ao encontro do que é proposto por Mendonça (2003). O crescimento do estilo conhecido como *"urban wear, street wear"*, tido como da periferia, urbano, que é o caso da moda Hip Hop, por pessoas de outras classes sociais e segmentos, teve seu início a partir da década de 60 e 70, quando houve um processo de abandono e desprendimento dos grandes *maisons* e da alta costura em favor de uma moda mais aberta, baseada na experiência do próprio sujeito. Foi a deixa para uma moda baseada na rua, no apelo dos movimentos marginais dos jovens, do esporte e de outras referências da vida cotidiana.

O HIP HOP E A MODA: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Não só para o Hip Hop, mas assim como para outros movimentos e grupos, a moda se configura como um veículo de comunicação, transmitindo ideias e conceitos, reforçando as ações dos mesmos. Conforme aponta Geertz (1973), a cultura é uma teia de significados, nessa perspectiva, a moda pode ser vista como um dos elementos dessa teia, produzindo e reproduzindo sentidos, ou seja, comunicando.

Verificou-se que para os membros, mais que participar do movimento e compartilhar dos mesmos ideais, é importante que haja também uma identificação visual e que ao mesmo tempo os diferencie dos demais, sendo a moda capaz de tal: *"A roupa é um elemento simbólico fundamental na definição das nossas identidades, não só de classe, mas também de grupos"*, conforme coloca a marca Conduta Hip Hop Wear.

Camisetas que lembram jogadores de basquete, calças largas, tênis, bonés, boinas e correntes são elementos que fazem parte da indumentária e constituem a moda Hip Hop e, para os adeptos, é uma maneira de serem identificados como tal. Pitombo atribui esse fato, devido à moda dar conta de uma estruturação simbólica própria de uma determinada cultura. Usa-se o corpo como uma autoimagem, significa que no ato de vestir estamos contando uma história, contada através do corpo, que media o físico e o social (*apud in MENDONÇA, 2003*).

Nos três exemplares analisados da Revista Rap Br. o que se vê é um mix de campanhas de marcas e grifes especializadas em atender essa fatia do mercado. Ao todo são mais de 10 marcas que estampam as publicações, propondo o melhor do estilo Hip Hop Wear.

Para o entrevistado, *"Hip Hop não é moda"*, mas concorda com a expansão da moda Hip Hop e não vê o fato como algo negativo, pois a maioria das grifes são de membros do próprio movimento. Quanto aos não membros do Hip Hop que aderem apenas à indumentária, o mesmo acredita ser uma forma de expansão, que pode vir a despertar algum interesse em saber mais sobre os ideais e ações.

Também para o entrevistado e nos discursos veiculados pelas grifes, procura-se reiterar esse mercado, da moda Hip Hop, como uma questão social e política para além da moda, neste caso do consumo, uma visão comum da mesma. Fabricar e comercializar

roupas e acessórios dentro do próprio movimento seria uma forma de negação e não sujeição a um sistema excludente, um meio para superar e ressaltar a força da periferia, legitimando tanto quem produz, quanto quem usa, conforme se posiciona a grife 1DASUL, do poeta Férrez, entre outras.

Quanto ao consumo, intrínseco ao sistema da moda, o entrevistado mostra uma visão coerente e afirma que é importante o Hip Hop contar com uma indumentária e estilo característico, como forma de demarcação, em contrapartida, acredita que é preciso ponderação, principalmente quando o discurso é dirigido para a periferia.

Independente do segmento, os movimentos e tribos utilizam da moda para demarcar os seus espaços sócio-culturais. Através dos artifícios visuais, eles se distinguem ou identificam, criando o próprio espaço, um lugar comum.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Andrade, Elaine Nunes. (1999). *Rap e Educação Rap é Educação*. São Paulo: Summus.

Barnard, Malcolm. (2003). *Moda e Comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco.

Caldas, Dário. (2004). *Observatório de Sinais*. Rio de Janeiro: Editora do Senac.

Canclini, Nestor Garcia. (1997). *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp.

Geertz, Clifford. (1973). *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC.

Guimarães, Maria Eduarda Araujo. (2009). *A Moda E A Rua: A Expressão das Identidades Mediadas pelo Consumo*. ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura - Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19380.pdf>. Acesso em 23. jul. 2010.

Kalil, Samara. (2007). *Construindo uma metodologia para análise de imagens de moda fundamentada na semiologia*. Intercom – VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul – Passo Fundo – RS. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0531-1.pdf>. Acesso em 23. jul. 2010.

Mendonça, Carla Maria Camargos. (2003). "Moda, Estilo de vida e Videoclipe: Aspectos da Cultura Hip Hop". Intercom, Belo Horizonte. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br>. Acesso em: 19. jan. 2007.

Mizrahi, Mylene. (2007). *Indumentária Funk: A Confrontação da Alteridade Colocando em Diálogo o Local e o Cosmopolita*. In: Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28: 231-262. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a10v1328.pdf>. Acesso em 23. jul. 2010.

Pitombo, Renata (2007). "A moda enquanto manifestação simbólica". *Grupo Comunicação e Cultura Contemporânea*. UFBA. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/sentido/moda.html>. Acesso em: 21. mar. 2007.

Simmel, Georg (2008). *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto & Grafia.

1DASUL. Disponível em: <http://www.1dasul.com.br/site/>. Acesso em: 28. Jul. 2010.

Evolução ou Moda na Vestimenta da Cultura Hip-Hop. <http://www.spiner.com.br/modules.php?name=News&file=article&sid=1044>. Acesso em: 28. Jul. 2010.

Conduta. Disponível em: <http://www.conduta.com.br/>. Acesso em: 19. jan. 2007.

Firmeza. Disponível em: <http://www.firmeza.com.br/>. Acesso em: 19. jan. 2007.

Revista Rap Brasil.(2006). Número 31, São Paulo: Escala.

Revista Rap.Br. (2007). Número 01, São Paulo: Escala.

Revista Rap.Br. (2007). Número 02, São Paulo: Escala.

NOTAS

ⁱ Diante dessa visão e frente ao crescimento do Hip Hop no país, nasce o desejo e a inquietação de tentar compreender as relações que se instauram a partir das ações e

postura que o movimento estabelece. Foi assim que surgiu o projeto de pesquisa **Cartografia de Expressões Estético-Políticas em Mato Grosso – O Caso do Hip Hop (2005)**, realizado na Universidade Federal de Mato Grosso sob a coordenação da Profª Drª Lucia Helena Vendrusculo Possari. O projeto resultou em trabalhos a níveis de iniciação científica, graduação e pós-graduação.

ⁱⁱ A luta por direitos iguais entre brancos e negros nos Estados Unidos é um caso antigo, datado desde 1861, quando se deu início à Guerra de Secessão, uma guerra civil que deixou um grande saldo de mortos. Historicamente a disputa por igualdade, questionada pelo povo negro, se agravou logo após a guerra onde foram adotadas na região Sul dos EUA políticas segregacionistas que diferenciavam e desprivilegiavam negros de brancos.

ⁱⁱⁱ De acordo com Simmel o significado da moda reside nesse ponto, independente de grupo, movimento. Para o autor a moda seria: forma de vida, marca das distinções de classe, jogo de imitação de uma classe por outra, meio da inserção em grupos.

^{iv} A partir do final da década de 60 começa a surgir no *Bronx* - bairro com fama de violento, localizado na periferia de Nova York, as "*block parties*". "*Block Parties*" são festas de rua que pretendiam reunir a vizinhança, uma maneira de divertir aqueles que não tinham acesso a outros meios de lazer e diminuir a violência praticada pelas gangues.

^v Alguns colocam o Basquete de Rua como sendo também um dos elementos do Hip Hop, porém os cinco listados são os tradicionalmente mencionados.

^{vi} Essa noção de tribo vem do conceito proposto por Michel Maffesoli, que relata e retoma esse fenômeno do agrupamento apontando-o como um dos fenômenos do que ele considera pós-modernidade. As tribos nessa concepção do autor são pautadas na vivência do presente, na valorização do estar junto, na identificação. Ver o livro "O tempo das tribos" de Michel Maffesoli.

Data de recebimento: 20/11/2009

Data de aprovação: 18/08/2010