

## MODA HIP-HOP: DO GUETO À PASSARELA

### HIP-HOP FASHION: FROM THE GHETTO TO THE CATWALKS

Camila da Silva Marques<sup>1</sup>

#### Resumo

É sobre as relações entre moda e música, mais especificamente, sobre moda e música hip-hop, que se debruçam as reflexões a que o artigo pretende realizar, buscando como principal objetivo o entendimento do percurso que levou o vestuário característico de uma cultura urbana periférica a se tornar uma das "tendências da vez". Assim, realiza-se uma pesquisa bibliográfica, documental e empírica, buscando o entendimento desta moda que caminha das periferias para as grandes passarelas, sem deixar de problematizar como essa cooptação repercute no movimento hip-hop.

**Palavras-chave:** moda hip-hop; periferia; tendência.

#### Abstract

It's about the relationship between fashion and music, more specifically, about fashion and hip-hop music that focus the reflections that the article intends to accomplish, seeking as main objective the understanding of the path that led the clothing characteristic of an urban subculture to become one of the "trends of time." Thus, we make a bibliographic, documental and empirical research seeking understanding of this fashionable hiking the peripheries for large walkways, while contextualizing the impact of this in hip-hop movement.

**Key words:** hip-hop fashion; periphery; trend.

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestra em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (20013). Pesquisadora de Moda, Música, Audiovisual, Culturas urbanas e Identidades. Especialista em Comunicação e Projetos de Mídia pelo Centro Universitário Franciscano (2009). Graduada em Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria (2008). Experiência na área de Comunicação e Moda, com ênfase em Comunicação e Cultura, Moda e Comunicação, Produção de moda e Figurino. Atuação em projetos de Moda e Empreendedorismo, Audiovisual e Mercado Fonográfico. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7581141843974703>.

## 1. Os ciclos da moda

Apesar de as relações entre moda e música acabarem aparecendo quase sempre nas reflexões teóricas sobre a moda, percebemos que são raras aquelas que se debruçam exclusivamente sobre essas interações. No Brasil, poderíamos recorrer a Corrêa (1989), que discorre sobre as relações entre o mercado musical - que, segundo ele, é um produto cultural - e a moda - concebida como uma decorrência similar a esse mercado.

O mesmo acontece com o *punk*, segundo Rodrigues (2012). Não é raro vermos, por exemplo, publicações afirmando que a estilista, tida como a mãe do estilo *punk* Vivianne Westwood e o dono de loja de roupas Malcolm McLaren, também empresário da maior banda *punk* do mundo - o Sex Pistols - é que foram os responsáveis pela disseminação para a grande massa dessa moda. Não deixa de ser verdade que ambos cuidaram estrategicamente do visual dos membros do Sex Pistols, e que, a partir daí, a identificação visual com cada integrante passou a aumentar o lucro das lojas e marcas que vendiam, agora em grande escala, a imagem rebelde do movimento. Porém, o perigo de vermos somente esse lado da relação é acabarmos esquecendo que, antes de o estilo *punk* se massificar e entrar para o circuito da moda, inclusive em coleções de grandes estilistas como Jean-Paul Gaultier e Zandra Rhodes, ele foi, segundo Rodrigues (2012) um movimento urbano, originalmente periférico e contracultural, que acabou sim entrando no circuito *fashion* pela ganância econômica pós-moderna, mas que não pode, de maneira nenhuma, fazer com que esqueçamos ou desconheçamos o seu real potencial opositivo.

Romero (2012) faz o mesmo percurso investigativo a respeito das transformações que a moda associada a determinado estilo musical proporcionaram na sociedade, como Corrêa (1989) faz com o *rock*, e como Rodrigues (2012) faz com o *punk*, porém, seu foco é na moda *hip-hop*. Segundo a autora, a moda surgida nos guetos urbanos americanos mudou radicalmente a forma desses sujeitos consumirem e se mostrarem ao mundo, assim como alterou a forma como a indústria *fashion*

passou a tratar essas tendências. Romero (2012) conta que, antes de o *rap* americano passar a ser comercializado, a moda girava em torno da população branca, e que é apenas a partir dele que a indústria da moda passou a reconhecer o poder dos afro-americanos e dos latinos como consumidores/produtores de tendências de moda.

Essa concepção nos esclarece em muito então a necessidade de compreensão de que os movimentos subculturais e contraculturais que citamos anteriormente - como o *rock*, o *punk* e o *hip-hop* - funcionaram como uma maneira alternativa encontrada pela juventude de se opor às modas dominantes da época, criando, assim, movimentos com músicas, roupas e ideias diferentes e revolucionárias, causando uma mudança nas relações entre estrutura social e estilos, modas e comportamentos dominantes provenientes dos meios de comunicação de massa. É sobre esses movimentos que buscaremos um maior esclarecimento na sequência.

Cabe salientarmos que percebemos então que algumas das pesquisas que trabalham com a questão do consumo de moda e da formação das identidades carregam uma visão segundo a qual as classes populares e as subculturas consomem peças de vestuário simplesmente como forma de atender a necessidades básicas de pudor e proteção. Essa era uma visão comum aos estudos sobre moda no século passado, a exemplo de George Simmel e sua teoria conhecida como *trickle down* (ou, de cima para baixo), cunhada em 1904. O autor afirmava então que a moda era um exercício feito única e exclusivamente por pessoas das classes altas, realizando um percurso que iniciava nestas e se destinava às classes mais baixas, onde a segunda tendia à imitar à primeira. Barnard (2003) é um dos autores que passam a contestar a visão teorizada por Simmel (2008), afirmando que esta não serve mais para saciar as questões teóricas a respeito da moda na atualidade. Assim, Barnard afirma que "ao invés de haver um centro em que a moda é produzida - a elite social - há muitos centros, cada qual produzindo seus diferentes modismos" (BARNARD, 2003, p. 186).

Outro autor que reflete sobre moda e contracultura é Downing (2001), que

concebe a roupa como uma mídia radical alternativa e fornece uma visão pertinente para nossa pesquisa, pois sua concepção vem ao encontro de nossas reflexões, justamente por o autor entender que essas diversas formas de mídia radical alternativa – entre elas, o vestuário – são formas legítimas de expressão das culturas populares e de oposição (2001), e complementa:

Geralmente, o modo de trajar de uma pessoa comunica a sua riqueza, seu status oficial, seu sexo, sua inclinação sexual, de que lado do campo de batalha ele está, às vezes seu gosto pelo estilo de vanguarda - mas o vestuário pode ser também contra-hegemônico (DOWNING, 2001, p. 177).

Através dessa concepção, o vestuário funciona como uma mídia alternativa, de oposição e/ou resistência, como os trajes maias utilizados na Guatemala durante a repressão militar, as colchas confeccionadas durante a escravidão nos Estados Unidos, os bottons ou broches de lapela contendo mensagens, inclusive de cunho político, e o estilo de vestir e usar penteados dos afro-americanos, como explica:

Para os jovens negros, desde a década de 1960 até o final do século, o estilo de cabelo com frequência portava uma mensagem, variando de dreadlocks a cabeças raspadas, dos penteados afro volumosos a desenhos e símbolos recortados no couro-cabeludo (como a letra X, em homenagem a Malcolm X) (DOWNING, 2001, p. 177).

Outro exemplo desse novo ciclo a que a moda é exposta é tratado por Polhemus (1994) que, ao realizar uma pesquisa sobre o *street style*, nos possibilita concluirmos que o que acaba ocorrendo a partir do século XX é uma apropriação da indústria *fashion* pelas modas e estilos que surgem das ruas (*street* = rua; *style*= estilo), através de bricolagens<sup>2</sup> feitas pelos próprios usuários. É um novo movimento, chamado *bubble up*, que supera a concepção de George Simmel (2008) e a teoria do

---

<sup>2</sup> Bricolagens são construções que se utilizam de restos, sobras, quinquilharias e miudezas, realizando assim uma construção nova através de uma recombinação de elementos já utilizados.

*trickel down* cunhada pelo mesmo. Esse modelo “de baixo para cima” acaba transformando os fluxos que a moda realiza, possibilitando aos indivíduos de classes inferiores serem sujeitos atuantes e autênticos no fazerem sua própria moda e lançarem suas próprias tendências, mesmo que a intenção inicial seja exatamente o oposto: ser uma antimoda ou uma moda marginal, que se opõe ao convencional.

Entendemos que essas modas marginais e movimentos antimoda, baseados em subculturas e tribos de estilo, surgiram principalmente do inconformismo da juventude com a situação política e social do pós-guerra, que acabou sendo manifestado nos valores, comportamentos, gostos e também na aparência do vestuário utilizado por essa juventude. Viu-se, a partir daí, a eclosão de um novo tipo de mobilização e contestação sociais, nascendo e crescendo alimentada por fatores estéticos e artísticos autênticos e transgressores, tendo como base negociações políticas. Esses exemplos reforçam o caráter original, contestatório e revolucionário dessas modas marginais ou antimodas, que acabaram virando tendência e sendo comercializadas e massificadas posteriormente pelo *fashion business*.

Acreditamos, então, que para que se realize uma reflexão teórica a respeito do consumo da moda e do vestuário na contemporaneidade, se faça necessária a ampliação da discussão, englobando também o caráter identitário, representativo, (e, quem diria!) resistente e emancipatório dos sistemas de moda, passando também por uma análise do seu consumo pelas classes populares e pelos sujeitos de periferia. Nesse sentido, tomamos como recorte - no sentido de exemplificar empiricamente essas relações - a moda *hip-hop* e seu circuito que caminha das periferias para as grandes passarelas mundiais. É sobre esta manifestação modal então que lançamos nosso olhar na sequência, com o intuito de entendermos melhor os fluxos e caminhos que ocorrem entre moda *hip-hop*, periferia e o mundo das tendências.

## **2. Moda hip-hop**

Toma-se como ponto de partida para as reflexões aqui pretendidas a cultura

urbana do *hip-hop*, atuando como uma forma social e cultural possível de se resolver conflitos e de colocar seus participantes como sujeitos de direitos no mundo. Assim, caracterizamos – por meio dos conceitos de Alain Touraine (2009) – o *hip-hop* como um movimento social, pois, segundo o autor, os novos movimentos sociais são

as ações coletivas conduzidas na defesa dos direitos culturais, isto é, conduzidas por categorias culturais: pelas mulheres, pelas minorias sexuais, pelos trabalhadores imigrados, pelas minorias nacionais e religiosas, enfim, pelos portadores de alguma 'deficiência' (TOURAINÉ, 2009, p. 182).

Desde seu surgimento, no final da década de 1960<sup>3</sup>, nos Estados Unidos, o *hip-hop*, que vem originalmente da música negra americana, funcionava como símbolo de consciência negra e vinha carregado de uma aura conflitiva social muito forte, com características revolucionárias. Dayrell (2001) exprime que “a matriz do *rap* e do *funk* reporta à tradição musical africana, reelaborada na diáspora” (p. 39), e localiza sua origem no *soul*, “uma feliz junção do *rhythm and blues*” (p.39). Herschmann (1998) complementa e entende que o *hip-hop* surgiu como uma “identidade alternativa para os jovens das comunidades negras e latinas” (1998, p. 75). Segundo o autor, “tais identidades alternativas ‘locais’, elaboradas por esses jovens, tinham como referencial o ‘cotidiano das ruas’ – linguagem, ‘rituais’, vestuário – dos grupos e das gangues de bairro” (1998, p. 75). No Brasil, a difusão do *hip-hop* data da década de 1970, surgindo, segundo Dayrell (2001), “nos chamados ‘bailes *black*’ nas periferias dos grandes centros urbanos” (p.127),

---

<sup>3</sup> A referência da década de 1960 como início do *hip-hop* se apoia em Vianna (1998), que diz que “[ Foi no ] (...) final dos anos 60 quando um disc-jockey chamado Kool Herc trouxe da Jamaica para o Bronx a técnica dos famosos “sound-systems” de Kingston, organizando festas nas praças. Herc não se limitava a tocar os discos, mas usava o aparelho de mixagem para criar novas músicas. Alguns jovens admiradores de Kool Herc aprofundaram a técnica do mestre. O mais talentoso deles foi Grandmaster Flash, que criou o “scratch”, ou seja, a utilização da agulha do toca-discos arranhando o vinil no sentido anti-horário. Além disso Flash entregava um microfone para que os dançarinos pudessem improvisar discursos acompanhando o ritmo da música, uma espécie de “repente eletrônico”, que ficou conhecido como RAP. Os “repentistas” são chamados de rappers ou MCs, isto é, masters of ceremony. O rap e o scratch não são elementos isolados. Quando eles aparecem nas festas de rua do Bronx, também estão surgindo a dança break, o graffiti nos muros e trens do metrô nova-iorquino. Todas essas manifestações culturais passaram a ser chamadas por um único nome: *hip-hop*. O rap é a música *hip-hop*, o break é a dança *hip-hop* e assim por diante” (VIANNA, 1998).

embalados por músicas que vinham da corrente *black music* americana, aglutinando jovens da periferia em uma "alternativa de lazer até então inexistente" (2001, p. 127).

Os primeiros processos de aproximação entre a cultura *hip-hop* e seu vestuário característico se deram, no presente artigo, através da pesquisa bibliográfica - escassa, vale ressaltar - e da pesquisa documental. Assim, os poucos livros que nos esclarecem sobre essas relações se unem a *sites* e *blogs* que versam sobre moda e sobre a cultura *hip-hop*, além de fotos, fóruns e notícias que aglutinam esses dois elementos em um só. Neste momento, então, apresentaremos algumas das primeiras impressões e dados das relações entre a cultura *hip-hop* e o vestuário, iniciando uma reflexão a respeito das relações entre os sujeitos adeptos dessa cultura e suas práticas de consumo e do entendimento da apropriação dessa moda pelo mercado *fashion*.

Iniciamos com o auxílio de Bergamo (2007), que reflete sobre a questão da atitude no ato de se escolher as peças de roupas que se irá consumir. Segundo o autor, essa "atitude" refere-se à expressão de uma postura que se admite "perante a sociedade, ou, em outros termos, uma postura de coragem perante uma contingente posição social, capaz de suplantar a ordem social e sobre ela impor-se" (BERGAMO, 2007 p. 138). O autor exemplifica essa atitude com a cultura *hip-hop* e os grupos de *rap* que têm surgido com cada vez mais força, sendo compreendidos como:

[...] uma crítica social que se completa no uso particular de um tipo de roupa, e, independente de qual seja o caráter da crítica, ela precisa necessariamente expressar, ou ser expressiva de, uma postura de coragem perante a sociedade, configurando uma postura pessoal diante de uma ordem social que deve ser recusada. (BERGAMO, 2007, p. 139).

Para o autor, o vestuário então funciona como um outro elemento que auxilia na expressão da ideologia da cultura *hip-hop*. Romero (2012) complementa e afirma

que a moda *hip-hop* acaba despertando o mesmo tipo de relação contra-hegemônica também através da moda, onde o vestuário composto de calças largas, camisetas XG e bonés de aba reta dizem muito sobre quem são os sujeitos que se utilizam desse vestuário, e fazem parte da sua colocação como sujeitos no mundo. Stevenson (2012) reafirma essa ideia, e diz que “não foi só a linguagem que fez parte do estabelecimento da cultura *hip-hop*, mas também um código de vestuário dotado de padrões que significavam pertencimento ao grupo” (STEVENSON, 201, p. 244). O movimento *hip-hop* conseguiu assim construir sua identidade visual por meio de modelagens, cores, texturas e peças que emergiram dos subúrbios negros e latinos de Nova Iorque, disseminando-os para o mundo inteiro. Mas, afinal, que elementos são esses que compõem um típico vestuário *hip-hop* e como estes se tornaram formas de identificação dos sujeitos pertencentes ao movimento?

Segundo Tracy Wilson, redatora do site americano How Stuff Works o *look hip-hop* é composto por vários elementos, como, por exemplo:

[...] calças e jaquetas de couro preto, chapéus Fedora (figura 1) pretos ou chapéus Kangol (figura 2), grandes correntes e, claro, tênis Adidas. [...] O conjunto era muitas vezes completado por um boné de beisebol [...] e por um par de tênis de marca (a Adidas perdeu terreno para a Nike). Chapéus (e às vezes outras peças de roupa) eram usados ao contrário. Uniformes de basquete eram usados sobre camisetas, com jeans tão largos que formavam uma espécie de poça de tecido que só ficava presa ao corpo por estar segura ao topo das botas Timberland (figura 3) ou Lugz (WILSON, Tracy, s/a, p. 1).



Figura 1 – Tupac Shakur com chapéu Fedora.  
Fonte: <<http://www.tumblr.com/tagged/2pac%20shakur>>.



Figura 2 – Run DMC e chapéu Kangol.  
Fonte: <<http://www.rundMC.com/>>.



Figura 3 – Tupac Shakur e botas Timberland.  
Fonte: <<http://www.rollingstone.com/music/news/report-tupac>>.

A autora ressalta que esse estilo – o de usar as calças com a cintura tão baixa que chega ao ponto de mostrar a roupa de baixo de seus usuários – se originou na prisão, “onde não é permitido o uso de cintos por conta de seu potencial como arma” (WILSON, Tracy, s/a, p. 1). Outra influência da prisão seria o uso dos lenços na cabeça, usados por baixo de bonés e chapéus. Nos Estados Unidos, havia uma influência forte do vestuário dos “*gangstas*”, sujeitos que viviam nas periferias, como o Bronx ou o Brookling. Esses jovens usavam roupas baratas, como agasalhos esportivos e tênis, por serem, além de mais acessíveis, roupas confortáveis para dançar o *break* e facilitar o movimento durante a dança, deixando também os movimentos maiores, potencializando, assim, seu efeito visual. O mesmo ocorria com os grafiteiros que, além do conforto e da facilidade para moverem-se, necessitavam de proteção, já que, geralmente, faziam seus grafites à noite – daí as calças, moletons estilo canguru e os bonés. Outra influência vem dos *skatistas*, que adotavam o estilo de roupas largas e confortáveis para facilitar os movimentos do esporte. Cabe ressaltar que esta era uma maneira de se vestir extremamente impactante para a época, e se limitava exclusivamente a sujeitos que viviam nas periferias e nos guetos urbanos. Assim como os *punks*, os sujeitos do *hip-hop* reinventavam um estilo que se opunha ao dominante na época e não renegava suas raízes pobres e contestadoras.

Se pensarmos próximos à teoria do *bubble up* e dos movimentos anti-moda, tratados por nós anteriormente, fica claro o entendimento do caminho rua-passarela-mídia-rua que esse vestuário que nasce em uma cultura urbana e periférica para posteriormente ser apropriada e reapropriada por estilistas e pela grande mídia, até se espalhar de forma massiva, acaba percorrendo. Percebe-se então que esse vestir diferente e opositor surge dos guetos urbanos para, posteriormente, se disseminar para as outras camadas da população, com a fabricação de determinadas peças em grande escala e com o auxílio da divulgação da mídia de massa.

O que acontece a partir daí é que a moda *hip-hop* acaba sendo cooptada pelo mercado *fashion* e virando uma tendência com o passar dos anos, principalmente pela disseminação do estilo *street wear* nos anos 1990. Bergamo (2007) esclarece:

O *street wear* só recebeu essa denominação quando as grandes confecções decidiram competir com as pequenas por essa fatia de mercado. Num primeiro momento, apenas confecções desconhecidas do público produziam roupas para *rappers* e *skatistas*. O crescimento do movimento, tanto na música quanto no consumo de um tipo específico de roupa, foi traduzido pelas grandes confecções e por muitos consultores moda como "tendência". (BERGAMO, 2007, p. 139).

O que ocorre aqui é um legítimo exemplo da moda não mais escorrendo de cima para baixo, como diria Simmel (2008), mas sim, um movimento de baixo para cima, com a apropriação de uma maneira urbana e contestatória de se vestir pela indústria da moda. Bergamo (2007) traz uma afirmação feita pela consultora de estilo brasileira Gloria Kalil para refletir sobre essa relação, que diz que:

[...] a pirâmide da moda sofreu uma inversão: deixou de se inspirar na classe alta e difundir seu estilo às demais para inspirar-se nas classes baixas urbanas e difundir seu estilo para aquelas que estão acima. (BERGAMO, 2007, p. 139).

Alguns exemplos dessa transformação do vestuário *hip-hop* em tendência puderam ser observadas por nós durante uma pesquisa documental, realizada no

ano de 2012<sup>4</sup>, com o intuito de nos aproximarmos dessa cultura além do que a ainda escassa bibliografia sobre a mesma nos ofereceu<sup>5</sup>. Pudemos perceber que, não mais restrito aos guetos e periferias urbanas, o estilo *hip-hop* ganha popularidade, desde os anos 1990, através de artistas como Run DMC, Public Enemy e Wu-Tang Clan, primeiro grupo a produzir sua própria linha de roupas, ajudando assim a reforçar a imagem já consolidada pelo movimento (STEVENSON, 2012). Fica evidente então que a mídia têm seu papel não como simples influenciadora de um estilo, mas como divulgadora deste, principalmente para o público brasileiro - que bebe da fonte norte americana do movimento hip-hop. Foi através de canais como a MTV Brasil e de revistas como a *Rap* Brasil que os adeptos do movimento *hip-hop* em nosso país puderam não apenas ouvir a mensagem disseminada pelos *raps*, mas também ver como esses, que mais do que artistas, são porta vozes de uma cultura dos excluídos, se comportavam, esteticamente falando. Porém, como afirma Bergamo (2012), "ao ascender aos meios legítimos de informação e divulgação, essa tendência passou a adquirir um status que antes não lhe era atribuído" (BERGAMO, 2012, p. 140), e é assim que observamos haver uma apropriação de sujeitos de classes mais altas por elementos utilizados originalmente por adeptos dessa cultura periférica. Alguns exemplos esclarecedores puderam ser notados durante nossa pesquisa documental.

Um exemplo do *hip-hop* como tendência de moda no período analisado pôde ser visto na matéria *O hip hop e a moda*, do site modaspot.abil.com.br, da Rede Abril. Na matéria em questão, de agosto de 2012, o estilo *hip-hop* de se vestir aparece como sendo a "tendência da vez" no mundo *fashion*, ressaltando que os *top cropped*

---

<sup>4</sup> Esse artigo é um recorte de nossa Dissertação de Mestrado intitulada "É Rap, É Roupas! Moda Hip-Hop: Iguais E Diferentes", defendida em dezembro de 2013 pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria, com orientação da Prf<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rosane Rosa. Como nossa pesquisa documental ocorreu em 2012, é esse o período escolhido para a seleção das matérias que tratam sobre moda hip-hop na grande mídia no presente artigo.

<sup>5</sup> A moda hip-hop, apesar de já fazer parte do mercado fashion há algum tempo, ainda não possui no Brasil nenhuma pesquisa publicada onde exista a reflexão sobre essa relação entre a moda autêntica das periferias e a cooptação da indústria da moda. Uma das únicas pesquisas encontradas que tratam sobre moda e hip-hop é a de Maria Camargos Mendonça, defendida em 2003 no Mestrado em Comunicação Social da PUC/MG, porém, a autora concentra sua análise na esfera da produção, analisando a moda disseminada nos referidos vídeos, bem como em entrevistas desses artistas concedidas a terceiros, o que faz de nossa pesquisa - que analisa de forma empírica essas relações - uma possível contribuição para estudos futuros.

e as jaquetas *college*, em alta na moda na atualidade, são referências ao estilo *hip-hop* original de se vestir. Além desses elementos, a matéria enumera outros tantos itens que originam da cultura *hip-hop* e compõem hoje a *wish list* de qualquer *fashionista* atenta nas tendências mundiais: a overdose de *jeans*, coletes, jaquetas, bonés de aba reta e os famosos *sneakers* de salto (figura 4), grande febre calçadista no ano de 2012. Para dar legitimidade ao estilo *hip-hop* como tendência, a matéria traz artistas do *mainstream* do estilo como forma de ilustrar o texto, como os cantores Chris Brown e Rihanna, além de citar o estilista brasileiro Alexandre Herchcovitch como pioneiro, ao usar para a capa da revista Elle Brasil de julho de 2011 um boné de aba reta na modelo Carol Trentini (figura 5).



Figura 4 - Figura 10 – Sneakers de salto.  
Fonte: <[www.dosedemoda.com.br/sneakers-de-salto/](http://www.dosedemoda.com.br/sneakers-de-salto/)>.



Figura 5 – Modelo Carol Trentini de boné aba reta na capa da Revista Elle Brasil.  
Fonte: Elle Brasil, julho 2011.

Outro exemplo pôde ser percebido na matéria publicada na Revista Elle Brasil de setembro de 2012, intitulada *Hype hip-hop*. Sem muito texto, a matéria se concentra nas fotos misturando elementos chaves da vestimenta *hip-hop*, como bonés, bandanas, correntes grandes e *sneakers* com peças mais sofisticadas e glamourosas (figuras 6, 7 e 8). Um bom exemplo da cultura do *hip-hop* sendo apropriado pelo mercado de luxo da moda, dando a entender que agora alguns desses elementos, que antes se restringiam à adornar sujeitos das periferias, podem ser consumidos por uma parcela mais elitizada da população, como os consumidores de informação editorial de moda - se enquadrando nesse nicho os leitores da revista Elle Brasil. Percebemos assim uma aproximação forte da questão da moda *hip-hop* com a imitação do estilo periférico pelas classes mais altas e por pessoas de outros estilos.



Figura 6 - Editorial hype hip-hop da Revista Elle Brasil.  
Fonte: Revista Elle Brasil, de setembro de 2012.



Figura 7 - Editorial hype hip-hop da Revista Elle Brasil.  
Fonte: Revista Elle Brasil, de setembro de 2012.

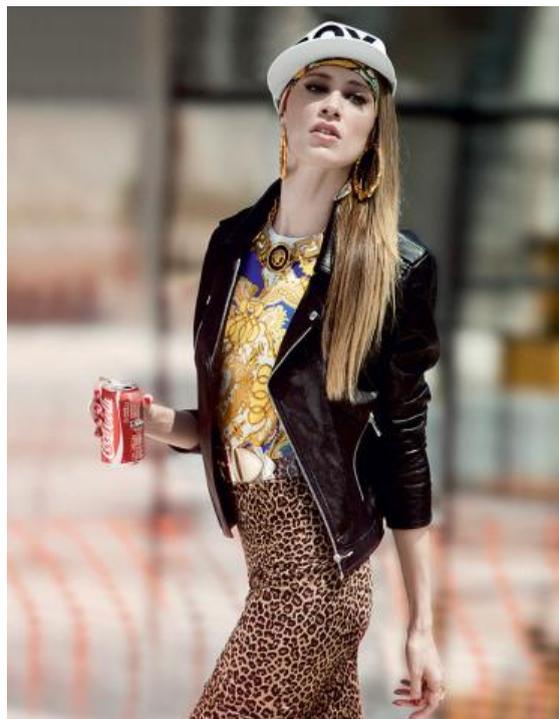


Figura 8 - Editorial hype hip-hop da Revista Elle Brasil.  
Fonte: Revista Elle Brasil, de setembro de 2012.

Outra matéria que nos chamou atenção foi *Os 4 mandamentos da moda hip-hop*, publicada pelo site [espaofashion.net.br](http://espaofashion.net.br) em fevereiro de 2013. A matéria traz a *Dj* - loira e de classe alta - Nicole Nandes, residente da festa LUV, em Botafogo, no Rio de Janeiro dando dicas de como se vestir para ir para a "balada" no estilo *hip-hop*. Nicole enumera quatro elementos, que, se segundo ela, são indispensáveis na vestimenta da cultura *hip-hop*: os *sneakers*, os bonés *snap back* (aba reta), as regatas com maxi cavas e as caveiras.

Sobre os *sneakers*, ela diz: "É quase impossível uma menina que é do *hip-hop* e frequenta uma festa *black* não gostar de tênis. A maioria ama, é viciada e coleciona! Na Luv e na cultura de rua, quem manda são os tênis" (NANDES, 2013, p.1). Já sobre o uso das caveiras, Nicole dispara: "Seja nos acessórios, nas tatuagens ou nas camisetas, as caveiras, que antes eram vistas quase como uma identidade do povo do *rock*, invadiram a cultura de rua. As meninas do *hip-hop* adoram! Está em todas as pistas" (NANDES, 2013, p.1). Sobre o boné *snap back*, ela esclarece:

Também conhecido como boné de aba reta, ele sempre foi usado pelos MCs de *rap* e jogadores de basquete. Depois de um tempo fora de moda, voltou com tudo, também na cabeça das mulheres. Entre as adolescentes então, já é febre. Acho que o culpados são os MCs da nova geração. Hoje em dia, a maioria deles, quando soltam uma *mixtape*, também lançam boné e camiseta com seus nomes ou da sua *crew*<sup>6</sup> (NANDES, 2013, p.1).

E sobre as regatas de maxi-cava, a DJ afirma: “Uma das maiores tendências, sem dúvida nenhuma, é a camiseta regata. Quanto maior, cortada pra deixar aparecer o sutiã, top de renda e ficar sexy, melhor!” (NANDES, 2013, p.1).

O mais interessante da matéria em questão foram as postagens dos leitores da mesma, a maioria adeptos da cultura *hip-hop* que renegavam de maneira convicta a forma como a matéria fora estruturada. A maior queixa dos leitores foi o fato de a matéria abordar elementos da cultura negra sem trazer modelos representantes negros nas imagens. Um exemplo pode ser notado nas falas de Gessica Justino, que diz: “Olá, Espaço Fashion. Sou cliente e mulher preta. A pergunta que gostaria de ter resposta: por que falam de uma manifestação *black* sem nenhum preto como modelo? Pesquiso manifestações populares e penso que isso é mais uma das formas de exploração da cultura, no caso, a cultura preta. Não dá pra falar do que temos sem estarmos. EXCLUSÃO CONVENCIONAL É O NOME DISSO. Enfim, olho pra essa coleção e não me vejo. Aguardo resposta.” Esse é apenas um exemplo dos vários que acabaram surgindo a respeito da forma como a matéria falava de uma cultura urbana e periférica sem trazer elementos e sujeitos que referem-se realmente a esta cultura.

Na ânsia de entendermos melhor essa relação entre hip-hop e moda, realizamos uma entrevista semiestruturada com dois sujeitos pertencentes ao movimento<sup>7</sup>: V.E (professor de *break*) e C.CT (grafiteiro). V.E. nos conta que

---

<sup>6</sup> *Crews* são geralmente os grupos de grafiteiros e pichadores que possuem uma marca registrada na hora de assinar seus trabalhos, as chamadas *tags*. Cada *crew* possui a sua *tag*, que é geralmente formada por 3, 4 ou 5 letras.

<sup>7</sup> A escolha desses dois entrevistados se deu pela representatividade que ambos possuem na cena hip-hop de Santa Maria – RS, cidade onde a etnografia realizada em nossa Dissertação foi realizada.

percebe uma mudança muito grande no cenário das cidades desde seu ingresso na cultura *hip-hop* (nos anos 90), e que hoje, com a internet e a entrada mais forte do *hip-hop* na mídia de massa, um número maior de pessoas passa a conhecer e, conseqüentemente a se identificar com o estilo. Para ele, isso traz conseqüências positivas e negativas, pois, ao mesmo tempo em que alguns jovens acabam se envolvendo ideologicamente com o movimento através dessa primeira identificação, seja com a música ou com a própria maneira de se vestir, há também aqueles que se mantêm apenas na esfera do lazer, ou seja, gostam das músicas, se vestem da mesma forma, mas não possuem nenhum vínculo com as ideias e valores do movimento. Segundo ele, os integrantes do movimento chamam, pejorativamente, essas pessoas que aderem esteticamente, mas não politicamente ao movimento, de *hip-hoppers*. Já C. CT nos conta que é agora, com a entrada massiva do *hip-hop* nas grandes mídias, que o mesmo acabou virando tendência – não apenas nas revistas e passarelas, mas também nas ruas – para além das periferias. Segundo ele, muitas pessoas de classes mais altas e residentes dos centros urbanos e de bairros nobres têm se apropriado desse que é um estilo originalmente periférico.

É como falei, é muito comum, porque o *hip-hop* ele tá na moda, isso é fato sabe? É triste, mas é fato. Como eu disse, o cara escuta sertanejo e anda de aba reta. Sei lá, é gosto, mas eu acho que se tu vai se vestir como um sujeito do movimento mas tu não vai estudar, pô, tem um problema aí, ou tu tá sendo induzido, ou tu não tem personalidade, e tu tem que saber porque tu tá fazendo isso, sabe? Tu simplesmente vai lá, tu tem dinheiro pra comprar, compra e deu, sai do que jeito que tu quer? Não luta pelas ideias que ele compõe? Existe muita futilidade nisso aí, nessa questão que é um problema realmente, né? (C. TC, grafiteiro).

Percebemos que esses sujeitos agem de maneira crítica contra aqueles queos “copiam”, e como conseqüência, segundo eles, essa transformação da vestimenta *hip-hop* em simples “tendência da vez” acaba esvaziando o real sentido opositivo e resistente do movimento.

### 3. Considerações finais

Através dessa pesquisa ficou claro entendermos que, sim, a grande mídia e a indústria da moda (incluindo a indústria informativa) passa a se apropriar das culturas urbanas e periféricas de maneira a inseri-las no circuito mercadológico. Porém, percebe-se que há uma resistência por parte dos sujeitos adeptos dessas culturas - e, nesse caso em específico, do movimento *hip-hop* - na aceitação da apropriação daquilo que é seu (como a vestimenta *hip-hop*) por grupos e classes que as utilizarão por um simples fator estético, sem perceber que a ideologia do movimento também é carregada através do vestuário, ocasionando, por vezes, em um esvaziamento de seu real sentido.

Essa foi a maior constatação realizada na presente pesquisa: o entendimento de que a moda *hip-hop* possui dois lados: assim como o *punk*, por exemplo, a moda *hip-hop* funcionou, em sua origem, como uma forma de oposição e resistência por parte de seus usuários. Porém, a apropriação da indústria da moda por essa que é uma forma de se vestir genuína dos guetos urbanos acaba transformando esse vestuário em tendência, o que acaba massificando o estilo para diversos outros grupos e classes sociais. Percebe-se então uma certa imitação e apropriação para com essa moda, ao mesmo tempo em que os sujeitos pertencentes ao movimento *hip-hop* recebem essa tendência de forma negativa. Segundo eles, isso acaba esvaziando o real sentido do movimento e de sua forma de se vestir. É uma relação complexa e paradoxal que exige um prosseguimento de pesquisa, contudo, entendemos que esse artigo possa ser um passo inicial para o entendimento das relações entre o mundo da moda e as culturas urbanas e periféricas.

## Referências

BARNARD, Malcolm. *Moda e Comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BERGAMO, Alexandre. *A experiência do status: roupa e moda na trama social*. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

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

DAYRELL, Juarez. *A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude em Belo Horizonte*. 2001. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

HERSCHMANN, Michael. (Org.). *Abalando os anos 90: funk e hip hop, globalização, violência e estilo cultural*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

NANDES, Nicole. Os 4 mandamentos da moda hip-hop. In: *Site Espaço Fashion*. Fev. 2013. Disponível em: <http://www.espacofashion.net.br/site/os-4-mandamentos-da-moda-black>. Acesso em: 23 de março de 2013.

POLHEMUS, Ted. *Streetstyle: from the sidewalk to the catwalk*. London: Thamesand Hudson, 1994.

RODRIGUES, Daniel. *Anarquia na Passarela*. Porto Alegre: Dublinense, 2012.

ROMERO, Elena. *Free Stylin': How Hip Hop Changed the Fashion Industry*. Connecticut: Praeger, 2012.

SIMMEL, George. *Filosofia da moda e outros escritos*. Tradução: Artur Morão. Lisboa: Texto e Grafia, 2008.

STEVENSON, Nj. *Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

TOURAINÉ, Alain. *Iguais e Diferentes: Poderemos viver juntos?* Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

VIANNA, Hermano. *O Mundo Funk Carioca*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1998.

WILSON, Tracy. Site: *How Stuff Works*. Disponível em: <<http://www.hsw.uol.com.br/>>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2013.

#### **Sites:**

*HYPE hip-hop*. In: *Revista Elle Brasil*. Set. 2012. Disponível em: <http://elle.abril.com.br/materia/estampa-de-oncinha-e-dourado-encontram-tenis-e-bones-em-looks-prontos-para-ganhar-as-ruas/galeria-maior?id=508057091e1369205e000075&pw=2>. Acesso em: 24 de abril de 2013.

*O hip hop e a moda*. In: *Site Moda Spot*. Ag. 2012. Disponível em: <http://modaspot.abril.com.br/colunistas/un-fashion/o-hip-hop-e-a-moda>. Acesso em: 12 de abril de 2013.

Recebido em 20/02/2014

Aceito em 20/08/2014