

ALL STAR: MODA MÍDIA E CONSUMO

Beatriz Gomes Ribeiro ¹
Maria Claudia Bonadio ²

¹ Estudante do Curso de Design de Moda: Habilitação em Estilismo; Bolsista do Senac
Felicity.parker@bol.com.br

² Professora do Centro Universitário Senac
Maria.cbonadio@sp.senac.br

RESUMO

Para alguns, quanto mais velho, melhor ele fica. Cada um tem seu próprio jeito de usar um All Star, o tênis que foi desenvolvido inicialmente para vestir os pés de jogadores de basquete americano, também foi o tênis oficial das tropas americanas na 2ª Guerra Mundial e está presente no dia a dia de várias gerações tendo se transformado desde os anos 1960, em ícone de um look despojado e autêntico. O All Star torna-se cada vez mais peça indispensável para caracterização de um estilo de vida. O cinema o exibe em diversos filmes e a música o usa como caracterização de sua identidade.

Palavras-chave: Converse All Star, moda, consumo e juventude.

ABSTRACT

For some, the older the better is gets. Each one has its own way of using an All Star, tennis which was initially develop to suit the feet of basketball players in America, was also the official tennis American troops in World War 2 and is present in the daily lives of several generations has been transformed since the 1960s, an icon of a stripped and look authentic. The All Star becomes increasingly indispensable tool characterization of a lifestyle. The film displays it in several movies and music to use as characterization of their identity.

Keywords: Converse All Star, fashion and youth consumption.

1. Introdução

Após a Segunda Guerra Mundial, diversas mudanças ocorreram no cotidiano das pessoas, houve um aumento na taxa de natalidade após a volta dos soldados da guerra, o chamado “baby boom” e as mulheres após começarem a trabalhar e assumirem o comando da casa e do sustento da família nesse mesmo período, já não queria ser somente do lar o que causou diversas separações e desestruturação do núcleo familiar. Na década de 50, os jovens começaram a ter poder aquisitivo maior começando a trabalhar e não tendo que ajudar em casa, isso significou dinheiro livre para gastar com moda, música, tudo que tivesse relação com caracterização de estilo.

De acordo com Linda L. Davidoff no livro Introdução da Psicologia, ela classifica o começo da adolescência como um período propício ao estereótipo turbulento e rebelde, nas suas palavras “De alguma forma, os jovens precisam integrar muitas auto-imagens – de estudantes, amigos, líderes, seguidores, trabalhadores, homens ou mulheres – em uma única imagem e escolher uma carreira e um estilo de vida, plenas de significados para eles” (Davidoff, Linda L. 312:2001). E o consumo é a forma mais visual de extrair essa imagem ao olhar do outro.

O trabalho dos antropólogos Douglas e Ishewood (2004) torna-se relevante nesta questão, quando diz que a mercadoria é uma forma de demarcar as fronteiras das relações sociais e a necessidade de compartilhar os nomes dos bens com os demais que o cercam através da valorização da marca.

O mercado visando esse movimento começou a investir fortemente em produtos voltados para os jovens e assim cresce o uso de bens simbólicos para representação de um estilo de vida e criação de um status.

É um fato que os jovens após a década de 50 adotaram o traje jeans e camiseta em algum momento de sua vida, seja para lazer, como identificação de grupo ou para o trabalho, mas quase não conseguimos identificar o que eles usavam nos pés para completar esse look, uma possibilidade são os artigos esportivos como o tênis Converse All Star.

A Nike ao assumir a empresa Converse em 2003, passou por um problema de identidade em alguns países, pois o produto superava a marca, poucos principalmente no Brasil associavam o tênis All Star à empresa Converse, muitos até acreditam que All

Star seria uma empresa e não um produto, e assim tirando os holofotes dos demais produtos oferecidos pela empresa.

Um grande trabalho de marketing foi iniciado em vários países para a reafirmação da marcas, campanhas para unir o produto a sua empresa, no Brasil foram desenvolvidas diversas campanhas com slogans como “É impossível copiar a sua marca. Só Converse é All Star” assim desassociando qualquer outra marca ao produto e conscientizando seus usuários para o não uso de falsos modelos.

2. Objetivo da pesquisa

O objetivo da pesquisa foi estudar o tênis Converse All Star e as transformações dos significados associados a essa peça de vestuário.

O sapato acompanha o homem desde o início da civilização. Na pré historia a pele de animais protegia os pés do frio e das asperezas do solo, longas tiras de couro que passavam por furos feitos na pele animal mantinham no ajustado ao tornozelo.

Desenvolvido na virada do século XX o tênis esportivo surgiu para pratica do esporte tênis, o calçado tinha sola de borracha e parte superior de lona, posteriormente se incorporou ao “street wear” com outros materiais como couro natural e tecidos sintéticos.

Nascido no estado de Massachussetts, Estados Unidos, em 1917 para calçar os pés de jogadores profissionais de basquete, o Converse All Star agregou-se a outros mercados e durante a Segunda Guerra Mundial foi o tênis oficial do exército americano e na década de 50 começou a fazer parte do guarda roupa do dia a dia dos jovens, principalmente após ser usado por celebridades do cinema como James Dean. Com o passar dos anos se tornou parte integrante do look de diversas culturas jovens urbanas. A Converse os vende em mais de 20 mil lojas em 144 países ao redor do mundo. A enorme popularidade do modelo faz com que 65% dos americanos tenham pelo menos um par de All Star¹.

¹ Informações copiladas do material cedido em 31/03/2009 pelo marketing Brasil da Empresa Converse All Star pelo site www.converse.com.br através de e-mail fale conosco e pelo site Mundo

O interessante da história do Converse All Star é que normalmente produtos de moda tendência a ser efêmero e sempre exigem novidades, já no caso do modelo All Star, suas matérias prima principais permanecem sendo a lona e a borracha e por mais que o existam novos modelos, os modelos mais tradicionais como o de lona preta, sola branca e risca vermelha continua sendo o mais observado nas ruas e no cinema.

O cinema é parte importante para a engrenagem que movimenta o mundo da moda e influência o vestir das pessoas e com o passar dos anos, o Converse All Star passou a ser referência para denominar um figurino jovem, inicialmente esportista e depois mais associado com a idéia de rebeldia e juventude.

Nesta pesquisa observei como os filmes hollywoodianos se utilizam dessa peça em seus figurinos para compor personagens e situações associados à rebeldia, ao deslocamento à transgressão, e, sobretudo à juventude.

3. Metodologia

A metodologia utilizada foi a leitura de diversos livros para a o entendimento do universo jovem, da moda e do consumo principalmente nos autores: Colin Campbell(2007), Grant McCracken(2003), Eric Hobsbawn(2005) e Diana Crane (2006). Também foi feito contato pela internet com o departamento de marketing no Brasil da empresa Converse através do “fale conosco” para obter informações sobre a marca. Através desse contato consegui alguns releases e textos sobre a história da marca, e também algumas campanhas publicitárias.

Também foram realizadas buscas sobre a marca em sites, blogs e rede de sociais. Com a mídia cada vez mais intensa no dia a dia dos jovens a determinação do que vestir, calçar ou agir vem dos seus ídolos heróicos da musica, cinema etc e por isso pesquisei também em seriados e propagandas que divulgavam o produto em questão. Diversos filmes e seriados de TV foram assistidos com vistas a analisar como o produto era utilizado na caracterização dos personagens.

das Marcas - <http://mundodasmarcas.blogspot.com/2007/05/all-star-stay-true.html> . Acessado em [15/06/2009](#) as 15h40.

Não existe um gênero específico de filme onde o tênis é utilizado e sim personagens similares.

4. Resultados e discussões

Normalmente quando olhamos um look quase sempre o calçado passa despercebido, ou é tão rapidamente assimilado que não damos tanta atenção ao seu papel na composição da indumentária.

Estudando o Converse All Star pude reparar sua importância como um elemento de caracterização dos jovens e seu uso como composição de figurinos e na mídia cria significados sobre o calçado, que provavelmente colaboram para a identificação do consumidor jovem e consequente ampliação de seu consumo. O produto além de ter fácil acesso – por estar presente em diversas lojas multi-marcas e pontos de venda exclusivos, e preço acessível de R\$ 75,00 reais (preço esse determinado pela Nike pois antes os modelos saíam em média de R\$ 35,00 reais), ganha ainda mais status quando é visto sendo usado por um idolo ou personagem que os jovens se identificam.

Durante a pesquisa de campo, uma vez no cinema ouvi uma criança falar para a mãe - com um tom de voz de espanto e ao mesmo tempo contemplação - que o personagem Harry Potter usava All Star.¹ O herói da criança tem algo que ela tem ou pode consumir assim esse relato segue um pouco da ideia dita por Featherstone na frase abaixo:

“Os heróis da cultura de consumo transformam o *estilo* num projeto de vida e manifestam sua individualidade e senso de *estilo* na especificidade do conjunto de bens, roupas, práticas, experiências, aparências e disposições corporais destinados a compor um *estilo* de vida” (Featherstone, Mike 123:1995).

Na história do cinema existem diversos exemplos do uso do produto para caracterização do personagem, mas pela pesquisa conseguir indentificar alguns principais casos:

1º O jogador de basquete – o tênis foi criado para as quadras de basquete e não surpreende que sua primeira aparição no cinema tenha ocorrido em 1960 no filme de estreia da atriz Jane Fonda, *Tall Story* (1960) que tem como temática o jovem e o

basquete. Outro filme em que o tênis aparece nas quadras é “Diário de um adolescente” (1995).

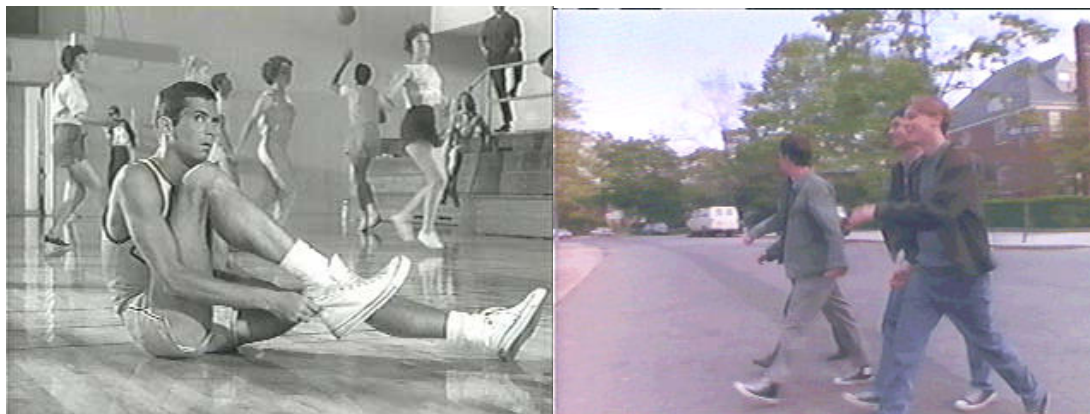


Imagem 01 – Filme “Tall Story” (1964)

Imagem 02 – Filme “Diário de um adolescente” (1995)

2º O rebelde – James Dean é considerado como uma personificação da rebeldia e angústia próprias da juventude e quando ele apareceu usando o tênis Converse All Star em uma foto na década de 50, este, bem como a jaqueta de couro e a calça jeans e camiseta passaram a ser ícones do comportamento rebelde. Associado com a ideia de que James Dean provavelmente foi uma das primeiras celebridades cinematográficas a usar o All Star o cinema vem caracterizando diversos personagens jovens com o tênis associando a ideia de rebeldia.

Existem diversos exemplos de personagens jovens com algum desequilíbrio familiar (como por exemplo, a perda de um dos parentes) que se revolta contra as pessoas ao redor em algum momento da narrativa cinematográfica, como em: Harry Potter (“Harry Potter e a Ordem da Fenix”(2007) personagem Harry Potter interpretado pelo ator Daniel Radcliffe e a personagem Luna Lovegood interpretada pela atriz Evanna Lynch e também no filme “Harry Potter e o Príncipe Mestiço”(2008) novamente sendo usado pelo mesmo personagens), The Batman (versão 2008, Personagem Batgirl/Barbara Gordon), o personagem Matthew vivido por Thomas Guiry, no filme “Lassie”(1994), Isabella Swan (Kristen Stewart) em Crepúsculo (2008), Troy (Zac Efron) nos três filmes de High School Music (2006 a 2008), Doutor House (Hugh Laurie) no seriado de mesmo nome, entre outros. Maria Antonieta (2007) – mas aqui ele não é figurino, e sim um objeto de cena fora de época.

O mais interessante do uso do Converse All Star como caracterização do jovem rebelde ou desajustado é que, normalmente os personagens são os protagonistas do “bem” das várias tramas citadas. Durante minhas pesquisas não encontrei nenhum vilão que tenha usado o produto em seu figurino. Dentro dessa categoria ainda conseguimos extrair subdivisão:

Desestrutura familiar – Alguma ausência por morte ou abandono de pai ou mãe, levando o personagem a desacreditar na sociedade.



Imagem 03 Meu Primeiro Amor parte II (1994) - Personagem Vanda interpretada por Anna Chlumsky, que perde a mãe e não se enquadra muito com as meninas, melhorando com a ajuda de um novo amigo.

Imagem 04 Lassie (1994) – Personagem Matthew vivido por Thomas Guiry – também perde a mãe e se revoltado com a nova casa, escola e madrasta, melhorando com a ajuda de uma nova amizade uma cachorra que dá nome ao filme.



Imagem 05 “Harry Potter e a Ordem da Fenix” (2007) personagem Harry Potter interpretado pelo ator Daniel Radcliffe e a personagem Luna Lovegood interpretada pela atriz Evanna Lynch

Filmes da Disney – Normalmente protagonistas revoltados ou deslocados no ambiente em que vivem.

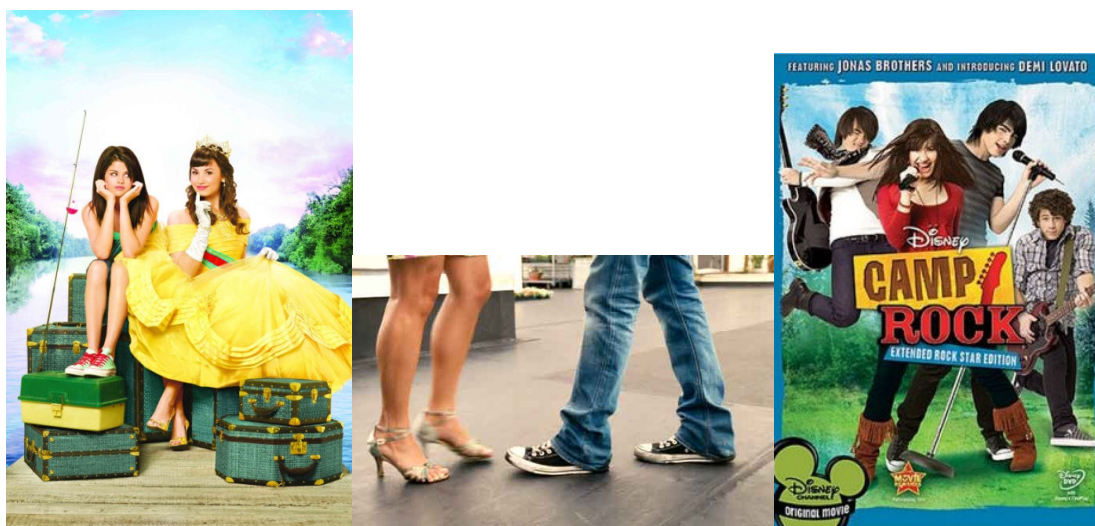


Imagem 06 Programa de Proteção a princesas (2008) – a esquerda da foto, personagem Carter interpretado por Selena Gomez perdeu a mãe muito cedo e não gosta de ter que dividir a atenção do pai com a nova moradora em sua casa a princesa Roselinda (interpretada por Demi Lovato) e também não se enquadra muito no colegio.

Imagem 07 High School Musical 3 (2009) – personagem Troy interpretado por Zac Efron ele é o garoto descolado e capitão do time de basquete da escola mas que se revolta pois não quer o futuro escolhido pelos seus pais.

Imagem 08 Camp Rock (2008) – personagem Shane, interpretado por Joe Jonas, que no alge da fama de sua banda, após diversos ataques de “estrelismo” é mandado obrigatoriamente para o acampamento do tio para tentar controlar seu lado rebelde.

Filmes de dança

Existes outros exemplos não tão fortes como personagens de filmes de dança, normalmente Hip Hop como o Andie (Briana Evigan) no Step up 2 (2008) ou o Luke (Rick Malambri) (2010) no terceiro filme, ou a personagem Sarah (Izabella Miko) no

filme No balanço do amor 2 (2006) mas mesmo assim ainda mais associado a ideia do rebelde.



Imagem 10 – Step up 3d (2010) – personagem Luke vivido por Rick Malambri forma uma moradia para pratica da dança e convivencia entre a equipe.

O nerd – Esse um personagem que no inicio sua aparição no cinema era o hostilizado e mais recentemente vem se tornando protagonista. Entre os personagens posso citar Chuck (Zacary Levi) da série que leva o mesmo nome (em exibição); Seth Cohen (Adam Brody) do seriado O.C (de 2003 a 2007), Will Burton (Gaelan Connel) e Sa5m vivida por Vanessa Hudgens no filme Band Slam (2009) entre outros.

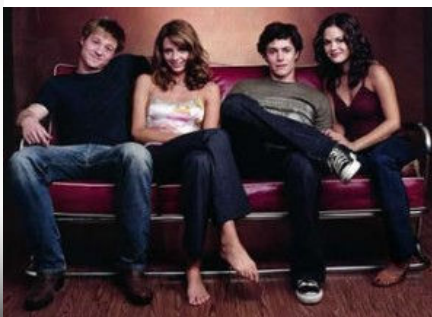
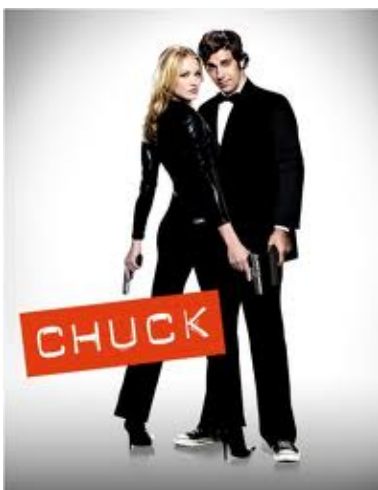


Imagem 10 Chuck (em exibição) – personagem Chuck vivido por Zacary Levi, nerd e tecnico de informática que virá agente da CIA.

Imagem 11 The O.C – personagem Seth vivido por Adam Brody, garoto nerd, fã de quadrinhos que só se integra após a adoção de um irmão.

Imagem 12 Bandslam (2009) – personagem Will vivido por Gaelan Connel.

Há ainda centenas de mídias que se utilizam do tênis Converse All Star para retratar o jovem, dentre as quais a mais relevante é a publicidade. Curiosamente, o referido produto é utilizado como figurino de personagens para compor o visual de personagens que “vendem” outras marcas. O que há de curioso nesse fato é que tais peças publicitárias acabam fazendo propaganda indireta do tênis e também de outras marcas que aparecem no figurino. Esse fato é chamado pela publicidade de comercial múltiplo

Exemplo desse tipo de ação pode ser vista no flyer no formato e cores de um Converse All Star Laranja, distribuído pelo SEBRAE chamando o jovem para participar de um jogo, com o slogan “dê o primeiro passo”, o uso do All Star nas propagandas de outros produtos está frequentemente associado com a idéia de jovem empreendedor.



Imagem 13 – Scanner da imagem do flyer distribuído na Centro Universitário SENAC em 2009.

5. Conclusões

Já se concluiu há algum tempo que a calça jeans e a camiseta se tornaram ícones e símbolos da juventude, como dito por Diana Crane (2006) em seu livro A moda e seu papel social, entretanto, não encontrei durante essa pesquisa nenhuma informação

falando oficialmente sobre o que os jovens veem utilizando como sapatos desde os anos 1960 – quando passam a dar o tom e servir de inspiração para a moda.

Após a conclusão dessa pesquisa penso que o All Star com certeza foi um dos mais ou o mais utilizados pelos jovens desde a década de 60 até o dia de hoje, podendo portanto, ser considerado um símbolo da moda jovem, tal como a calça jeans e a camiseta.

A diferença entre o tênis e as outras peças, é que não existe uma marca única de camiseta e nem de calça jeans associada à juventude, havendo portanto, diversas opções no mercado, cada uma voltada para um tipo de consumidor. Já no caso do All Star por mais que existam produtos aproximados do seu design, ele é somente de uma marca, a Converse/Nike.

Um tênis, um ícone, um acessório, um adereço de estilo, uma peça colacionável existem diversas formas de classificar esse produto, pois ele consegue se encaixar em qualquer situação e estilo. Um produto versátil, com um design que já tem mais de 100 anos e sofreu poucas modificações em sua essência, modificando mais suas cores, matérias primas e aplicações do que sua forma, ainda consegue atrair a atenção dos jovens.

De acordo com Helena Abramo (1994), em seu livro *Cenas Juvenis*, os grupos jovens acontecem pela união do lazer, do consumo, da mídia e uma série de questões do momento e o tênis Converse All Star estabelece uma ligação com jovens de todas as idades e todas as tribos e como a calça jeans e a camiseta conseguem se adaptar ao tempo e espaço sendo aderido para diversas situações.

6. Referências bibliográficas

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

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

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron O MUNDO DOS BENS: Para uma antropologia do consumo- Rio de Janeiro:2004

6.1. Referências das imagens:

Imagem 01 – Filme Tall Story (1964) – <http://chucksconnection.com>

Imagem 02 – Filme Diário de um adolescente (1995) - <http://chucksconnection.com>

Imagem 03 Meu Primeiro Amor parte II (1994) - <http://chucksconnection.com>

imagem 04 Lassie (1994) – <http://chucksconnection.com>

Imagem 05 “Harry Potter e a Ordem da Fenix” (2007) <http://chucksconnection.com>

Imagem 06 Programa de Proteção a princesas (2008) –
<http://videogratico.blogspot.com>

Imagem 07 High School Musical 3 (2009) – <http://chucksconnection.com>

Imagem 08 Camp Rock (2008) – <http://videogratico.blogspot.com>

Imagem 09 – Step up 3d (2010) – www.facebook.com/stepup3D

Imagem 10 Chuck (em exibição) –<http://www.remotepatrolled.com>

Imagem 11 The O.C – conversation.com.br

Imagem 12 Bandslam (2009) – <http://bandslam-movie.com/>

Imagem 13 – Scanner da imagem do flyer distribuido na faculdade em 2009.

¹ Filme “Harry Potter e a Ordem da Fênix” assistido no dia 11 de Julho de 2007 (estréia mundial) no na sala de cinema do Cinemark do Shopping SP Market em São Paulo.

Data de recebimento: 30/08/2010

Data de aprovação: 01/09/2010