

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

**ANDRÉ CHAVES PELUSO**

**A NOVA FACE DO PUNK**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**APUCARANA**

**2011**

ANDRÉ CHAVES PELUSO

## **A NOVA FACE DO PUNK**

Trabalho de Conclusão do Curso de graduação, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Esp. Soraya Ayoub Franzon

APUCARANA

2011



**Ministério da Educação**  
**Universidade Tecnológica Federal do Paraná**  
Câmpus Apucarana  
CODEM – Coordenação do Curso Superior de  
Tecnologia em Design de Moda



**TERMO DE APROVAÇÃO**  
**Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 35**  
**A nova face do punk**  
por

André Chaves Peluso

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e cinco dias do mês de novembro do ano de dois mil e onze, às vinte horas e trinta minutos como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, Linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento do Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

---

PROFESSOR (A) SORAYA HANNA AYOUB FRANZON – ORIENTADOR (A)

---

PROFESSOR (A) RAQUEL RABELLO ANDRADE – EXAMINADOR (A)

---

PROFESSOR (A) NELIO PINHEIRO – EXAMINADOR (A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

## **AGRADECIMENTOS**

Este trabalho não seria realizado se muitas pessoas não tivessem colaborado.

À minha mãe Laura Chaves de Souza Peluso por todo apoio que me ofereceu desde o início da minha pesquisa,

Ao meu pai José Márcio Peluso por toda a ajuda financeira, pois, sem essa, o trabalho não seria possível.

À minha Tia Edilene Maria Peluso Resende que, ao disponibilizar sua máquina de costura, viabilizou a confecção dos modelos.

Aos meus amigos, por terem paciência, durante todo o percurso deste estudo.

Ao corpo docente da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, campus Apucarana.

A Esdra Daiana Zin por ter sido a minha inspiração neste processo de estudo e realização.

“Na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma”  
Lavoisier

## RESUMO

**PELUSO**, André Chaves. A nova face do Punk. 2011.129 f. Trabalho de Conclusão de Curso. Departamento Acadêmico de Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Apucarana, 2011.

O presente trabalho se propôs a efetuar um levantamento histórico do movimento *Punk*, partindo de sua origem na década de setenta e apresentando as transformações no decorrer dos anos até a atualidade. A análise deste estudo visou a observar quais as transformações deste movimento em sua vertente original e o que foi mantido e/ou modificado. Quais as vertentes do movimento que sofreram mudanças e quais são visíveis nas ruas das cidades nos dias de hoje. O comportamento dos jovens punks foi matéria de observação na pesquisa realizada em média com 400 pessoas em site de relacionamento (Orkut), das quais foram analisadas 100 respostas, no sentido de conhecer o que fazem, o que vestem, que locais frequentam, de que modo a sociedade influencia em seus hábitos, em que classe social são mais encontrados e se tem vertentes diferentes dentro do movimento. O método qualitativo e quantitativo foi utilizado neste estudo objetivando um maior conhecimento das relações deste grupo de pessoas que fazem parte da sociedade, de forma a se obter respostas do quanto convivem com eles. A pesquisa de mercado foi realizada para verificar se a criação de uma marca específica para este público seria aceita e qual a característica dessa possível marca, pois os jovens punks estão cada vez mais no meio comum, e participam de atividades, como festas e eventos da sociedade.

**Palavras-chave:** Punk. Comportamento. The Collin.

## **ABSTRACT**

**PELUSO**, Andre Chaves. The new of face Punk. F.2011.129f. Conclusion Work of Course Academic Department of Fashion Design, Tecnology of University Federal of Paraná – UTFPR, Apucarana, 2011.

This study aimed to perform a historical survey of the punk movement starting from the origin in the seventies and presenting the changes over the years until nowadays. The analysis of this study focused on the changes occurred in this movement from its original structure and what was kept and/or modified and indeed, which aspects of this movement changed and which are visible on the streets today. The behavior of young punks was observed in the survey conducted with about 400 people in a social network site (Orkut), of which 100 responses were analyzed in order to know what do they do, what do they wear, what sites they use to go, and how the society influences their habits, in which social class they are most commonly found and if there are different strands into the movement. The qualitative and quantitative methods were used in this study aiming at a better understanding of the relationships of this group of people who integrates the society too in order to obtain answers about how much do we live together. A Market research was conducted to check whether the creation of a specific brand to this audience would be accepted, which would be the feature of this potential brand, even because young punks are increasingly common in the society, participating indeed in activities such as parties and social events.

**Keywords:** Punk movement. Behavior. The Collin.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Você se considera punk (mesmo que seja uma vertente)? .....	41
Gráfico 2 – Quantos anos você tem? .....	42
Gráfico 3 – Com quantos anos você se tornou punk ou parte de algum grupo alternativo? .....	43
Gráfico 4 – Você frequenta que tipo de lugares? .....	44
Gráfico 5 – Que tipo de vestuário não se encontra com facilidade para seu estilo? .....	45
Gráfico 6 – Você compraria em lojas específicas para grupos alternativos? .....	45
Gráfico 7 – Você usa frequentemente (de quatro a oito vezes ao ano) roupas de festa? .....	46
Gráfico 8 - Você acredita que uma marca punk teria uma boa recepção do mercado consumidor? .....	47

## LISTA DE IMAGENS

Figura 1 - Os Sex Pistols.....	20
Figura 2 - Vivienne Westwood e Malcolm McLaren.....	21
Figura 3 - The Specials grupo Ska punk .....	25
Figura 4 – O Cyberpunk.....	26
Figura 5 – Rockabilly .....	27
Figura 6 - Grupo de punks no início do movimento .....	32
Figura 7 – Casal Punk.....	33
Figura 8 - Glan punk nos anos 90 .....	34
Figura 9 – Banda Green Day.....	34
Figura 10 - Vivienne Westwood.....	35
Figura 11 – Desfile de 1982 Punkature .....	36
Figura 12 – Desfile 1989-90 The Pagan Years .....	37
Figura 13 – Desfile 1993-94 Anglomania .....	37
Figura14 – Desfile 2011-12 Red Label - Visita à exposição.....	38
Figura 15 – Imagem do público-alvo .....	53
Figura 16 – WGSN .....	54

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 COMO INICIA O PUNK.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS NA HISTÓRIA DO PUNK.....</b>	<b>19</b>
<b>2.3 O PÓS - PUNK .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4 O PUNK NO BRASIL .....</b>	<b>29</b>
<b>2.5 MUDANÇA DO CONCEITO PUNK .....</b>	<b>31</b>
<b>2.6 MODA E VIVIENNE WESTWOOD .....</b>	<b>32</b>
<b>2.7 MERCADO VOLTADO PARA O PUNK.....</b>	<b>38</b>
<b>3 METODOLOGIA .....</b>	<b>40</b>
<b>4 COLETA DE DADOS.....</b>	<b>41</b>
<b>4.1 GRÁFICO DE PESQUISA DE PÚBLICO ALVO DE FOCO.....</b>	<b>41</b>
<b>5 MARCA THE COLLIN E SUA PREOCUPAÇÃO COM O MERCADO (PUNK) ....</b>	<b>48</b>
<b>6 MERCADO DE ATUAÇÃO DA MARCA.....</b>	<b>49</b>
<b>7 MARCAS CONCORRENTES NO ÂMBITO NACIONAL.....</b>	<b>50</b>
<b>8 PROMOÇÕES E MARKETING DA LOJA.....</b>	<b>51</b>
<b>9 PÚBLICO-ALVO .....</b>	<b>52</b>
<b>10 IMAGEM DO PÚBLICO-ALVO .....</b>	<b>53</b>

<b>11 MACRO-TENDÊNCIA.....</b>	<b>54</b>
<b>12 MICRO-TENDÊNCIA .....</b>	<b>55</b>
<b>13 DELIMITAÇÃO PROJECTUAL .....</b>	<b>56</b>
<b>14 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO .....</b>	<b>57</b>
<b>15 BRIEFING .....</b>	<b>58</b>
<b>16 TEXTO CONCEITO .....</b>	<b>59</b>
<b>17 FORMAS E CORES.....</b>	<b>60</b>
<b>18 CARTELA DE MATERIAIS.....</b>	<b>61</b>
<b>19 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO .....</b>	<b>63</b>
<b>20 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS .....</b>	<b>64</b>
<b>21 DESENHOS ESCOLHIDOS.....</b>	<b>88</b>
<b>22 CONCLUSÃO .....</b>	<b>113</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>114</b>
<b>REFERÊNCIAS ICONOGRÁFICAS .....</b>	<b>116</b>
<b>APENDICE.....</b>	<b>118</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ao iniciar a pesquisa para o trabalho de Conclusão do Curso de Design de Moda, o interesse recai sobre os grupos alternativos, na intenção de incluir no campo da moda novos pensamentos e alternativas a partir da trajetória de grupos, como o punk, que tem em seu registro uma importância para a história, pelas suas lutas que caracterizam uma identidade própria na sociedade. Ao estudar esse movimento fica perceptível a ausência de uma marca para esse nicho no mercado brasileiro, assim a possibilidade de abrir no campo do vestuário punk um conceito de roupa de festa para o movimento tornar-se excitante, mesmo que aparentemente seja tão específico. Dessa forma, o objetivo de criar uma marca que venha retratar as expectativas, o jeito dessas pessoas traz um diferencial para a moda enquanto modo de se expressar. E somado aos acessórios e demais produtos de interesse do movimento vai firmando uma cadeia de itens que geram uma linha de produção que marca o estilo com possibilidades rentáveis para os punks, “punkas<sup>1</sup>” e simpatizantes do movimento.

Para melhor entendimento dessa proposta, é importante sinalizarmos um pouco da origem do movimento no mundo e no Brasil.

O movimento punk teve seu início na Inglaterra na década de setenta em plena guerra fria, com seus primeiros adeptos sendo jovens de classe baixa que não conseguiam emprego. Estes jovens descobriram que por meio da música e com um estilo próprio podiam lutar contra a sociedade capitalista, usando a anarquia para ir contra tudo que eles acreditavam ser errado.

O movimento punk veio para contestar o sistema capitalista. Através de uma nova forma de vida, os jovens encontraram um jeito próprio para protestar contra a exclusão do mercado de trabalho. Surgiram para mostrar que também tinham direitos. Gallo (2008) aponta que os punks não tinham vínculos com os partidos e isso aumentava a discriminação como bagunceiros.

O fato de, nas suas origens recusarem vínculos partidários ou doutrinários facilitou a discriminação do grupo como simples baderneiros. Entretanto, a um comportamento deliberadamente desregrado, de recusa à família, à

---

<sup>1</sup> Punkas – palavra utilizada para denominar o feminino de punk por algumas vertentes do movimento.

moral, ao trabalho e à cultura dominante revelavam, na verdade, um fundo de crítica contundente. (GALLO, 2008, p. 751).

Apresentavam-se com um visual agressivo, as roupas rasgadas, com tachas e rebites, cabelos coloridos e espetados (spaiques) e estilo moicanos. Com sua agressividade visual procuravam chamar a atenção das autoridades e da sociedade que os faziam invisíveis e inexistentes, mostrando que vieram para lutar pelo seu espaço no ambiente político e social. Segundo Reynaux e Bruno (200?), os punks queriam mostrar suas ideias e posições.

Esse movimento não fica calado, acomodado, como a maioria dos jovens e o povo em geral, fazendo manifestações, panfletagens, boicotes, passeatas: mostrando sua cultura e seu repúdio a todas as formas de fascismo, nazismo e racismo, autoritarismo, sexismo e comando; vendo como solução a autogestão (ou seja anarquia) para a libertação dos povos, raças, homens e mulheres. (REYNAUX e BRUNO, 200?).

Com o tempo, os punks, por meio de muita luta, conseguiram se estabelecer na sociedade. No Brasil, fizeram-se presentes no movimento das “diretas já”, alguns desses punks faziam parte de grupos estudantis, e outros aderiram ao movimento das posteriormente, pois era de sua filosofia ir contra o regime brasileiro da época. Esse movimento foi inicialmente organizado pelos jovens e depois assumido pela sociedade brasileira nas capitais, sendo estendido às demais cidades, e que lutou para que no país o presidente fosse escolhido por voto direto, de forma democrática. A população assumindo o direito de escolher seu representante maior.

Entre o surgimento do movimento até hoje, muitas vertentes ou ramificações dos punks foram criadas - e o estilo punk começou a invadir o cotidiano das pessoas. Algumas dessas vertentes ainda seguem seus princípios antigos (a anarquia, o jeito agressivo de se portar), mas a maioria está no meio comum, pensa que pode fazer a diferença sem ter que ser extremista.

Com o passar das décadas, os punks foram se politizando e tendo objetivos mais claros em relação a sua filosofia. Passaram a lutar contra as hipocrisias da sociedade, com a educação medíocre, os políticos corruptos, a falta de emprego, a corrupção e opressão da sociedade. Seus métodos de luta foram por meio das músicas de letras fáceis de tocar, e assim várias bandas foram criadas, não só na Inglaterra, mas por todo o mundo.

Apesar de atualmente o conceito movimento punk ser a interpretação mais popular de cultura punk, nem todos indivíduos ligados a esta cultura são membros de um grupo ou movimento. Um grande número de punks definem o termo punk como uma manifestação fundamentalmente cultural e ideologicamente independente, cujo o aspecto revolucionário se baseia na subversão não-coerciva dos costumes do dia-a-dia sem no entanto se apegar a um objetivo preciso ou a um desejo de aceitação por um grupo de pessoas, representando uma postura distinta do caráter politicamente organizado e definido do movimento punk e de seu respectivo interesse na preservação da tradição punk em sua forma original ou considerada adequada. (WIKIPÉDIA, 2009).

Os “*Punk 77*” (a linha tradicionalista dentre as várias vertentes punks), falam que esses novos punks, na verdade, não podem ser considerados do movimento, pois não seguem a filosofia punk, apenas o estilo. Mas na atualidade existem muitas linhas diferentes, e que são pouco conhecidas e outras mais difundidas. Há vertentes tradicionalistas, como o já citado Punk 77, o *Hardcore*, *Anarco/Peace-punk*, mas existem ramificações, como os *Emos*, *New Wave* e o *Pop Punk* e outras que têm uma melhor aceitação da sociedade capitalista.

Os punks nos anos setenta eram considerados jovens rebeldes, mas atualmente há varias linhas dentro do próprio movimento, entre elas: *Anarco/Peace-punk*, *Celtic punk*, *Cowpunk*, *Crossover*, *Crustcore*, *Cyber punk*, *D-beat*, *Deathrock*, *Emocore*, *Fastcore/Thrashcore*, *Folk-punk*, *Garage punk*, *Goth-punk*, *Grindcore*, *Hardcore digital/Technocore*, *Hardcore punk*, *Horror punk*, *New wave*, *No wave*, *Pré-punk*, *Pop punk*, *Pós-punk*, *Pós-hardcore*, *Positive punk*, *Power violence*, *Psychobilly*, *Punk rock*, *R&B punk*, *Reggae punk*, *Queercore*, *Ska punk*, *Skate punk*, *Streetpunk/Oi!*, *Synth-punk*, *Taqwacore* e *Youth crew*, apenas algumas destas linhas continuaram a ser entiludas da mesma forma dos primeiros punks, como rebeldes sem causa. Porém, muitas dessas vertentes citadas acima estavam mais diferenciadas e adaptadas à sociedade. Com isso mudaram o conceito de que ser punk era “ser rebelde”, tanto que os *Emos* eram chamados de sentimentalistas e os *cyberpunks* eram loucos por computação (vertentes do movimento), chegando a terem jogos de computador específicos para esse grupo de punk.

Observando, as sociedades, veem que vários grupos punks estão totalmente inseridos nela. Grupos que conseguem ter a ideologia punk sem ter que fazer uso de nenhuma substância que altere o humor que é o caso dos *Straight edge*, que não usam nem mesmo o álcool e o tabaco. Os punks atuais não são

garotos somente de classe social baixa, há punks em todas as classes sociais.

Os/as freqüentadores/as do Parque em geral, ao comentar sobre tais aglomerações, chamam todos/as de punks de forma generalizada, talvez pelo fato de terem sido os/as punks, os primeiros a demarcarem aquele território. Olhando de longe, torna-se difícil identificar as diferentes agregações que ali partilham o mesmo espaço. Dentre os/as punks que lá estão, alguns/as deles/as podem ser identificados/as pelo seu visual. Os jovens usam cabelos com penteados estilo moicano, armados com sabão, roupas escuras [geralmente], botas ou coturnos pretos, jaquetas em jeans ou couro decoradas com taxinhas, correntes, frases e palavras de protesto (que muitas vezes são palavrões), correntes presas às calças, muitos piercings e tatuagens. As jovens punks aparecem em número significativo e apresentam características semelhantes. Diferem quanto ao penteado, exibindo cabelos longos, curtos, despenteados, amarrados, com cores fortes e gritantes, em tons avermelhados. (PEREIRA, 2006, p.2).

Pereira (2006) aponta que as diferentes vertentes punks são facilmente confundidas entre si, pois a maioria tem características comuns, por exemplo: usar roupas com um toque pessoal, usar o preto como uma “tela em branco” e colocar acessórios diferenciados a cada estilo, as diferenças são sutis na aparência, mas enormes na questão de filosofia pessoal.

Os punks instituíram uma proposta de esquecer o particular para lutar pelo todo, conforme explica Sousa (2003). No início do movimento abordavam o contexto da realidade local, o que acontecia nas ruas, mas conforme o passar do tempo, muitas vertentes que surgiram não seguiram com a mesma força os ideais e ideologias do princípio, ou até mesmo mudaram e criaram outros ideais e ideologias.

Esses valores norteiam a estrutura organizacional das coletividades punks, pois nesse mundo ritualizado não há espaço para a manifestação egoísta do eu, de sorte que a *persona* abdica temporariamente de seus projetos e ambições particulares e passa a trabalhar para a afirmação do grupo. (SOUSA, 2003, p.36).

Esse foi um movimento muito importante para história, uma maneira nova de enxergar o mundo, possibilitando que os jovens envolvidos com o movimento diminuíssem as fronteiras entre a cultura e a política. Nas palavras de Pablo Ortellado (2008),

O punk podia falar com uma verdade inédita sobre o amor adolescente, sobre o desemprego, sobre os problemas sociais e sobre a estupidez das regras estabelecidas sem repetir clichês dos discursos políticos – ou seja, sem ter como parâmetro positivo o amor livre, a sociedade alternativa, a revolução ou o socialismo. (ORTELLADO apud OLIVEIRA, 2008, p.3).

Portanto, era difícil para o governo com sua cultura elitizada aceitar essas diferentes formas culturais que o movimento punk oferecia na troca com a sociedade. Apresentar essas pessoas antes “excluídas” pela sociedade para Oliveira (2008) é uma prova que: “dessa forma, evidencia-se uma vez mais que nenhuma cultura é estática: as manifestações culturais se desenvolvem; se transformam; se mesclam com outras, acabam, originam novas formações culturais, etc”. (OLIVEIRA, 2008, p.3).

E com a aceitação pela comunidade, observa-se a necessidade em criar uma marca que atenda completamente o gosto de um nicho tão pouco explorado, com isso a marca **The Collin** nasce com uma proposta, que esses jovens bem diferentes e um tanto quanto alternativos irão procurar satisfazer todas as necessidades do público, utilizando por meios de pesquisas históricas e pesquisas de campo, para alcançar os resultados esperados pelos seus idealizadores, e em um resultado mais que agradável ao seu consumidor.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 COMO INICIA O PUNK

O nome punk já foi ouvido muito antes de 1977, o poeta William Shakespeare em uma de suas peças já utilizava da terminologia para ilustrar uma pessoa “suja”. Termo que tem vários significados, e era usado para rotular garotos de programas e jovens sem perspectivas, que não tinham um futuro (que não deixava de caracterizar os jovens desse movimento).

Antes de falar do movimento em questão (punk), é necessário conhecer sua origem. Autores discordam quanto ao país de procedência do Punk, alguns descrevem que se originaram nos EUA, outros anunciam que a música e o movimento iniciaram-se na Inglaterra. O primordial é que esse movimento foi um marco da cultura pop.

O punk nasceu em uma época que os shows de rock eram tratados como mega espetáculos, num panorama de desigualdade extrema onde o desemprego atingia a maior parte a população. Os jovens da periferia, indignados com a situação e com uma grande energia para mudar essa realidade, utilizaram primeiramente da música e cansados dos shows grandiosos como de David Bowie.

Voltando no tempo do pós Segunda Guerra, em 1946, surgiu o movimento denominado *Existencialista*. Para esses punks a vida não fazia sentido, em seus piores pesadelos rondava a imagem da bomba atômica e o cogumelo formado em Nagasaki. Com o aumento do movimento de esquerda, o governo fez logo questão de exterminá-lo, tendo como rival a alta costura ou mais conhecido como *new look*. As famílias da época aceitavam que seus filhos fossem tudo menos *Existencialista*. Esse sendo um dos primeiros, se não, o primeiro movimento jovem.

Em meados dos anos cinquenta surgiu o movimento jovem “funesto *rock’n’roll*”, que um ano após se erigiu por todos os lugares. Como toda expressão jovem rompe barreiras, na moda, a sensação eram os biquínis na praia, casacos de couro, saias rodadas para as meninas, mas com menos tecidos, contrapondo o *new look*.

Os jovens dessa época, por sua maioria, pregavam o sexo sem culpa, festas intermináveis com o uso de drogas. Músicas com volume ensurdecidor e andamentos acelerados, sem falar que seu filho, o punk, também traria com eles as drogas e na cabeça um lema: “Viva rápido, morra cedo, deixe um belo cadáver”. Ideia que decorria do século passado com o poeta Arthur Rimbaud. Em meados dos anos 50 misturando música branca com música negra, e tendo como nome uma gíria negra para sexo, tudo isso num cenário de muita intolerância racial na América.

Mas o rock não iria durar muito, por motivos diversos, os roqueiros da época foram sumindo, e com eles o estilo musical, que começará a mudar. Mas esse ressurgirá no outro lado do oceano no início da década seguinte, chegava com menos agressividade do estilo inicial. Vinha trazendo os Beatles, os Rolling Stones, mudando mais uma vez os ares. O gênero que foi marco nos anos cinquenta era a música pop e logo após se tornou um estilo de música respeitável pela sociedade. Ao mesmo tempo aconteciam vários movimentos o *Angry Young Men* (Jovens Zangados), o movimento *beat* que, como os *Existencialistas*, eram muito parecidos com o movimento *punk*.

Poucas bandas mantiveram o estilo inicial de rock. Na Inglaterra elas surgiram como uma vertente, os *Mods*, a banda mais conhecida *The Who*, considerada uma banda pré-punk, pelo seu jeito irreverente, quebrando seus próprios instrumentos nos palcos e fazendo o uso da microfonia. Ao mesmo tempo na América surgia outra vertente *rocker*, o *surf music*, nascia também com o rock primário como representante desse gênero, os *Trashmen* (os homens-lixo), que seriam responsáveis por uma das principais músicas pré-punk.

Na cena brasileira, chegou ao fim à bossa nova, que fora um sucesso por todo o país no final dos anos cinquenta e durante parte dos anos sessenta. Década que trouxe várias premissas *punks*, como a ruptura com o tradicional, a contra cultura, o uso exacerbado das drogas, a imprensa alternativa, indústria artesanal, movimento estudantil e sem esquecer a minissaia. Em meio a tudo isso apareceram os *Hippies*, que em sessenta e nove escandalizaram a população “careta” com o *Woodstock*. E no Brasil, a tropicália, a poesia concreta, o teatro novo e a nova dramaturgia.

O movimento hippie que pregava a “paz e amor”, que aparentemente não é o ponto em questão deste trabalho, mas foi nele em que se descobriu o LSD,

movimento que uniu dois estilos musicais que na década de cinquenta não interagiam entre si, eram estes os *beat* e o *rock'n'roll*, ganhando uma atenção extraordinária mundialmente falando. Nesse “estilo de vida” abandonou-se a roupa preta e no lugar usou-se uma cartela de cores sem fim. Mas seus principais representantes na época começaram a morrer, uns de overdose, outros com mortes até hoje sem explicações, e com eles surgiu mais uma geração cultural.

Em fins dos anos cinquenta e durante toda a década de sessenta havia um grupo de pessoas consideradas muito a frente de seu tempo, e em 1971 surgiu o Velvet Underground (grupo de rock), apadrinhado por Andy Warhol, artista que também se mostrava em alta, depois de ficar nas sombras dos *hippies* por anos. Esses que foram esquecidos, agora apareciam em todos os jornais, pôsteres, tablóides, começando com “*reacionário chique*”.

A imprensa anunciava que algo novo estava chegando, era a “*New Musical Express*”, trazendo artistas que iam contra todo o espírito seiscentista, como Lou Reed, David Bowie. Mas o momento era outro e, ao invés de grupos musicais, a moda assumia carreira solo e, mesmo rejeitando o rótulo, faziam parte do *glamour rock*, que começava a transformar um estilo em arte.

No período de 1971 a 1974, retomou-se a elegância, e os shows viraram mega espetáculos onde só as classes mais elevadas tinham acesso. Essa época também era conhecida como *rock'n'rouge*, pois seus maiores representantes apresentavam um visual bem carregado, com maquiagens e roupas diferentes das vistas até o momento, cabelos, tudo muito teatral, o bissexual estava em alta.

Sem deixar de registrar os fatos históricos, nos anos setenta aconteceu à crise que abalou o mundo, desemprego nos quatro cantos do planeta, foi esse mais um marco para o surgimento do *punk*. Mesmo com a crise, grupos setentistas continuaram com seus shows grandiosos como plataforma de divulgação de seus discos, e assim começava a perda da ideia de que num show todos faziam parte. Artistas que marcaram essa época foram: Pink Floyd e os Yes que, como outros, se renderam ao uso de sintetizadores e ao raio laser. Esses grupos vendiam muitos discos e se consideravam neoclássicos, chegando ao topo em 1975.

Com toda essa cena, algo novo tinha que acontecer, alguma coisa que

cheirava a “podre<sup>2</sup>”, era o punk chegando para acabar com todo esse exagero.

## 2.2 PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS NA HISTÓRIA DO PUNK

De uma coisa não se tem dúvida, o punk nasceu da volta à música simples sem muitos arranjos, apenas uma guitarra, baixo, bateria e um vocal, cantando as agonias de suas vidas medíocres, periféricas, de forma pouco elaborada, mas escritas sob fortes emoções para que todos pudessem ouvir aquele grito.

O punk foi considerado por muitos o salvador do rock, pois o mesmo havia se vendido para a indústria fonográfica e como já dito antes, virou mega eventos, nos quais só os antigos jovens agora inseridos na sociedade tinham o acesso.

E foi em um show de David Bowie que dois amigos roubaram uma mesa de som, guitarras, entre outras coisas, esses seriam os integrantes da primeira banda punk da Inglaterra, os “Sex Pistols”, trazendo posteriormente uma legião de bandas, ultrajes e drogas à tona em músicas e descritas por tabloides e jornais da época. Não seria a primeira vez que o descontentamento com o governo se mostraria como razão para o movimento, mas agora viria de uma forma agressiva e “podre”.

Falar do movimento *Punk* sem falar dos Sex Pistols é completamente impossível. Em 1975 surgiu a banda idealizada por Malcolm McLaren, composta inicialmente por Steve Jones, Paul Cook, Warwick Nighthigale e Glen Matlock.

---

<sup>2</sup> Podre: expressão que substitui a palavra punk utilizada por William Shakespeare que foi assimilada pelo movimento punk.



**Figura 1 - Os Sex Pistols.**

**Fonte: (<http://therockhistoria.blogspot.com/2010/08/la-trinca-del-punk.html>)**

Jones, Cook e Nighthale já possuíam uma banda em 1973 e tocavam um rock mais simples, mas quando Jones convenceu McLaren a assistir um de seus ensaios, o empresário sugeriu que arranhassem um baixista fixo, foi quando indicou Matlock, vendedor de sua loja, que tinha um conjunto com sua esposa Vivienne Westwood. Essa que seria a principal loja do movimento punk. Nela era comercializada roupas sado-masoquista e um estilo rock.



**Figura 2 - Vivienne Westwood e Malcolm McLaren.**  
 Fonte: (<http://achoconceitual.wordpress.com/category/agulhada-fashion/>)

A banda Sex Pistols teve vários integrantes até que chegassem a sua forma mais decadente, composta agora por duas duplas Jones & Cook e John Lydon & Sid Vicious. A banda foi notícia diversas vezes em jornais de toda a Inglaterra por sua forma “podre” e seus escândalos.

O primeiro foi quando em um show de abertura para Eddie & The Hot Rods, no dia 12 de fevereiro de 1976, Lydon jogou um atendente da loja Sex (loja de Vivienne Westwood) no meio do público, e começou a quebrar os instrumentos da banda principal, esse episódio ganhou mídia em uma reportagem no jornal New Musical Express, intitulada “Não olhe para trás porque os Sex Pistols estão chegando”.

A banda veio para mostrar o caos que existia na época e que não era mostrado pelo governo, mas sentida pela população marginal, como diz Steve Jones em entrevista “Não lidamos com a música. Lidamos com o Caos”.

No mês seguinte fora a vez de Vivienne que, no meio de um show dos Pistols, subitamente bateu em uma garota, gerando uma briga coletiva, e fazendo com que Lydon quisesse sair da banda mais uma vez.

Em julho um futuro membro da banda Sid Vicious em sua dança mais que única, o “pogo”, deu uma correntada não intencional no jornalista Nick Kent, durante

um show dos Sex, virando mais uma vez notícias nos jornais. Em um show em Paris, Sid quebrou uma garrafa e o caco caiu no olho de uma menina, o jovem foi preso e apanhou dos policiais.

Ultrajes e a falta de regras desses jovens eram um alimento para os jornais da época, que mostravam a juventude punk como inimigo do governo, paralelo a esses acontecimentos havia outros garotos cansados da hipocrisia e da politicagem dos governantes, começaram então a formar suas próprias bandas nas cidades do interior trazendo à tona toda uma cena Punk, fazendo desse o maior movimento contra o governo até então.

Em setembro de 1976 os SexPistols lideraram o primeiro festival punk e se apresentavam no topo, fazendo com que todas as gravadoras inglesas os observassem. Mas fecharam com a primeira gravadora, a EMI, que nem de longe foi a única ou a última, pois até o fim da banda eles passaram por algumas gravadoras diferentes sempre fazendo acordos milionários e elas sempre acabavam no prejuízo.

A banda foi responsável pelas músicas mais “ultrajantes” da época, como a música Anarchy in the UK, que em um refrão conclamava o terror político, religioso e social. Outra música que daria o que falar mais tarde seria God save the Queen, que coincidiu com o jubileu da rainha. A música trouxe muita polêmica.

Antes mesmo de o disco ir para as prensas, a gravadora rompeu o contrato, e mandou parar a produção dos mesmos, os Pistols trocaram de gravadora e conseguiram produzir o disco, mas as grandes lojas se negaram a colocar nas bancas o resultado com a tal música.

Mesmo com todas essas dificuldades, God save the Queen ficou em segundo lugar nas paradas de sucesso. Logo na primeira semana que foi lançada a música alguns radialistas anunciavam que ela estava em primeiro, mas nada que pudesse ser divulgada, a música se transformou em um sucesso devido a sua letra e sua expressividade do sentimento que emanava do peito dos jovens das classes baixas da Inglaterra. A letra retratava ironicamente a Rainha e fazia críticas duras contra o governo. Segue um trecho como exemplo da irreverência do grupo.

Deus salve a Rainha – E o regime fascista / Ele o tornou um imbecil –  
Bomba H em potencial / Deus salve a Rainha – Ela não é um ser humano /  
E não há futuro – nos sonhos da Inglaterra // (...) // Deus salve a Rainha –  
turistas são dinheiro / Nossa figura principal – não é o que parece ser / Deus

salve a História – salve a parada louca / O Senhor tenha piedade – todos os crimes são pagos // Quando não há futuro, como pode haver pecado? / Nós somos as flores na lata de lixo / Nós somos o veneno na máquina / Nós somos o romance atrás da tela // Deus salve a Rainha – é sério, cara! / Nós amamos nossa Rainha – Deus salve. (SEX PISTOLS apud ESSINGER, 1999, p.49).

Outro episódio que fez com que os Sex Pistols e o movimento punk se tornassem mais conhecidos pela Inglaterra foi uma entrevista para um programa de TV local de Londres, o Today. Os punks se comportaram como punks no programa, e como tais não tinham freio na língua, quando o apresentador Bill Grundy, cantou Siouxi (uma “punka” que estava no programa junto com a banda Sex Pistols), Steve Jones (integrante dos Sex Pistols) então indagou o porquê do encontro posterior deles, e a partir daí começou uma briga entre Jones e o apresentador em pleno horário do chá das cinco, até que Jones mandou o entrevistador “se foder” ou o chamou de “fodido”, ninguém soube ao certo, mas o programa foi cortado e só voltou ao ar depois de duas semanas.

O punk ficou popular, mas as forças reacionárias da Inglaterra retratavam os punks como ameaça ao Estado. A partir daí começaram os ataques físicos para com os punks, como demonstra o texto abaixo.

Como impedir que as pessoas comprassem os discos era virtualmente impossível, começaram os ataques físicos perpetrados por anônimos que levaram ao pé da letra a manchete do *Sunday Mirror*: “Puna os punks”. O primeiro foi a Jamie Reid, que teve uma perna e o nariz quebrados. No dia 19, chegou à vez de Lydon, navalhado na perna (a calça de couro o salvou de maiores danos) e na mão (que teve dois tendões rompidos) por um bando que cantava: “Nós amamos a Rainha, seu bastardo”. (ESSINGER, 1999, p.52).

Os ataques começaram a piorar, e a saída encontrada foi fazer uma turnê, mas a maioria das cidades que tinham agenda cancelou os shows e nas poucas que tocaram, promoveram mais polêmica e anarquia. Em um show de natal para filhos de mães solteiras, grevistas e desempregados, John Lydon mergulhou em um bolo e promoveu uma guerra de comida.

Em 1978 os Sex Pistols foram para os Estados Unidos em turnê e rumo ao fim da banda. A turnê fora um caos, a banda promoveu brigas e confusões, agitaram os Estados Unidos e no dia 18 de janeiro com a saída do vocalista da banda foi decretado o fim do grupo.

Mas uma coisa era certa, eles tinham aberto o mundo para o caos do punk, outras bandas já vinham tocando há algum tempo, elas eram tão ultrajantes e polêmicas quanto bandas como: The Clash, The Jam, Buzzcocks, Heartbreakers, os Adverts, entre outras.

Retornando ao ano de 1977, abriu-se a primeira boate exclusivamente para o público punk, a Roxy. Neste momento os fanzines (como se fosse o jornal dos punks da época) já estavam em circulação, e o mais conhecido era o intitulado de “Cheirando Cola” criado por Mark Perry, um entediado bancário que viu nos punks os mesmos sentimentos musicais e ideológicos, ali eram anunciados os shows e todos os acontecimentos do movimento.

Os punks instalados na Inglaterra e nos EUA logo aproximaram os empresários desses países que perceberam o potencial desses garotos “rebeldes” e intuíram em transformar toda essa indignação em dinheiro. As gravadoras começaram a contratar novas bandas.

Fim de 1978, os *Sex Pistols* já haviam sido extintos, e a banda do momento era The Clash, uma banda mais politizada, que em 1980 se consagrariam depois de alguns álbuns e um falso documentário, em 1981 abriram um show de rap em Nova Iorque, o show era dos rappers *Grandmaster Flash & The Furious Five*. O rap mais tarde foi considerado o novo punk por suas letras mostrando a indignação dos seus compositores.

O movimento punk estava anunciando o seu fim, mas dava lugar a uma nova geração, essa que agora tinha uma liberdade musical criativa e com voz. O punk quebrou uma barreira e a partir deles nasceu uma imensa variedade de bandas, estilos, e com a música a imagem e as roupas caracterizando cada um desses estilos, que poderiam até ser confundidos primariamente, mas todos com suas particularidades.

### 2.3 O PÓS-PUNK

Era hora de mudar a imagem do punk, depois de 1977 quando o movimento ficou conhecido pelo vandalismo e ainda sinônimo de má reputação, muitas bandas começaram a preocupar-se em conseguir gravadoras. Para isso era necessária uma mudança, então assumiram uma postura menos agressiva, para alcançarem espaço, e, assim, eram consideradas pelos mais radicais do punk como traidores da causa.

A partir desse momento surgiram as vertentes de um movimento, e do punk nasceram muitas variedades bem distintas. Depois de 1980, em Londres principia a Guerra de Estilos.

Nessa guerra tinha o grupo do *Ska punk*, que misturava um ritmo jamaicano e com letras agressivas, trazendo um estilo com dois tons. Surgiu também uma linha menos radical de punk, como os neo-românticos, trazendo uma frente histórica, com o estilo aventureiro, piratas, guerreiros japoneses, conquistadores, corrente que se preocupava mais com seu estilo de vestir que com a música.



Figura 3 - The Specials grupo Ska punk.

Fonte: (<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/mar/19/youth-unemployment-lost-generation-work>)

Um estilo muito importante surgiu na guerra, os Futuristas ou também

conhecidos como *Cyberpunks*, que acompanhavam e eram favoráveis ao avanço tecnológico, usando em sua música sintetizadores. Na banda tudo poderia ser feito por computadores, assim todo garoto poderia ter seu grupo.



Figura 4 – O Cyberpunk.

Fonte: (<http://www.robotvsbadger.com/images/cyber-punk-fashion-for-girls/>)

Outro extremo apareceu, como o *Rockabilly*, que ao contrário dos Futuristas tocavam uma música muito parecida com os anos 50, e o visual era meio que cowboys dos filmes de “bang-bang”, e as mulheres como se fossem dançarinas

de “cancan”, usavam instrumentos como violoncelo, violino e acordeons misturados com guitarras e bateria, propiciando um som diferente e muito agradável.



**Figura 5 – Rockabilly.**

Fonte: (<http://idreammylifeaway.wordpress.com/2010/12/22/rockabilly-e-psychobilly-2/>)

A Guerra liberou muitos estilos e trouxe outros da extinção, como os *beatnik*, que traziam com eles um estilo latino-americano-chique dos anos 40 e um pouco de *latin-funk* e *neofunk*, em um ritmo mais quente e tropical.

No meio de todos esses novos gêneros e vertentes, um grupo chamado de neopsicodélicos, eram uma nova roupagem para os anos 64 a 69, com um visual e um som parecidos se não idênticos às bandas *Byrds* e dos *Yardbirds*.

Existiam também bandas que não participavam de nem um dos estilos, mas eram de grande importância pelo visual e também pelo som que apresentavam. Bandas formadas por mulheres que traziam um jeito diferente de todos os grupos, “com um toque de feministas”.

A vertente chamada de Rock trabalhistas se vestia como quem acabou de sair do trabalho, e os jovens trabalhadores eram o público das bandas que tocavam esse estilo. Apareceu também o country-punk, que dizem que fora criado por Malcolm McLaren, quando agenciou uma garota batizada de *She Sheriff*.

Em 1981, quando o punk ressurgiu, paralelamente iniciou-se outro movimento, o “Oi” inicialmente musical, com bandas para skin-heads, porém, eles tentaram unir os punks a esse movimento. Ficaram conhecidos na Inglaterra graças

a um incêndio provocado pelos skins em um pub onde deveria acontecer um show para os próprios garotos desse movimento.

Na volta do movimento punk em 1981, a maior preocupação era a guerra das Malvinas e, com o aumento do desemprego a cada dia, os jovens estavam mais preocupados com o futuro, eles se organizavam para protestar contra a sociedade que os rejeitava e que era rejeitada por eles. Bivar (1984) demonstrou os conflitos entre os punks e o governo, que não conseguia entender as aspirações da juventude da época.

Martin Roper, vocalista da Anti-Pasti diz: “Os Tumultos e as agitações apenas indicam o desespero dessa juventude. E o que eles fazem, os dirigentes do Sistema? Colocam dinheiro em empregos e indústrias, fazendo gerar mais empregos? Não. Eles seguem a velha tradição do Sistema, que é empurrar os jovens ao serviço militar, dando a eles um pouco de ‘disciplina’ lembrando-os da verdade histórica de que as guerras nascem das crises”. (BIVAR, 1984, p.88).

No meio da cena punk um local marcou e isso desde a época dos hippies - a casa de Penny Rimbaud -, que abrigava a todos que lá quisessem ficar, e apresentava como característica o fato de tudo ser comunitário. Os moradores dessa residência usavam macacões pretos, e abominavam a matança, por isso nenhum deles fazia uso de couro em suas vestes. Agora, com punks habitando a residência, e não mais a banda Crass (que fazia shows e com a venda de seus discos angariava fundos para o desarmamento nuclear). Apesar dos Hardcore-punk comparecerem sempre nos shows da Crass, muitos os consideravam hippies-punks, e seus concertos tinham muito apelo visual, com imagens dos cogumelos formados por bombas, e faziam com que os punks da plateia vissem o horror da Guerra.

Outras bandas também realizavam seus shows com fins beneficentes, a banda UK Subs fazia seus concertos para ajudar um hospital infantil, onde era cobrada metade da entrada, mas o público para entrar deveria levar um brinquedo. Em outro caso várias bandas organizavam show de três dias para desempregados, pois era grande o número deles, só que para ter acesso aos shows era necessário a apresentação da carteira de trabalho.

No final de 1981, já eram mais de 100 bandas punks só na Inglaterra, e por toda a Europa qualquer cidadezinha possuía uma banda punk. Nessa época o punk já estava instalado no sul da Califórnia, Brasil e pelo mundo afora.

## 2.4 PUNK NO BRASIL

O Punk no Brasil não era uma cópia do movimento inglês, já se apresentava adaptado pela influência da cultura local. Como por todo o mundo, os jovens brasileiros estavam preocupados, pois sabiam que não poderiam esperar um bom futuro, e isso os traziam à indignação. Foi uma época de desemprego em todo o mundo, especialmente para uma grande ala jovem, a parte menos favorecida.

Os punks não se consideravam nacionalistas, mas um movimento internacional, que se instalava para contestar todos os abusos e regras do sistema. Contestação expressa em suas músicas com batidas fortes e vocais violentos, melodias que também falavam da luta pela sobrevivência dos jovens das classes inferiores.

O movimento punk brasileiro se originou em São Paulo, dele participavam normalmente garotos e garotas na faixa dos 18 anos. E os que tinham a sorte de arranjar um emprego contavam com salários baixos. Uma época que emprego era uma dificuldade, e a maioria dos punks fazia dessa dificuldade a causa de seus protestos. Bivar (1984) retrata o desejo do jovem brasileiro pelo emprego, tanto que a sugestão da criação do seguro desemprego é motivo de brincadeira.

Certa manhã na Punk Rock – loja nas grandes Galerias (centro de SP) onde punks se reúnem – alguém levantou a idéia de que o Brasil devia criar o salário-desemprego. Gordo, do grupo Anarcoólatras, fez uma expressão de espanto, riu e disse: “Não diga isso! Se isso acontecer, aí é que ninguém mais trabalha neste país! O que queremos é emprego. (BIVAR, 1984, p.97).

Os punks queriam trabalhar por pior que fosse o emprego, e mesmo ganhando muito pouco, o que eles queriam era ter o direito de conseguir um trabalho.

A imprensa não acostumada com o diferente taxava os punks brasileiros como marginais, armados com canivetes e facas, rótulo que não retratava a verdadeira face do movimento. Logo essa imagem do punk foi mudando, principalmente depois que duas revistas concorrentes do mercado editorial do país resolveram fazer entrevistas com esses jovens. Entre as variadas perguntas feitas algumas teriam mais relevância, como quando indagados sobre o homossexualismo e como eles encaravam isso. Entre as respostas, um dos jovens disse que se esses

(homossexuais) fizessem parte do grupo não teria problemas, e quanto ao consumo de drogas, os punks deixavam claro que nem todos desse movimento a utilizavam, na verdade uma minoria era usuária de cola de sapateiro ou de maconha.

Após o impacto inicial e vendo que os punks não se negavam a dar entrevistas, na realidade eles até que gostavam, pois ajudava a difundir ainda mais o movimento pelo Brasil, começaram a dar entrevistas e cada vez mais as informações sobre o que era “ser um punk”, as músicas, as roupas, chegavam ao conhecimento da sociedade. Assim tudo era uma forma de chamar a atenção para o sistema falido que a sociedade vivia. A imprensa percebeu que esses jovens não eram apenas rebeldes sem causa, eles tinham opiniões sobre os variados assuntos, principalmente a política. Eles entendiam de assuntos internacionais e se preocupavam com bem estar geral

Mas o que deixou a imprensa curiosa foi o fato de que os punks não tinham nenhuma afinidade com mais nenhum tipo de música se não a deles, nem samba, nem MPB, nada, os punks queriam escutar músicas punks, nem mesmo o rock os agradava. Os jornalistas também queriam saber por que das músicas agressivas, o guitarrista Tikinho fez questão de responder: “É a única maneira de chamarmos a atenção para o caos em que vivemos. Se eu fosse mais um office-boy da Rua Sete de abril, você não estaria me entrevistando”.

A partir desse momento começou um amor inigualável entre os punks e a imprensa no Brasil. Estudantes de jornalismo do Instituto Metodista, quanto às colegiais da PUC fizeram um trabalho sobre o movimento. Em 1982 os estudantes adoravam os punks, e a recíproca era verdadeira, tanto que no primeiro semestre desse ano, mais precisamente em setembro, aconteceu o primeiro festival de música punk.

O episódio que mais repercutiu foi um show na PUC, com algumas bandas participantes e mais de 600 ingressos vendidos. Com 200 punks já na casa, uma minoria vandalizava o banheiro deixando-o em ruínas, um dos músicos tentou em vão impedir que os vândalos continuassem a depredar, mas a polícia já estava a caminho para acabar com a festa. Com a polícia no local todos os jovens foram dispersos, mas em vez de irem para suas casas, seguiram em direção ao Largo de São Bento, como era já de costume deles. Chegavam em grupos e se acomodavam com bebidas e lá ficaram a comentar sobre a festa, muitos foram embora, mas uma

grande parte adormecia nos bancos, outros ficavam acordados até o dia amanhecer e então retornavam as suas casas, porque no dia seguinte esses jovens iam para o trabalho.

O movimento mantinha as festas, as músicas com um tom raivoso e um visual autêntico se espalhando por todo o Brasil. Nas grandes cidades encontravam-se muitos punks ou grupos de variadas vertentes pelos shows da cena *underground*.

## 2.5 MUDANÇA DO CONCEITO PUNK

O punk contemporâneo não se caracteriza tanto pela agressividade quanto os primeiros da década de 70, mas demonstra detentor de muita atitude e mantém o estilo diferenciado. Os punks participam de movimentos em prol da comunidade, participam de grupos estudantis como na época da ditadura no Brasil. E como os punks de épocas passadas tinham muito a dizer, hoje os punks sabem que são ouvidos e já não existem tantos preconceitos quanto a seu visual e filosofia.

Por mais que todo movimento se apresente com diversas interpretações, pode ser encontrado os que usam do movimento para se embriagar, promover desordens, utilizar-se de drogas e anarquia extrema. Há os punks que defendem uma filosofia e, que de modo geral, estão em defesa de suas ideias e de serem incluídos no seu meio e conviverem com a sociedade. Meio esse que agora vive buscando inspirações nesses indivíduos pelo visual e pelas suas ideias.

Os punks frequentam cada vez mais lugares e eventos sociais que não eram comuns por ocasião do seu surgimento. Eles estão no meio religioso, no meio artístico (teatro, música, cinema, entre outros), assumindo seu lugar na sociedade. Mesmo que ainda sejam conhecidos como os jovens rebeldes, mas não mais como um rótulo punk.

Observa-se pessoas de toda classe social no meio punk, o que não era muito comum, normalmente eles são jovens de classe baixa ou média baixa, cada vez mais esses “rebeldes sem causa”, estão participando e fazendo eventos sociais como: casamentos, festas de debutantes, com todo o estilo diferente e alternativo.

Agora ser punk é participar de um grupo, fazer parte de alguma coisa. Como em outros estilos, os jovens optam a ser punk primeiramente para ser alguém no meio em que vive, e por apreciar o estilo de alguém que goste e que pertença ao

movimento, essa tem sido a razão inicial para a aproximação do movimento punk. Depois ao conhecer as vestes e os costumes, passam pelo estágio da escolha: se gostarem do estilo é o momento de optar em entrar para o movimento e o próximo passo é a filosofia ou a ideia punk, muitos não chegam a conhecer, esses seriam os falsos punks, mas os que conhecem acabam seguindo os princípios e se tornam punks.

## 2.6 MODA E VIVIENNE WESTWOOD

É impossível falar do movimento punk sem falar na moda ou a antimoda, em seus trajes únicos. Como a música, a roupa desse grupo era extravagante, uma mistura de sado-masiquismo com um ar rock, só que com a interferência de muitos alfinetes, tachas, correntes, entre outros metais, muitas vezes pregos e placas de metal.

Esse estilo se mantém até hoje, ele vem menos carregado em algumas vertentes. A moda se modifica e o estilo punk vem acompanhando essas mudanças.



**Figura 6 - Grupo de punks no início do movimento.**

**Fonte: (<http://cherrybemine.blogspot.com/2010/11/punk.html>)**

Na imagem acima, observa-se um grupo de punks e punkas, eles utilizam do visual de uma androgenia com estilo bem marcante, mas com vistas a economia da época era normal o uso de calças jeans velhas para customizar e deixá-las com a

estética do movimento, as antigas jaquetas de couro de seus pais e o acréscimo de tachas e símbolos do mesmo.

Com o passar dos anos os punks foram mudando a forma de se vestir, nos anos 80 o visual com maior amplitude mundial, em certas vertentes percebe-se uma diminuição da rebeldia visual, já, em outras, a rebeldia no modo de se vestir se mantém bem forte como na imagem abaixo.



Figura 7 - Casal punk.

Fonte: (<http://moshgirlsramonas.blogspot.com/2011/03/punk-rock-e-suas-vertentes.html>)

Dois jovens punks com jaquetas com muitas tachas, com menos androgenia e nem todos com o cabelo moicano, a maquiagem diminuída, mas ainda com um estilo bem marcado, forte para o gosto das outras pessoas que estão fora do movimento.

A partir da década de 90, o punk vem como uma tendência para quase todas as estações, vindo desconstruída, e pela sombra de outras tendências maiores, e o punk vira o *glam punk* nas passarelas, com muito menos apelo crítico, mas ainda com força e um ar destruído. Muitos estilistas trabalham com um pouco do *glam punk*, trazendo caveiras, muito metal exposto, estampas fortes, muito xadrez, couro, vinil, entre outros materiais.



**Figura 8 - Glan punk nos anos 90.**

Fonte: (<http://dropsdaelisa.blogspot.com/2010/03/glamour-punk.html>)

Nos anos seguintes uma banda se destacou por seu som punk rock, a banda *Green Day*, foi um destaque entre os jovens pelo seu estilo *glam punk* na maneira de se vestir, uma roupa mais discreta, eles cativavam os jovens dessa nova geração punk e algumas de suas vertentes.

A imagem abaixo do *Green Day*, na qual eles vestem alfaiataria em tom escuro, com detalhes em vermelhos, um com o cabelo espetado e outro com moicano, discretos, mas ainda demonstrando a característica punk.



**Figura 9 - Banda Green Day.**

Fonte: (<http://jjatff.blogspot.com/2010/08/green-day.html>)

A moda punk nunca morreu, sempre esteve presente desde o início do movimento. O marco da moda punk desde o princípio se deu com Vivienne Westwood, que trouxe com ela suas inspirações para esse público, no começo com a loja Let It Rock, localizada na principal rua de referência da moda Inglesa, *King's Road*. Esta loja, que inicialmente comercializava roupas no estilo rock e roupas sado masoquistas, e após seu casamento com Malcolm McLaren, fundador da principal banda punk, os *Sex Pistols*, passou a comercializar produtos voltados para os punks.

Devido a uma série de polêmicas e problemas judiciais com a banda Pistols de seu marido, mudaram o nome da loja várias vezes, ficando o mais conhecido e último nome que veio a ser Sex, que não tinha nada de coincidência, pois era o mesmo nome da banda em que seu marido era o empresário.

Vivienne, conhecida também como a “estilista punk”, sempre teve muita atitude, inicialmente vestindo as principais bandas do movimento punk, além de sua sensibilidade em perceber o que acontecia a sua volta no campo político e social, como o movimento punk. Sempre deixou bem claro sua opinião e seu gosto, desde suas primeiras criações. Era atenta aos acontecimentos do mundo, procurando transparecer em suas roupas os seus ideais, de preferência, de forma inusitada e diferente.



**Figura 10 - Vivienne Westwood**

Fonte: (<http://alfieandchloe.wordpress.com/2010/04/08/e-o-hoje-o-beijo-vai-para-vivienne-westwood>)

Nos anos 80 chegou ao fim seu casamento com McLaren, ela se mudou para a Itália e começou a ministrar aulas na Academia de Artes Aplicadas de Viena, e a partir dessa data ampliou seus horizontes, mas sempre com um jeito irreverente. Todas suas coleções tinham uma representação punk, criou roupas com motivos políticos, críticas sociais, temas eróticos, com muito preto, vermelho, couro, correntes e rasgos.

Westwood procurou trazer a história da moda em suas coleções com muita irreverência, e pelo seu jeito de trabalhar com a moda foi considerada uma das seis melhores estilistas do mundo pela revista *Chic Savages*. Essa notável mulher desde sua guinada no movimento punk, estava no centro da moda inglesa e foi nomeada Lady pela Rainha Elizabeth II, da Inglaterra.

Abaixo um pouco das coleções de Vivienne Westwood.



**Figura 11 - Desfile de 1982 Punkature.**  
Fonte: (<http://www.flickr.com/photos/chrisdb1/page28/>)

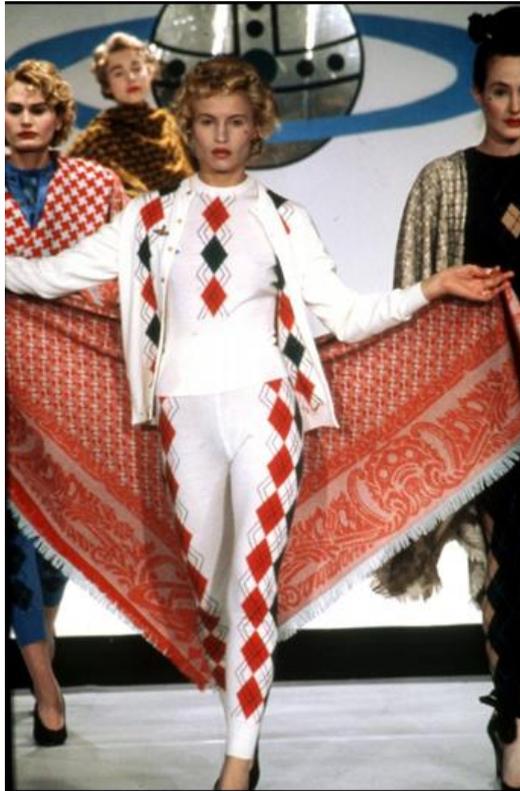


Figura 12 - Desfile 1989-90 The Pagan Years.  
Fonte: (<http://withsmt.blogspot.com/2011/04/happy-birthday-vivienne-westwood.html>)

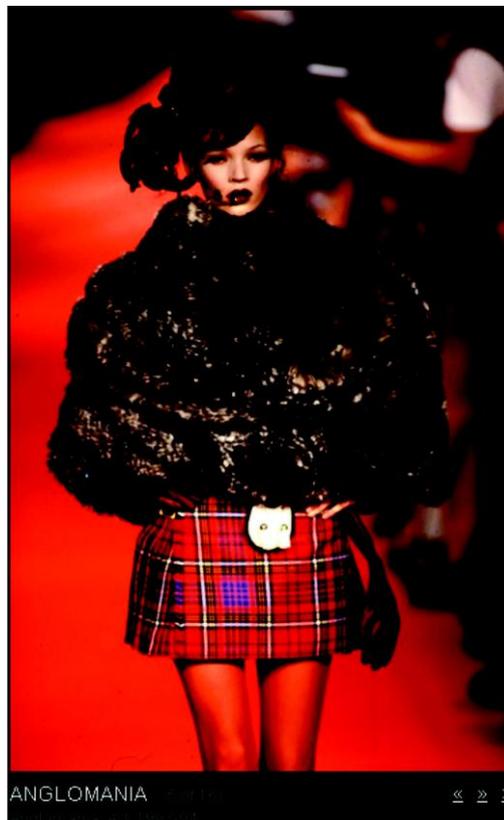


Figura 13 - Desfile 1993-94 Anglomania.  
Fonte: (<http://www.viviennewestwood.co.uk/w/the-story/anglomania>)



Figura 14 - Desfile 2011-12 Red Label.

Fonte: (<http://www.viviennewestwood.co.uk/collections/red-label-autumnwinter-201112/>)

## 2.7 MERCADO VOLTADO PARA O PUNK

Hoje as roupas punks não são literalmente só para eles, muitas peças do vestuário podem fazer parte do guarda-roupa de muitos grupos alternativos, por tanto investir nesse mercado é uma ideia que normalmente tem dado certo.

A cada dia existem movimentos e vertentes nascendo dos movimentos: punk, rock, new wave, hippie; misturar a moda do passado com toques contemporâneos ou pós-contemporâneos é o que o mundo da moda sempre utiliza. Em toda estação percebe-se um pouco do passado voltando com “cara nova”.

Calças justas, jaquetas jeans ou de couro, camisetas com estampas agressivas, bermudas e calças com tachas, peças que surgem com a influência do punk. Roupas personalizadas, com o jeito do consumidor fazendo seu próprio estilo, um visual escuro, só que com mais cores. Os jovens punks querem adquirir

materiais de sua própria cultura. Livros sobre o movimento, roupas e muita música são os principais itens em um quarto de um jovem punk.

Rebites, estonagem, corrosões, customização, em todas as empresas, usam influências punks, com um ar discreto, mas sempre presente. Ao sair em uma cidade de porte médio e olhar as vitrines, percebe-se a influência do movimento punk por todas elas. De um simples desfiado de uma calça jeans ou um lixado, as jaquetas de couro cheias de detalhes e recortes. O mercado solicita coisas diferentes e a cada dia que passa um diferente mais exclusivo e pessoal, isso é se vestir como um punk, mostrar que cada pessoa é igual, mas diferente entre si, colocar personalidade e mostrar que eles não são feitos em série.

A moda é mostrar a alma e a diferença das pessoas. Ela mostra numa leitura visual, e no movimento punk é a mesma coisa. A música em seu estilo agressivo, um estilo que pede por atenção, e que vem dizendo: eu não sou mais um número, eu sou uma pessoa, e tenho direitos e necessidades.

### **3 METODOLOGIA**

A metodologia utilizada foi por meio de pesquisa bibliográfica e comportamental, tomando como fontes primárias livros e artigos especializados no assunto, já as fontes secundárias foram levantamentos realizados por meio virtual acompanhando as tendências do setor. A pesquisa comportamental utilizou-se do método quantitativo e qualitativo, como base de coleta de dados à rede social do Orkut. Foram aplicados 400 questionários e analisados 100.

Os questionários foram considerados a partir das vertentes existentes do movimento punk, possibilitando a leitura das linhas que têm mais adeptos no Brasil ou na região do Paraná.

Já a pesquisa via internet possibilitou uma avaliação de quais são os produtos disponíveis para o público-alvo e o tipo de serviço que eles mais utilizam.

## 4 COLETA

### 4.1 GRÁFICO DE PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

Realizou-se uma pesquisa com aproximadamente 400 pessoas por meio eletrônico (internet) em um site de relacionamentos (Orkut). A metodologia da pesquisa levou a separar 100 pessoas em uma determinada faixa etária pretendida pela marca (pessoas de 15 a 25 anos), escolhida pela orientação da média de compra dessa faixa etária e por ser uma idade onde a frequência em eventos é maior, tais como: festas de debutantes, festas de formaturas, casamentos, entre outros eventos sociais. Depois de analisada as respostas das 100 pessoas, obteve-se os gráficos abaixo.

O gráfico1 mostra que entre as cem pessoas pesquisadas em comunidades de grupos punks ou alternativos no Orkut, 87% das respostas são jovens que se denominam punks ou fazendo parte de algum grupo alternativo. Outros 13% não se denominaram pertencentes de nenhum grupo alternativo, mesmo estando em comunidades de grupos alternativos.

Gráfico 1: Você se considera punk (mesmo que seja uma vertente)?

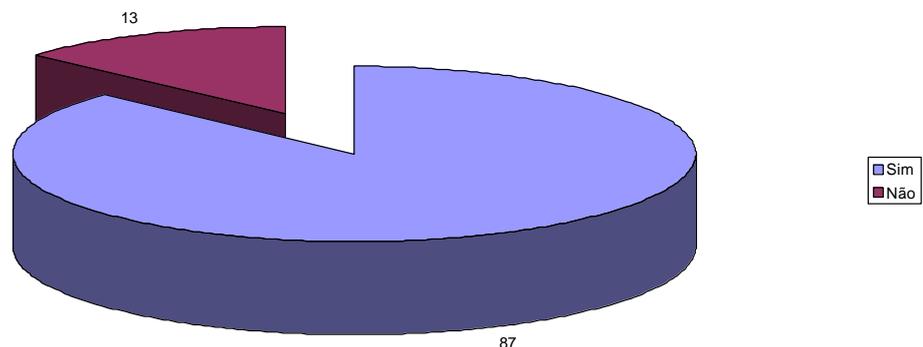
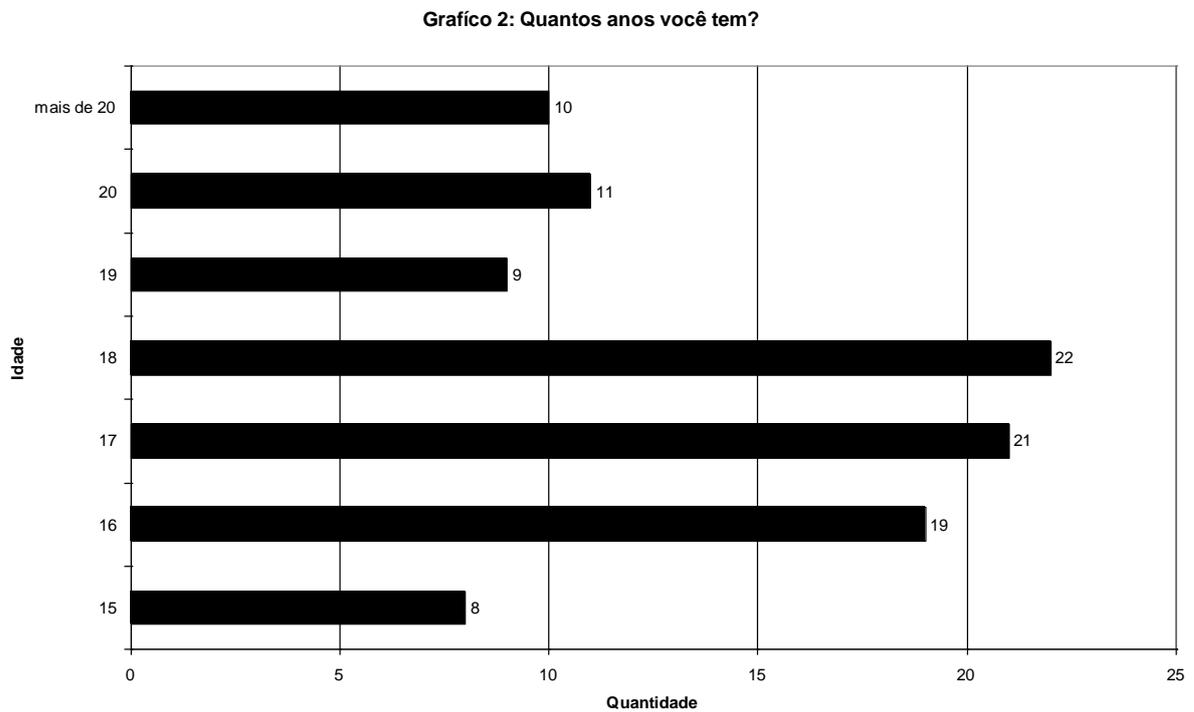


Gráfico 1- Você se considera punk (mesmo que seja uma vertente)?

Fonte: Pesquisa de campo

Já o gráfico 2 mostra que a maior população entre os grupos alternativos estão na faixa etária entre 16 a 18 anos, em sua maioria são jovens que estão na adolescência, cursando o ensino médio, ou no início da faculdade, época em que começam e ser formados os princípios e crenças pessoais, sem depender dos pais, onde os ideais e a filosofia de vida individual estão se aprimorando.

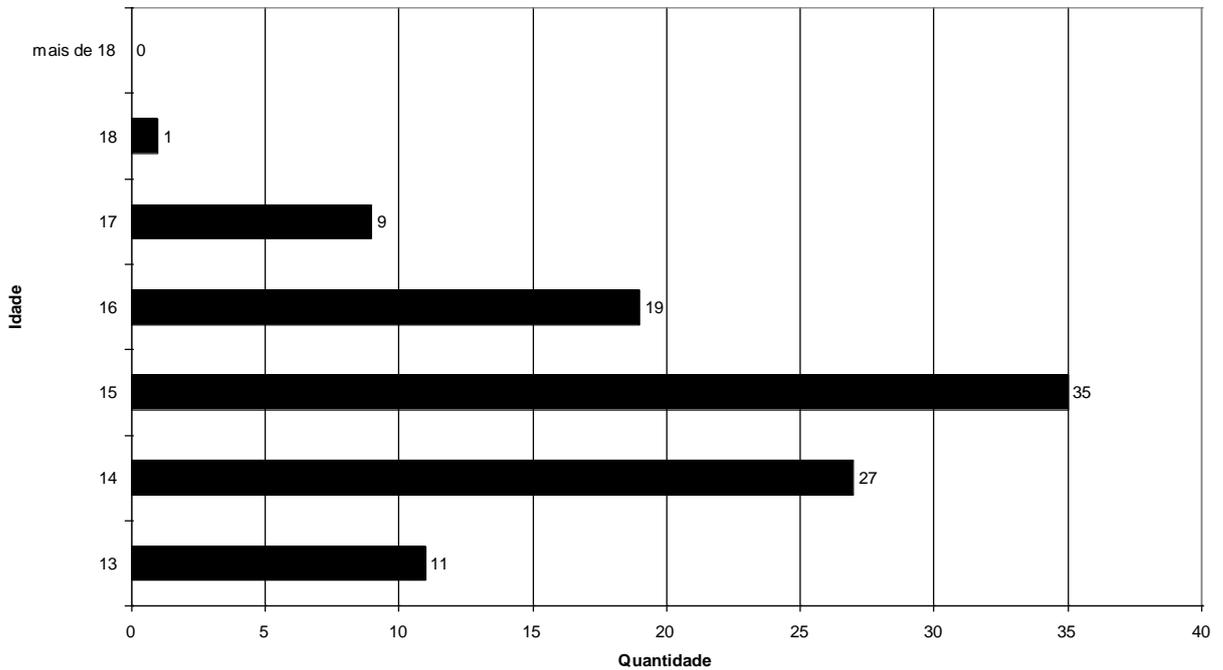


**Gráfico 2 - Quantos anos você tem?**

**Fonte: Pesquisa de campo**

No gráfico 3 vê-se que a maioria dos jovens inicia seu interesse por estilos e grupos como o punk na pré-adolescência, e conhecem primariamente as roupas e a música do grupo pertencente, e conforme vão amadurecendo criam uma consciência de um movimento, isso é o que os fazem ficar fascinados e acabam se tornando verdadeiramente punks.

**Gráfico 3: Com quantos anos você se tornou punk ou parte de algum grupo alternativo?**



**Gráfico 3 - Com quantos anos você se tornou punk ou parte de algum grupo alternativo?**  
**Fonte: Pesquisa de campo**

Já o gráfico 4, no eixo (x) a quantidade de pessoas frequentadoras de determinados lugares apresenta o local exato onde encontrar o público-alvo. Vale lembrar que nessa pergunta os participantes da pesquisa podiam escolher mais de uma opção, o que fazem. Com os dados obtidos percebe-se que a totalidade dos pesquisados frequenta shows punks, mais de 60 das pessoas entrevistadas vão às festas de 15 anos, casamentos, fazem faculdade e frequentam festas nessa mesma época, além disso, 38 pessoas dizem que frequentam academias.

Gráfico 4: Você frequenta que tipos de lugares?

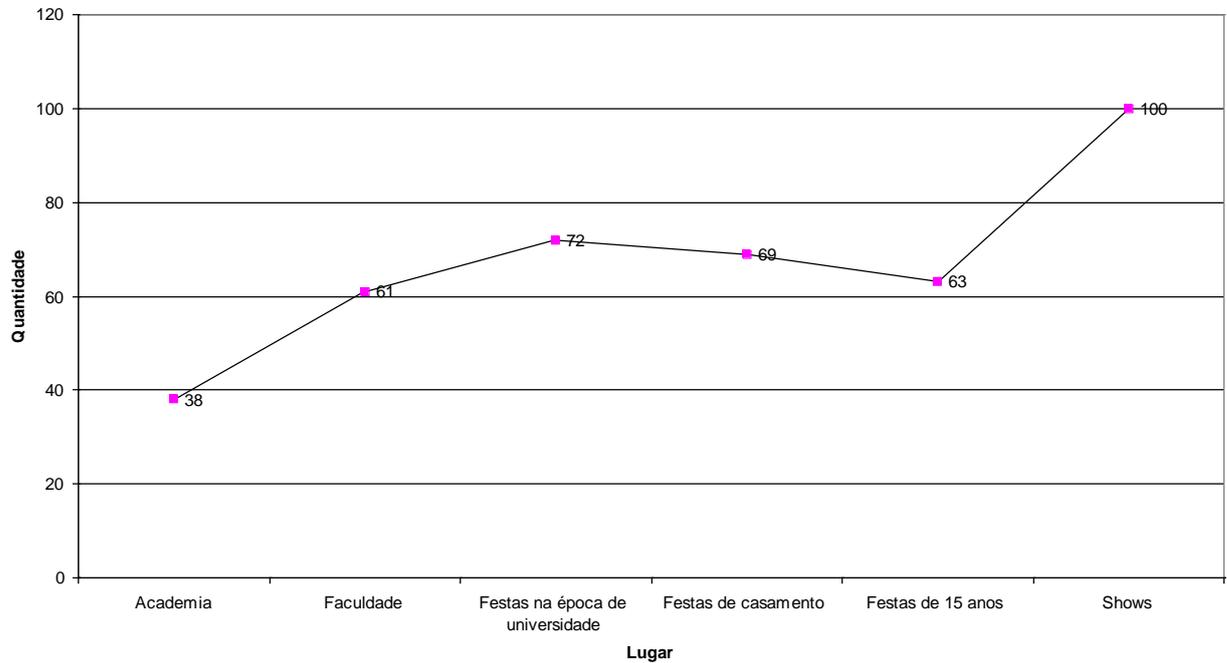
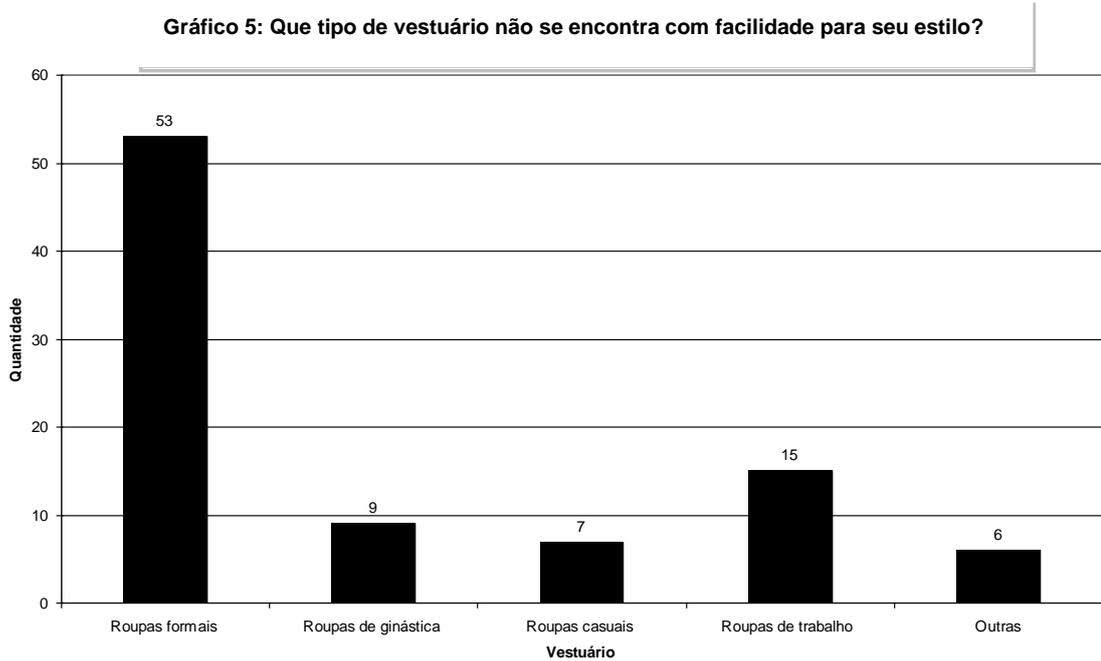


Gráfico 4 - Você frequenta que tipo de lugares?

Fonte: Pesquisa de campo

No gráfico 5 percebe-se quais são as maiores carências em relação ao vestuário do movimento, e tem-se por resultado que a maior fragilidade, como já esperado, está nas roupas de festa (formais). Esse vestuário tem se mostrado como a maior deficiência desse movimento, em seguida vem as roupas para o trabalho, fazendo com que a marca The Collin foque primeiramente em roupas para esses jovens - roupas sociais com um diferencial.

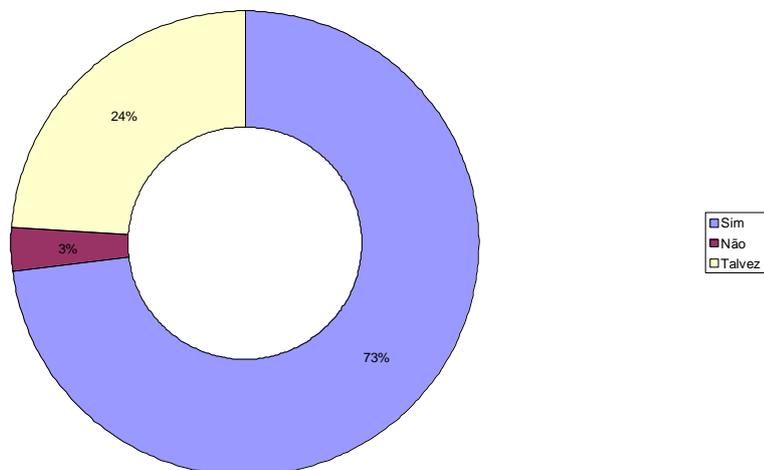


**Gráfico 5 – Que tipo de vestuário não se encontra com facilidade para seu estilo?**

**Fonte: Pesquisa de campo**

Depois de localizado o público alvo e sabendo o que o mesmo necessita, o próximo passo foi descobrir se, mesmo com esses dados, a marca teria compradores e seria viável no mercado da moda com um futuro de sucesso. Para isso, perguntou-se aos consumidores, e obteve-se o seguinte resultado apresentado no gráfico 6.

**Gráfico 6: Você compraria em lojas específicas para grupos alternativos?**



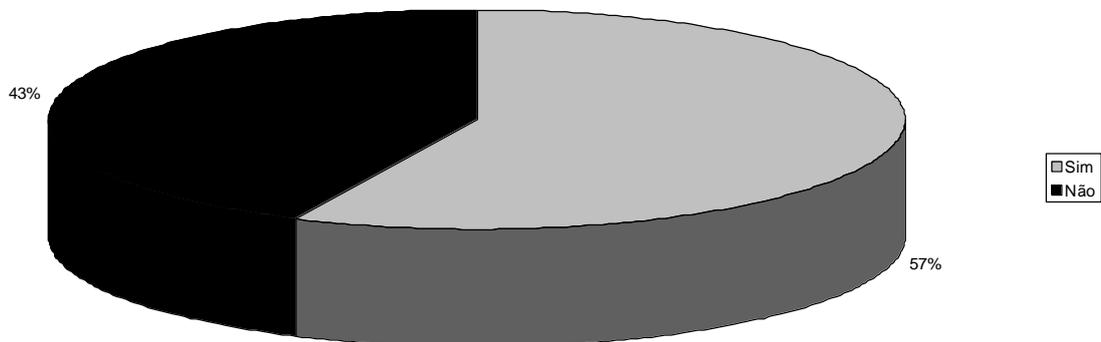
**Gráfico 6 - Você compraria em lojas específicas para grupos alternativos?**

**Fonte: Pesquisa de campo**

Os 73% dos pesquisados disseram que se houvesse uma loja específica para grupos alternativos comprariam na mesma, 24 % alegaram que talvez comprassem, seus motivos foram variados pelo “talvez”, alguns disseram que só comprariam se a roupa não fosse uma fantasia, que tivesse conceito sem se tornar uma fantasia.

Como a marca The Collin procura satisfazer seus clientes e suprir esse nicho, analisando os gráficos, têm-se como objetivos produzir roupas de festa para o público alternativo, para isso é preciso saber se há uma saída considerável dessas roupas, e com o gráfico 7 percebe-se que 57% dos participantes da pesquisa usam de 4 a 8 vezes por ano roupas de festa.

Grafico 7: Você usa frequentemente (de 4 a 8 vezes ao ano) roupas de festa?



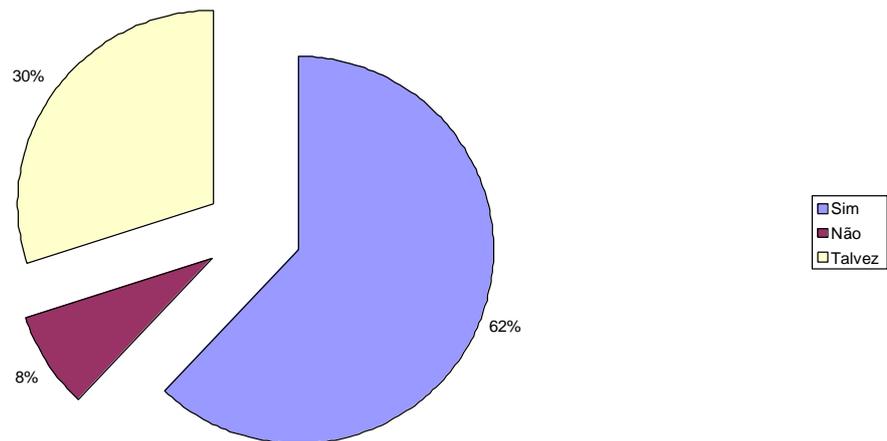
**Gráfico 7 - Você usa frequentemente (de quatro a oito vezes ao ano) roupas de festa?**

**Fonte: Pesquisa de campo**

Com a média de 6 relacionada às vezes de uso das roupas de festa, que multiplicada por 50 (número de porcentagem, excluindo os 7% da margem) chega-se a 300 peças por ano distribuídas em duas coleções: primeira de outono/inverno e a segunda primavera/verão. Cada coleção em média com 150 peças que caracteriza uma boa resposta em relação às vendas. Para a confirmação dessa hipótese perguntou-se em seguida, se fosse aberta uma loja específica, qual

seria a aceitação do mercado?

**Grafico 8: Você acredita que uma marca punk teria uma boa recepção do mercado consumidor?**



**Gráfico 8 - Você acredita que uma marca punk teria uma boa recepção do mercado consumidor?**

**Fonte: Pesquisa de campo**

Obteve-se um resultado satisfatório, mas cauteloso, quando 62% disse que sim, e 30 % que talvez, essa confirmação só se dará por completo depois que for realmente aberta, por isso de princípio a marca seria aberta em um espaço com possibilidades de crescer e expandir o mercado de atuação.

## 5 MARCA THE COLLIN E SUA PREOCUPAÇÃO COM ESSE MERCADO (PUNK)

A marca The Collin traz à tona os anos 70 para a atualidade, com um diferencial ainda não percebido pelas marcas brasileiras, um nicho ainda não muito explorado. Os jovens punks que a cada ano se renovam com adolescentes cada vez mais rebeldes.

A marca pretende satisfazer esses jovens não apenas no “dia a dia”, mas atingi-los em toda amplitude de sua vida: baladas, festas de debutantes, e porque não casamentos com roupas formais, mas com todo estilo punk.

Uma proposta completamente nova do “faça você mesmo”<sup>3</sup>, com roupas exclusivas, mas aqui o cliente interfere em sua roupa durante o processo de escolha do modelo, viabilizando a característica do cliente antes que seja produzida com o auxílio do design, possibilitando a criação de roupas com modelagem diferenciadas. Inicialmente a marca pretende atender o público feminino, mas futuramente pretende expandir para o público masculino, que agora se preocupa com caimento e um diferencial nas suas roupas. Vestidos, boleros, ternos, coletes, calças e tudo que um público diferente e com atitude pode exigir de uma marca de porte médio em seu início e com perspectiva de crescimento futuro.

É parte da marca a criação também de acessórios. Esses nada convencionais e com o objetivo de valorizar ainda mais o público-alvo, incluindo materiais que possibilitarão personalidade para a marca e para seu público. Metais, tachas, zíperes, couro, renda, não faltarão em todas as coleções.

---

<sup>3</sup> Expressão usada pelo movimento punk, em seu estilo de se vestir, é a interferência do seu eu pessoal, em suas roupas.

## **6 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO**

A marca The Collin pretende fazer suas vendas através de uma única loja, fixada na cidade de São Paulo, e venda através da internet para o resto do Brasil e exterior, tendo em vista que as roupas oferecidas na internet seriam roupas menos exclusivas com peças mais comerciais, enquanto em seu espaço físico terá roupas exclusivas, produzidas sob encomenda, e roupas feitas em escala ampliada para atender o público em geral.

Tanto na loja quanto na internet pretende-se comercializar também marcas estrangeiras que procuram satisfazer com bom gosto e estilo os clientes. Essa ação dar-se-á por meio de parceria de vendas.

## **7 MARCAS CONCORRENTES NO ÂMBITO NACIONAL**

Depois da pesquisa, percebeu-se que em âmbito nacional não existe nenhuma marca significativa para o movimento punk. Existem coleções, peças avulsas para o movimento, mas uma carência no mercado alternativo, assim, ao criar uma nova possibilidade de marca é poder contar com um canal de abertura para trabalhar com esse público.

O mercado internacional já apresenta algumas marcas como: Andron Alternative Store, Interpunk e a Toofast, lojas que trabalham com vendas, primordialmente, pela internet.

A marca The Collin objetiva criar parceiros internacionais como a marca Converse (tênis), entre outras para complementar os produtos de sua loja. Entre esses complementos, propõe também comercializar bolsas e sapatos, tanto para o público feminino como o masculino, isso para que o cliente não tenha apenas a roupa, mas todos os complementos do look em uma única loja.

## 8 PROMOÇÕES E MARKETING DA LOJA

The Collin trará quatro coleções ao ano, duas principais com maior número de peças e duas micro-coleções, que servirão como complemento das principais, e trabalhando também com peças exclusivas, sob encomenda. Respeitando as tendências ditadas pela marca, para que toda a coleção tenha uma unificação de linguagem visual.

Para atrair o público à loja pretende um visual que siga a tendência do movimento. O design do espaço físico da loja adaptado para os consumidores com estilo. A composição do espaço físico da loja com pufs de vinil, muito metal à mostra, com certo ar de galpão abandonado, ambientação com música punk, de pano de fundo, e, como um atrativo a mais, um salão de cabeleireiro no segundo andar para fazer os melhores penteados para festas e eventos, em um estilo “glam punk”.

Na loja venderá CDs para que tudo esteja em um só lugar, para que todo o estilo, todo o movimento seja encontrado em um só ambiente, atraindo assim os clientes com maior facilidade. Todos os produtos estarão também à venda pela internet.

Na área de marketing, serão confeccionados catálogos fotográficos, um site para a loja com todos os produtos disponibilizados para a venda, também a utilização das redes sociais como o Facebook, twitter, para alcançar com mais agilidade o consumidor, além de parcerias com sites de venda pela internet, por exemplo do *brands club*, para coleções mais antigas como forma de liquidação de estoque com preços mais acessíveis.

Como a Marca The Collin trabalha com um público que gosta de ter sua independência, inclusive financeira, as roupas terão várias faixas de preço, de maneira a atingir o maior número de consumidores interessados nesse nicho. As roupas mais simples custando R\$ 60,00 reais e as peças com o preço médio de R\$ 300,00 reais, será oferecida com sistema de parcelamento em até quatro vezes no cartão de crédito, em todos os produtos oferecidos na loja. Já no site a proposta diferencia da loja, a forma de pagamento pelo cartão de crédito à vista ou em até duas vezes no mesmo. Será utilizado como facilitador para os consumidores que não trabalham com o cartão de crédito o pagamento em boleto bancário.

## 9 PÚBLICO-ALVO

A marca The Collin quer atingir um público de 16 a 26 anos de idade, jovens que estão formando seus ideais, e, se encontram no meio punk, não apenas o movimento musical, mas o novo jeito de se pensar, sem barreiras, são lutadores, pessoas que não têm preconceitos quanto a raça, cor, religião e orientação sexual. Jovens tatuados com percings que, em sua maioria, estudam em áreas onde exige muito de criatividade, como publicidade, moda, artes cênicas ou artes visuais, pessoas que têm um estilo de vida, agitado.

Um público que à noite gosta de ir a bares e boates específicas do movimento punk, ou em eventos culturais, como teatro alternativo, que curta peças contemporâneas, que goste de obras de arte modernas, como os grafites ou com a utilização de materiais alternativos, enfim, um público que não goste de tradicionalismos.

São jovens que começaram a trabalhar cedo, e curtem aproveitar a vida, gostam de estar sempre perto de seus amigos. Família para esses jovens é o significado para as pessoas que eles mais gostam a sua volta, mesmo que não sejam necessariamente seus parentes. Pregam a liberdade de escolha, de ideias, pessoas que se responsabilizam por seus atos.

## 10 IMAGEM DO PÚBLICO-ALVO



Figura 15 – Imagem do público alvo.  
Fonte: (<http://camarimcultural.blogspot.com/2011/02/cultura-punk-e-sua-influencia.html>)

## 11 MACRO-TENDÊNCIA

Hyperculture abrange a grande mistura de estilos, valores e ícones, com origens culturais diferentes. É ligada ao crescimento da economia de países emergentes como a África do Sul, a Colômbia, o Egito, a Índia, a Indonésia, a Turquia e o Vietnã. As referências virão da mistura entre antigas tradições e a rapidez da internet. Desse mix cultural, envolvendo o encontro entre Oriente e Ocidente, deve surgir uma herança global. Na moda a *hyperculture* aparece multicolorida, padrões e estampas que lembram essa sensação étnica. Uma moda eclética, que junta o *high-tech* e o artesanal.



Figura 16 – WGSN.  
Fonte: (<http://www.wgsn.com>)

## 12 MICRO-TENDÊNCIA

A micro-tendência escolhida foi o romance enferrujado, com uma atmosfera romântica com cores mais sóbrias, com um toque de colorido, discreto como o ferro exposto a chuva e sol, um após o outro, retirando a cor e deixando apenas o velho ferro com um ar mais detonado, roupas com saias bem volumosas, vestidos românticos e com muito metal presente nessa coleção. Surgindo em forma de acessórios ou até mesmo com aviamentos para esses *looks* arrojados.

### **13 DELIMITAÇÃO PROJETUAL**

A marca The Collin percebe uma lacuna no vestuário dos jovens punks, por isso vem trabalhar com peças que possam atender esses consumidores, com vestidos de festa entre outras roupas apropriadas para esse público. Uma roupa que seja sensual e provocativa, sem deixar transparecer muitos detalhes do corpo feminino, a marca traz roupas para um público que não tem um padrão de corpo, por isso, modelagens que ajudem a disfarçar algum detalhe e salientar os pontos mais bonitos do corpo do cliente.

## 14 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

Trazendo nessa coleção a Romance enferrujado com inspiração no romantismo, e para dar um espírito punk, o ferro velho, fazendo o romântico ficar acabado, com um pouco do *glan* punk com peças bem provocativas e sensuais.

**15 BRIFING**



**Imagem: romance enferrujada**

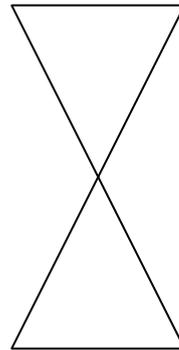
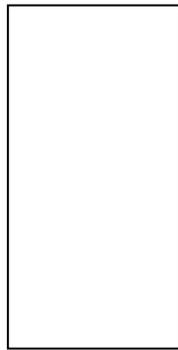
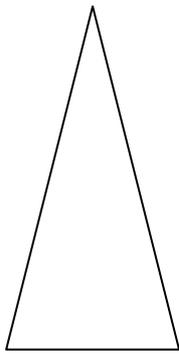
**fonte: Andre Chaves Peluso**

## 16 TEXTO CONCEITO

Deixado para traz como um carro quebrado  
Fazendo os tons enferrujados de um amor já não existente  
Ficarem à mostra, como rasgos e em uma seda delicada

Caindo em um esquecimento profundo de um abismo sóbrio  
Com o medo inapropriado de seu brilho aparecer  
E a nudez de sua essência transcender  
Para um futuro sem esperança vivente

Subindo a escala cinza de uma vida sem beleza  
Chega a uma dor convencional, mas nada periférica  
Furando a alma de um jovem rebelde  
Deixando a esperança em um mar branco de ilusão

**17 FORMAS E CORES**

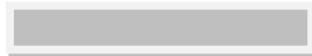
FERRUGEM



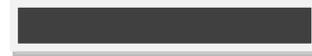
BORDÔ



CINZA



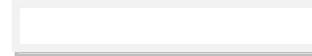
CHUMBO



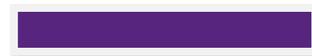
PRETO



BRANCO



ROXO



LILÁS



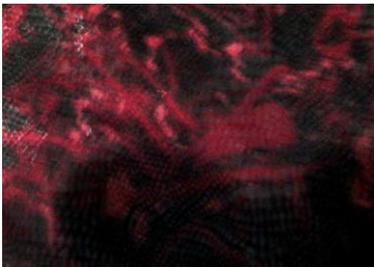
## 18 CARTELA DE MATERIAIS



Cetim 100% Poliéster



Vinil Holofóico 100% Poliéster



Pele de cobra falsa 92% Poliéster, 8% Elastano



Pele de cobra falsa 100% Poliéster



Tule 100% Poliéster



Renda 100% Poliéster



Zíper



Corrente

## 19 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO

Na coleção Romance enferrujado, aparecerão novos tecidos, como o vinil holofótico, que traz uma tridimensionalidade para as peças, tecidos com texturas diferentes, o que traz uma experiência além do visual, mas também sensorial, pelo liso do cetim, o vazado da renda, todas as diferenças de tecidos trabalhando junto e trazendo todo o romance punk. Utilizando formas como o triângulo, o retângulo e a ampulheta, para melhor vestir o corpo do público. Outro diferencial serão as modelagens, com muitos recortes, e modelagens exclusivas e modernas.

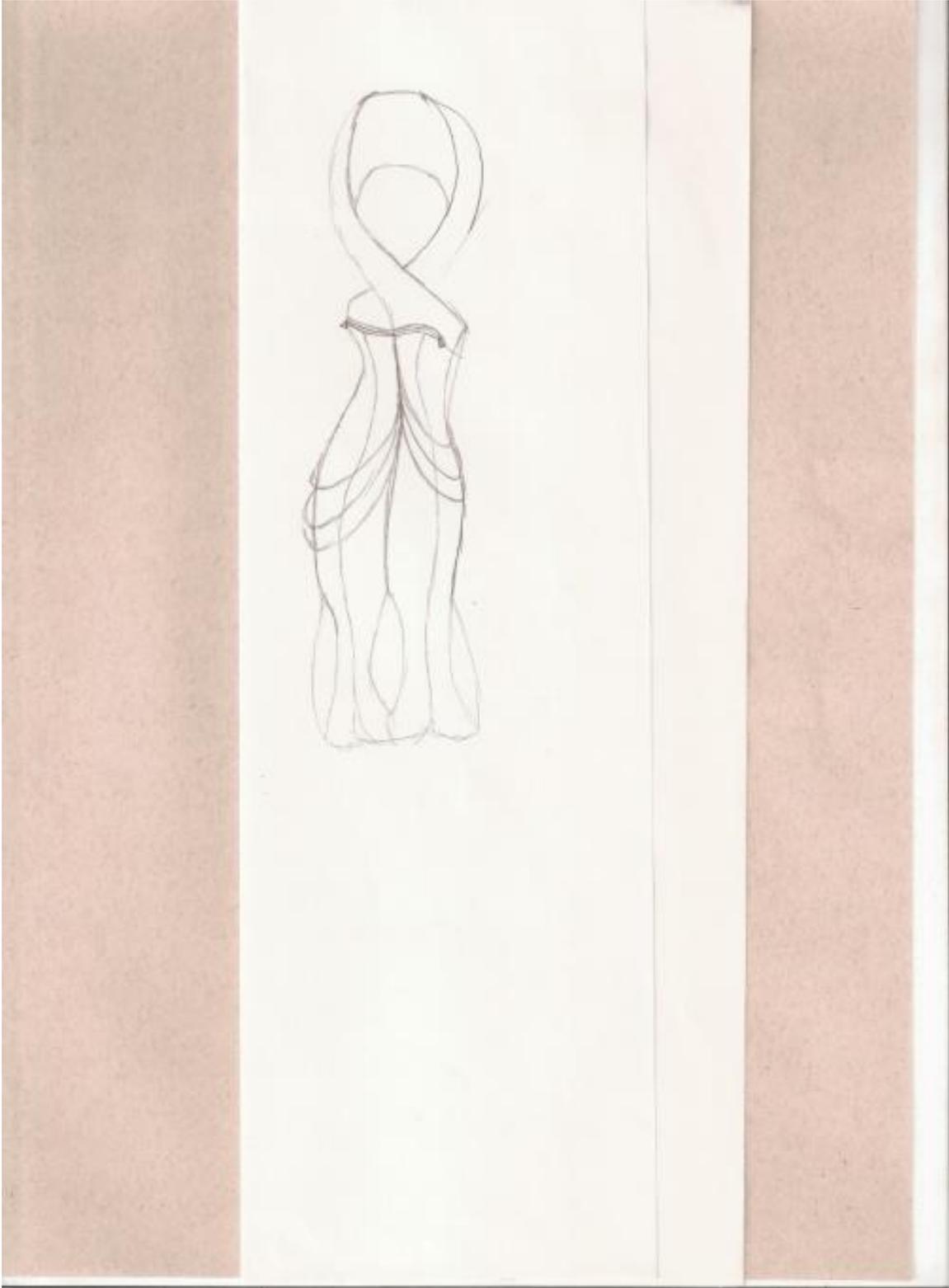
A marca pretende fazer quatro coleções, sendo duas principais e duas complementares, as coleções principais teriam em média cem peças, e essa coleção viria distribuída em aproximadamente vinte e quatro vestidos longos, trinta e seis vestidos curtos, doze macacões, oito vestidos fashion, 8 vestidos até a altura do joelho e doze complementos, e na coleção complementar teria a metade da coleção principal, assim mantendo um padrão de peças para a marca.

Para a coleção montada, teríamos vinte seis *looks* tendo neles um mix com dois vestidos até a altura do joelho, seis vestidos longos, quatro macacões, doze vestidos curtos, dois vestidos fashions e três complementos.

## **20 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS**

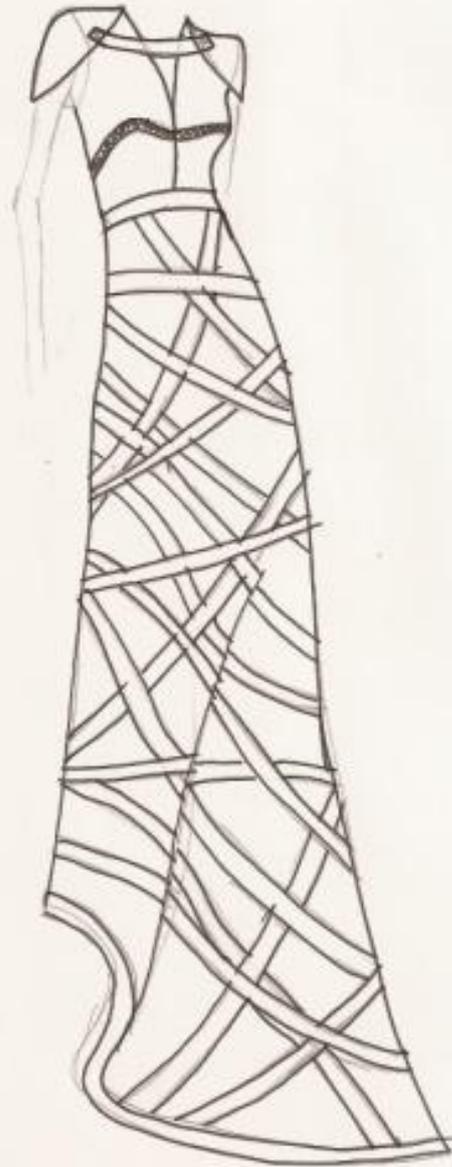


















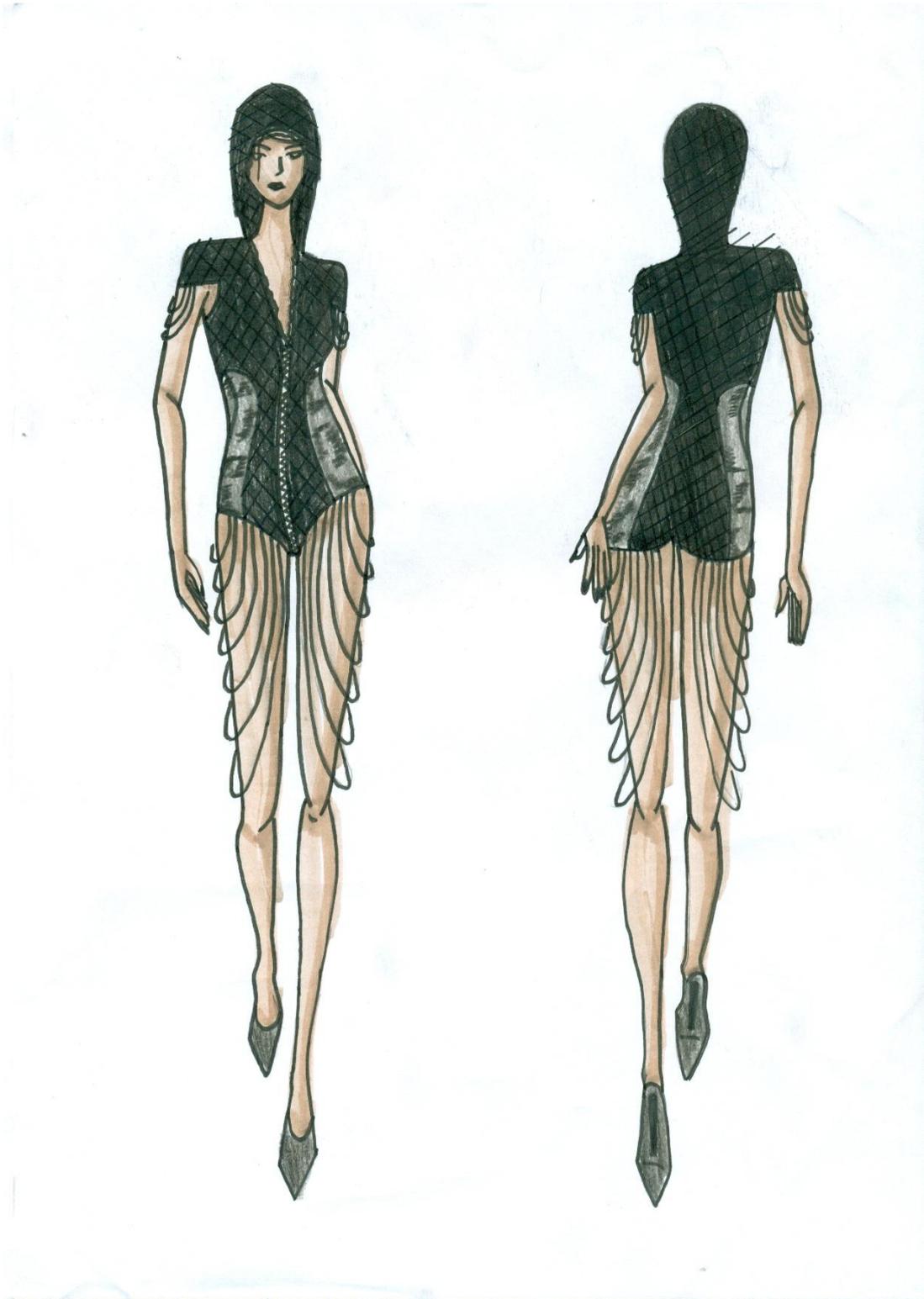




























## 21 DESENHOS ESCOLHIDOS



Esse *look* é composto por duas peças do vestuário, a primeira um vestido feito com uma pele falsa de cobra no tom bordô, com seu interior de cetim preto, uma saia volumosa de tule preto, e a segunda peça um bolero com ombreira e capuz, esse que quando aberto vira uma gola diferente, feito com vinil holofótico e forrado com o mesmo cetim preto do vestido.

Ambas as peças têm o zíper para formar uma unidade, um zíper pregado de maneira grosseira trazendo um tom a mais de punk à roupa.

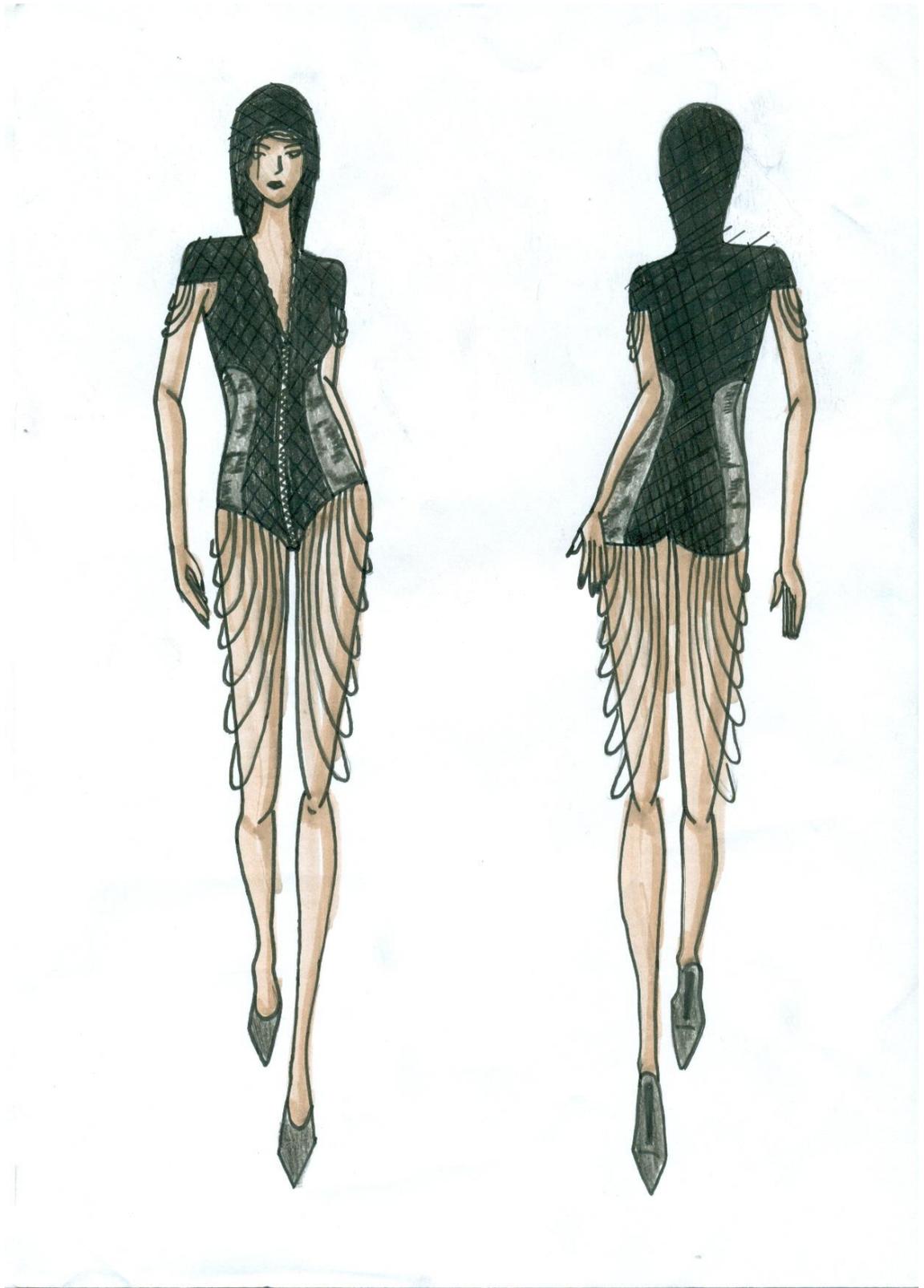


Vestido curto com touca utilizando pele de cobra falsa em tons de cinza, com abertura frontal por zíper e mais dois zíperes na linha da princesa. Com uma saia de tule na parte de trás e correntes na frente, manga com montagem de pedaços de tecidos.

2



Esse *look* seria um vestido curto com um recorte na linha da princesa e um decote em “V”, ele seria produzido em vinil holofótico, com ombreiras com pele de cobra falsa em bordô e com transpasses no mesmo tecido que as ombreiras, ele também teria quatro zíperes nos recortes princesa.



Macacão de Vinil holofótico com touca, manga integrada ao corpo, sem recorte. Detalhe na linha da princesa com tecido de cobra cinza e macacão confeccionado com tecido de cobra vermelha. Abertura frontal através de zíper e correntes nas pernas e nas mangas.



Macacão com diversos recortes em costura zigue-zague. Para unir os recortes zíper na altura dos seios, abertura nas duas laterais por zíper. Detalhe de zíper na parte superior da roupa e tule para formar as pernas do macacão com detalhes em tiras de vários tecidos.



Vestido longo em cetim preto e vinho e detalhe na parte superior com zíper e abertura por zíper na parte traseira, saia do vestido com detalhes tridimensionais.



Vestido curto utilizando cetim na cor vinho e coberto com renda preta na parte superior do modelo, na parte inferior vinil holofótico preto com efeito tridimensional. Abertura na parte traseira por zíper e detalhe de zíper na frente.



Vestido de cetim roxo coberto a parte superior com renda, detalhe de zíper na linha da princesa, correntes saindo do cós, manga curta.



Vestido em cetim preto com detalhes em roxo, apliques tridimensionais e renda, abertura lateral.



Vestido em cetim roxo e preto, sendo a base em preto e o detalhe em roxo com saia confeccionada em tule e forro em cetim preto.



Vestido em cetim roxo e preto com efeitos tridimensionais na saia, zíper na linha da princesa, com abertura na mesma, corrente saindo da cintura pelo guia do zíper e encaixado no acessório.



Vestido longo em cetim preto com detalhes tridimensionais em roxo, e recorte na parte superior também em roxo amassado, abertura traseira por zíper, frente única formada por zíper.

Esses doze modelos foram escolhidos depois de uma análise em toda a geração de alternativas, e tiveram uma melhor unidade, montando assim uma coleção coesa, onde seus detalhes, recortes e volumes estão distribuídos por todos os *looks*.

## 22 CONCLUSÃO

Com o estudo realizado com esse grupo alternativo, o punk, percebe-se que a moda tem muito ainda a explorar. Em um mundo de diversidade, passando pela história até a atualidade, percebe-se que esses jovens “rebeldes sem causa” têm muitas coisas a oferecer, mostrando que fizeram parte da história, escreveram uma parte dela. Mostraram que os jovens podem e devem ser uma força que colabora com a mudança.

A marca The Collin pretende contribuir com os jovens que ainda seguem os princípios e a ideologia do início do movimento em 1977, a manter-se com o estilo, sem distanciar da situação presente do mundo de hoje. E, certamente, os jovens atuais querem esse auxílio. Percebe-se por meio das pesquisas que ainda há jovens idealistas e com uma personalidade diferente, compreende-se que eles desejam mostrar o seu diferencial pelo intelectual e o visual. Não querem ser mais um no meio da multidão, procuram ser especiais para si mesmos e para a população em geral. Acredita-se que a marca The Collin seja um diferencial dentre tantas que são criadas e que se faz necessária numa época que o diferente é importante, a busca pelo estilo próprio é o que as pessoas almejam.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana. Visões obscuras do underground: Hackers e Rivetheads: o cyberpunk como subcultura híbrida. In: **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, p. 1-14, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-adriana-visoes-obscuras-underground.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

BIVAR, Antonio. **O Que é Punk**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

CLIMAGES. **Tendências – Outono / Inverno 2011 – Trady Twist**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.climages.com.br/blog/2011/03/tendências-outono-inverno-2011>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

ESSINGER, Silvio. **Punk: anarquia planetária e a cena brasileira**. São Paulo: Editora 34, 1999.

GALLO, Ivone Cecília D'Avila. Punk: cultura e arte. **Varia História**, Belo Horizonte, v. 24, n.40, p. 747 - 770, jul./dez. 2008.

JAMYS, Joacy. **Grito Punk: um pouco da historia do Punk**. São Paulo, 28 Set. 2005. Disponível em: <[http://www.gritopunk.hpg.com.br/art\\_historiapunk.htm](http://www.gritopunk.hpg.com.br/art_historiapunk.htm)> Acesso em: 14 nov. 2011.

KICK THE JUKEBOX. **Lounge KTJ: Punk Rock e suas vertentes**. Disponível em: <<http://kickthejukeboxx.blogspot.com/2009/06/lounge-ktj-punk-rock-e-suas-vertentes.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

OLIVEIRA, Roberto Camargos de. Cultura e vida social no Brasil contemporâneo. In: Seminário de Iniciação Científica da Universidade Federal de Uberlândia, 12., 2008, Uberlândia. **Anais do XII Seminário de Iniciação Científica da Universidade Federal de Uberlândia**. Uberlândia: Ufu, 2008. p. 1 - 11.

PEREIRA, Angélica Silvana. Gurias punks em Porto Alegre: pistas para pensar questões de gênero nas culturas juvenis. In: Seminário Fazendo o Gênero, 7., 2006, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2006. p. 1 - 7. Disponível em: <[http://www.fazendogenero.ufsc.br/7/artigos/A/Angelica\\_Silvana\\_Pereira\\_01.pdf](http://www.fazendogenero.ufsc.br/7/artigos/A/Angelica_Silvana_Pereira_01.pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2011.

PEREIRA, Daniele Prates; SANTOS, Andrea Paula dos. Sociabilidade na Contemporaneidade: os modos de Curitiba/PR e sua expressão presencial e virtual. In: TRIVINHO, Eugênio; KISHIMOTO, André Franzosi; LIMA, Paulo Alves de. **Anais online do II Simpósio Nacional da ABCiber - Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura**. São Paulo: CENCIB/PUC-SP; CAPES, 2009. Disponível em: <<http://cencib.org/simpósioabciber/PDFs/CC/Daniele%20Prates%20e%20Andrea%20Paula%20dos%20Santos.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

PIMENTEL, Carlos Eduardo; GOUVEIA, Valdiney V.; FONSECA, Patrícia Nunes da. Escala de Identificação com Grupos Alternativos: construção e comprovação da estrutura fatorial. **Psico-USF (Impr.)**, Itatiba, v. 10, n. 2, dez. 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-82712005000200003&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-82712005000200003&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 14 nov. 2011.

REYNAUX, Rafael; BRUNO, Paulo. **Movimento Punk**. Disponível em: <[www.moisesneto.com.br/punk.html](http://www.moisesneto.com.br/punk.html)>. Acesso em: 14 nov. 2011.

RONCOLETTA, Mariana Rachel. **As Macro-Tendências De Inverno 2012 Via WGSN**. A moda é. Disponível em: <<http://roncoletta.com/?p=1600>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

SOUSA, Rafael Lopes. Movimento Punk: sociabilidade, conflito e vivência juvenil no espaço público. **Cenários da Comunicação**, São Paulo, v. 2, p. 31-40, 2003. Disponível em: <[http://www.uninove.br/PDFs/Publicacoes/cenarios\\_comunicacao/cenarios\\_v2n1/cencv2n1\\_rafaelsousa.pdf](http://www.uninove.br/PDFs/Publicacoes/cenarios_comunicacao/cenarios_v2n1/cencv2n1_rafaelsousa.pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2011.

WIKIPÉDIA. **Cultura punk**. S/l, 2009. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_punk](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cultura_punk)>. Acesso em: 14 nov. 2011.

\_\_\_\_\_. **Gêneros Punk**. S/l, 2009. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/G%C3%AAneros\\_punk](http://pt.wikipedia.org/wiki/G%C3%AAneros_punk)>. Acesso em: 14 nov. 2011.

## REFERÊNCIAS ICONOGRÁFICAS

ADEBARI/REX, Eugene. **The Specials grupo Ska punk**. 2011. In: MOORE, Suzanne. A escala do desemprego dos jovens me assusta. The Guardian. 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/mar/19/youth-unemployment-lost-generation-work>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

CHERRY.BeMine. [Grupo de punks no inicio do movimento]. 2010. 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://cherrybemine.blogspot.com/2010/11/punk.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

[Desfile WGSN]. 2011. Disponível em: <<http://www.wgsn.com>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

DROPS da Elisa. **Glan punk nos anos 90**. 2010. In: Glamour punk. 1 fotografia colorida . Disponível em: <<http://dropsdaelisa.blogspot.com/2010/03/glamour-punk.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

MODA, Cultura e um pouco mais... **A Cultura Punk e suas Influências**. 2011. 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://camarimcultural.blogspot.com/2011/02/cultura-punk-e-sua-influencia.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

OS SEX PISTOLS. 2010. In: La trica Del Punk. Rock História. 2010. 1 Fotografia colorida. Disponível em: <<http://therockhistoria.blogspot.com/2010/08/la-trinca-del-punk.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

RAMONAS, Mosh Girl. **Casal punk**. 2011. 1 fotografia p&b. Disponível em: <<http://moshgirlsramonas.blogspot.com/2011/03/punk-rock-e-suas-vertentes.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

ROBOT vs Badger. **Cyberpunk: moda para as meninas**. 2010. 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://www.robotvsbadger.com/images/cyber-punk-fashion-for-girls>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

ROCKABILLY e Psychobilly. 2010. Disponível em: <<http://idreammylifeaway.wordpress.com/2010/12/22/rockabilly-e-psychobilly-2>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

ROCK 'N Roll Fridays. **Banda Green Day**. 2010. 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://jjatff.blogspot.com/2010/08/green-day.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

VIVIENNE Westwood. 2010. 1 fotografia p&b. Disponível em: <<http://alfieandchloe.wordpress.com/2010/04/08/e-o-hoje-o-beijo-vai-para-vivienne-westwood>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

VIVIENNE Westwood e Malcolm McLaren. 2010. In: Morre Malcolm McLaren, o “pai do punk”. *acho.conceitual* 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://achoconceitual.wordpress.com/category/agulhada-fashion>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

WESTWOOD, Vivienne. **Desfile de 1982 Punkature**. 2009. 1 fotografia p&b. Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/chrisdb1/page28/>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

WESTWOOD, Vivienne. **Desfile 1989-90 The Pagan Years**. 2011. 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://withsmt.blogspot.com/2011/04/happy-birthday-vivienne-westwood.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

WESTWOOD, Vivienne. **Desfile 1993-94 Anglomania**. 1994. 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://www.viviennewestwood.co.uk/w/the-story/anglomania>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

WESTWOOD, Vivienne. **Desfile 2011-12 Red Label**. 2011. 1 fotografia colorida. Disponível em: <<http://www.viviennewestwood.co.uk/collections/red-label-autumnwinter-201112/>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

**APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PÚBLICO ALVO**

Nome: \_\_\_\_\_

Você se considera punk (mesmo que seja uma vertente)?

- Sim
- Não

Quantos anos você tem?

Com quantos anos você se tornou punk ou parte de algum grupo alternativo?

Você frequenta que tipo de lugares?(pode assinalar mais de uma resposta)

- Academia
- Faculdade
- Festas na época de faculdade
- Festas de casamento
- Festas de 15 anos
- Shows

Que tipo de vestuário não se encontra com facilidade para seu estilo?

- Roupas formais
- Roupas de ginástica
- Roupas casuais
- Roupas de trabalho
- Outras \_\_\_\_\_

Você compraria em lojas específicas para grupos alternativos?

- Sim
- Talvez
- Não

Você usa frequentemente (de quatro a oito vezes ao ano) roupas de festa?

- Sim
- Não

Você acredita que uma marca punk teria uma boa recepção do mercado consumidor?

- Sim
- Não
- Talvez

## APÊNDICE B – CATALOGO FOTOGRAFICO



Produção: André Chaves Peluso  
Laura Chaves Peluso

Modelos: Bruna Buzon  
Esdra Zin  
Naiara Jade

Maquiagem: André Peluso  
Noraah Audi

Fotógrafo: André Chaves Peluso

THE COLLIN: Rua Oscar Freire, São Paulo - SP  
e-mail: [contato@thecollin.com](mailto:contato@thecollin.com)



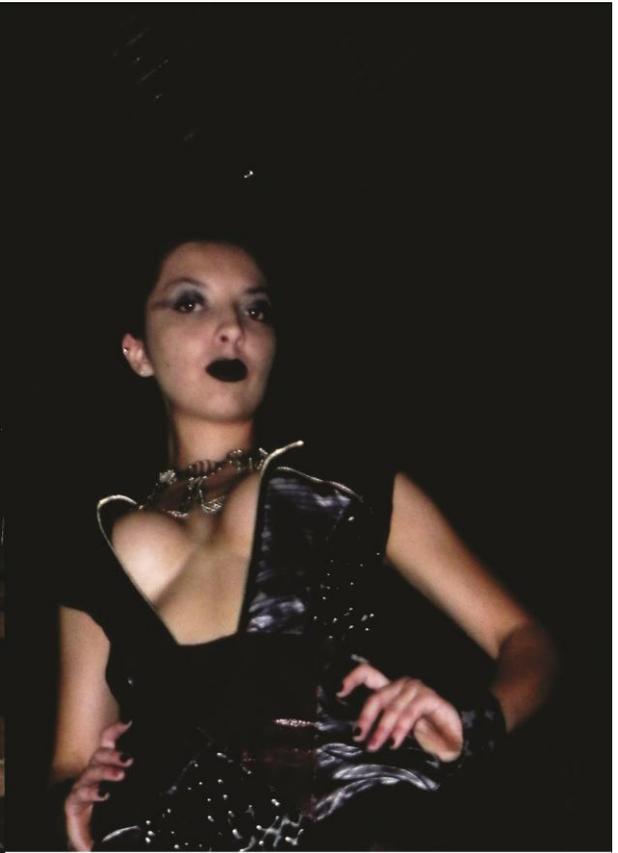
Deixado para traz como um carro quebrado  
 Fazendo os tons enferrujados de um amor já não existente  
 Ficarem a mostra, como rasgos e em uma Seda delicada

Caindo em um esquecimento profundo de um abismo sóbrio  
 Com o medo inapropriado de seu brilho aparecer  
 E a nudez de sua essência transcender  
 Para um futuro sem esperança vivente

Subindo a escala cinza de uma vida sem beleza  
 Chega a uma dor convencional, mas nada periférica  
 Furando a alma de um jovem rebelde  
 Deixando a esperança em um mar branco de ilusão

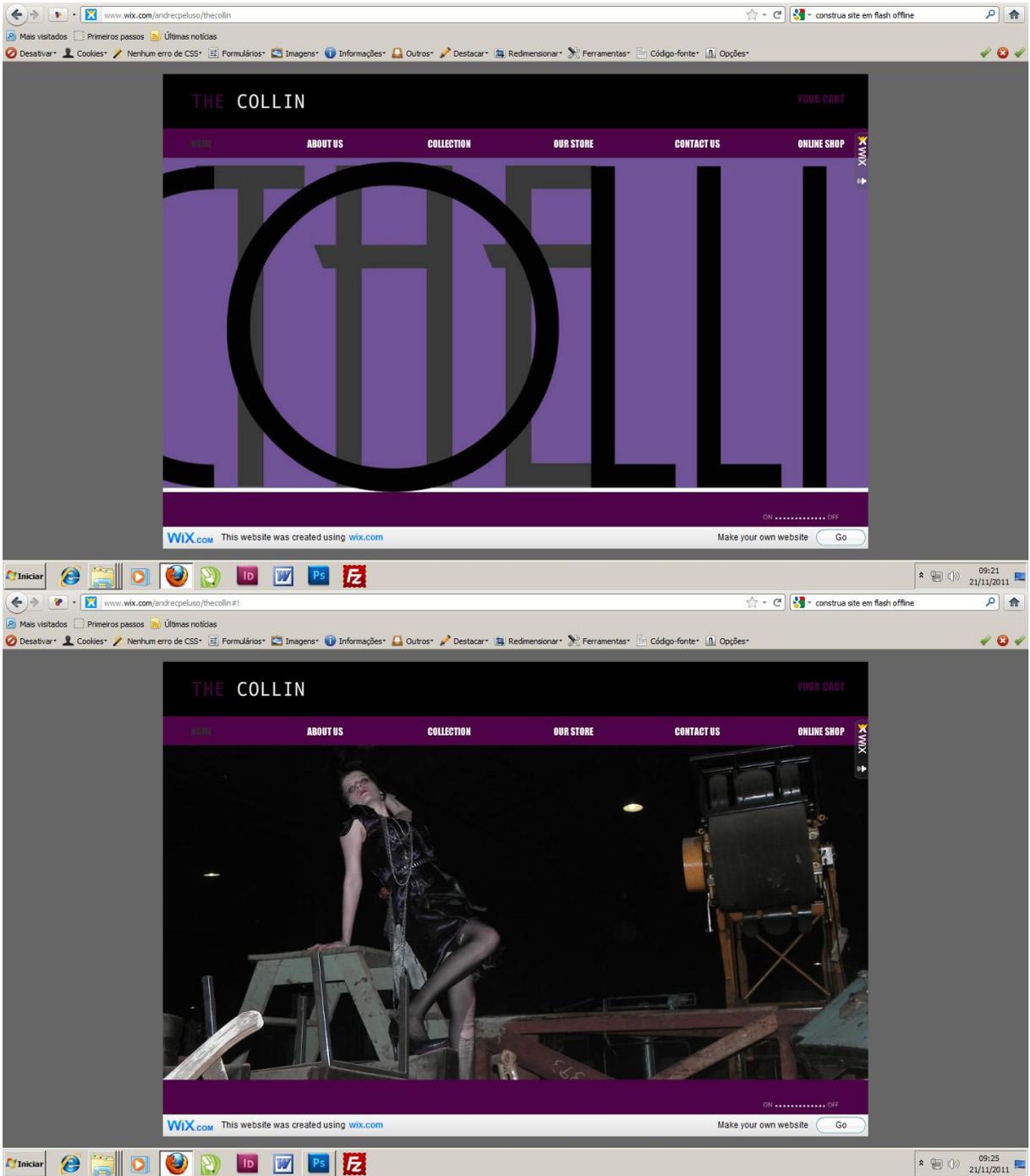


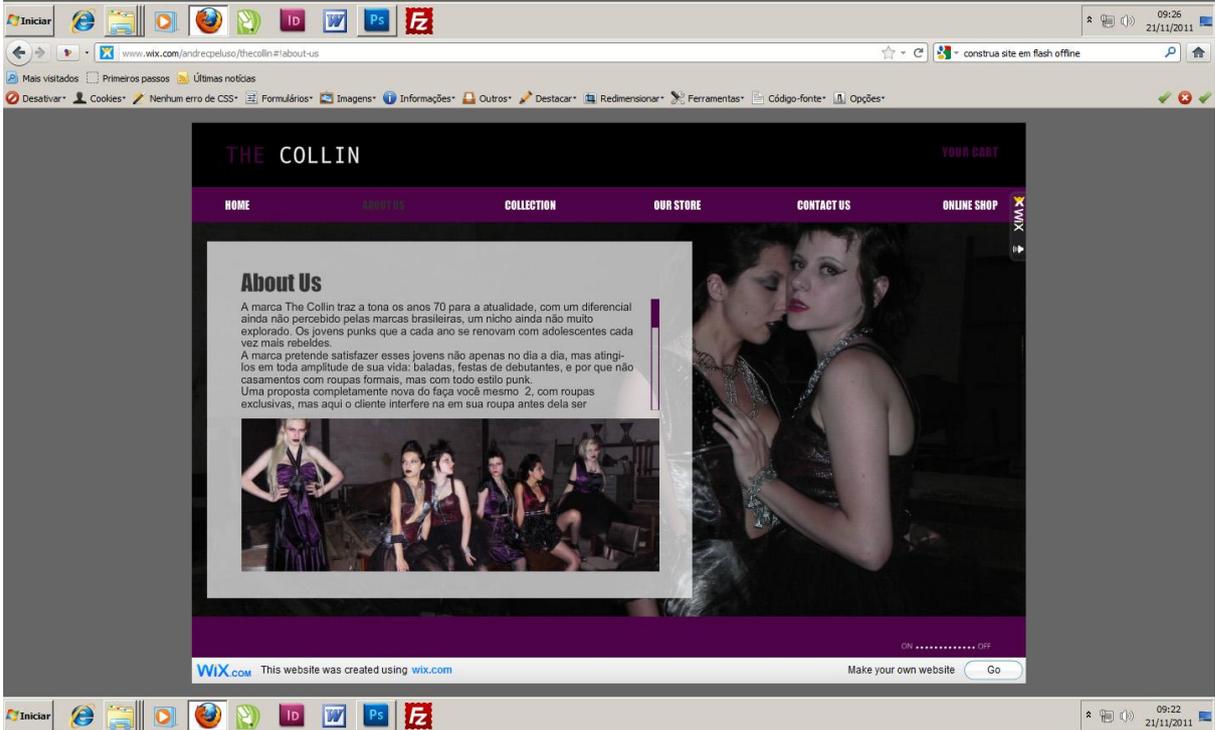
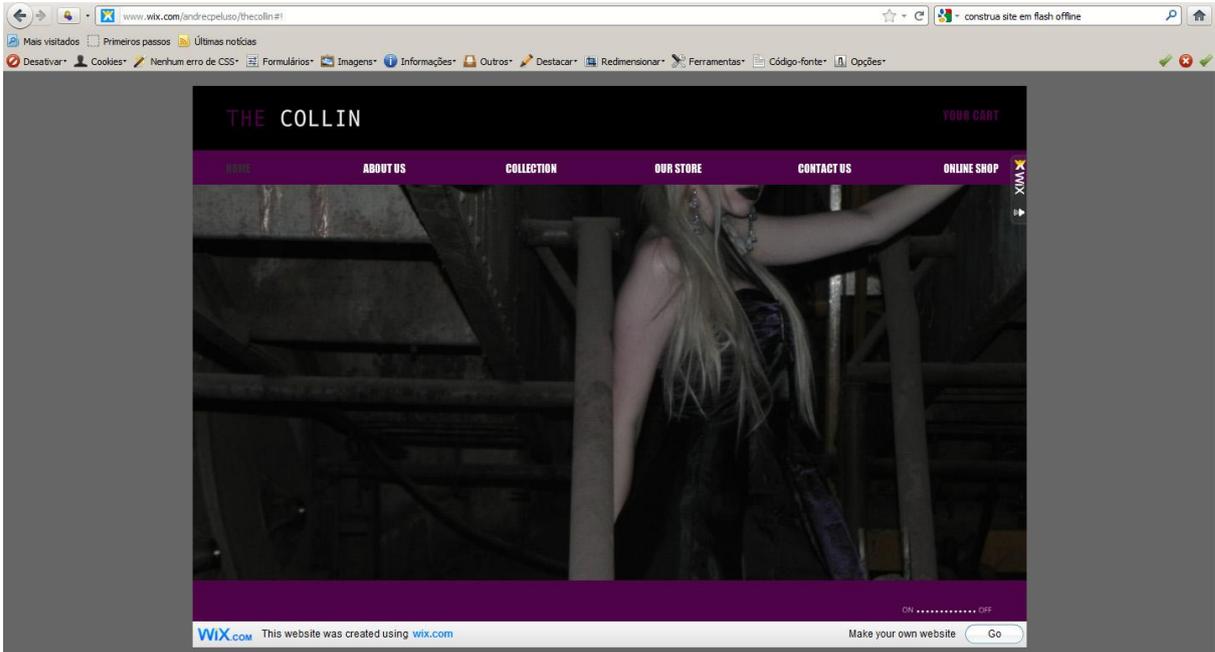


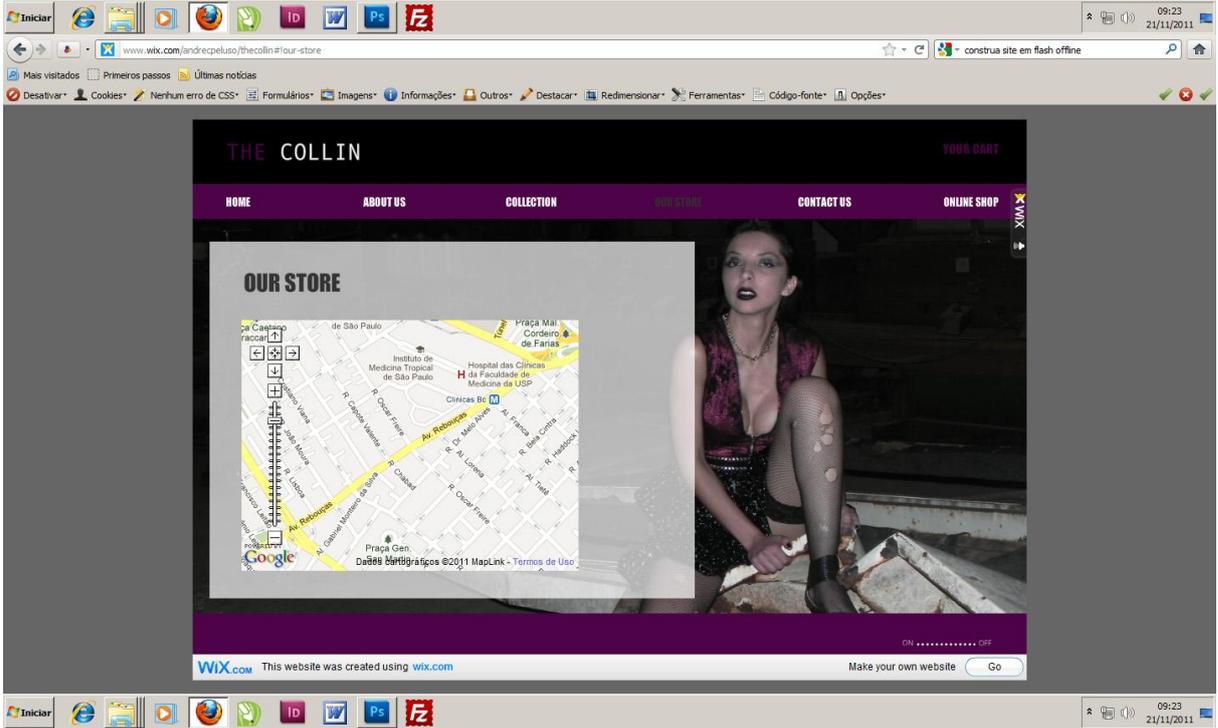
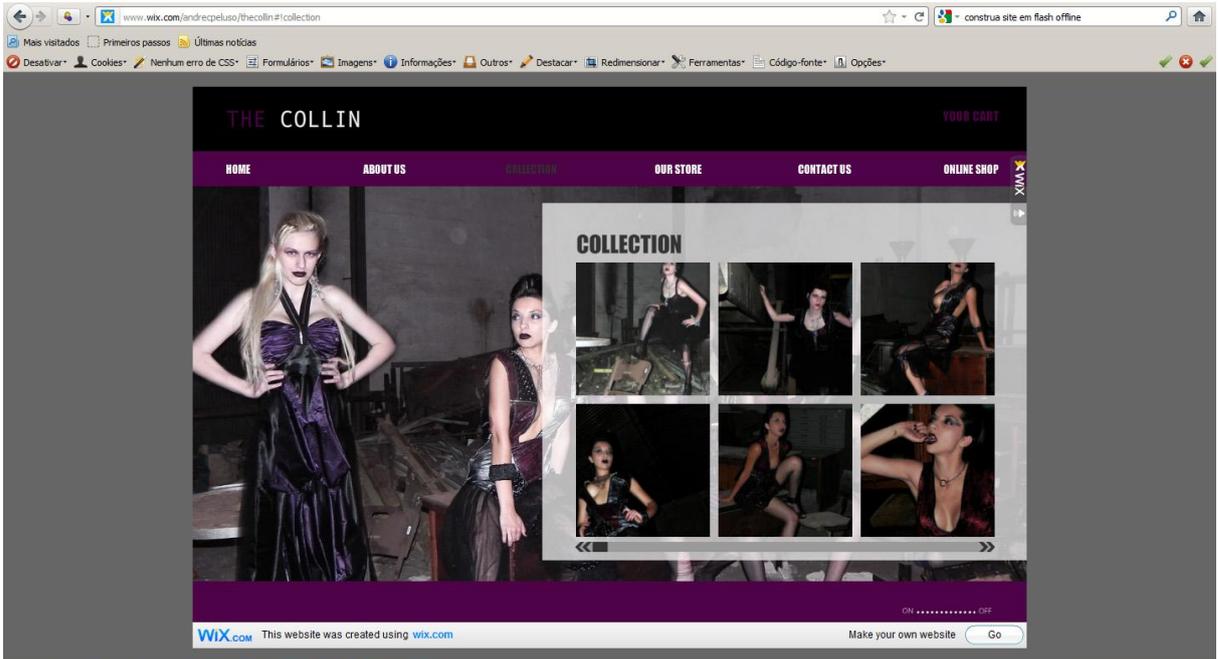


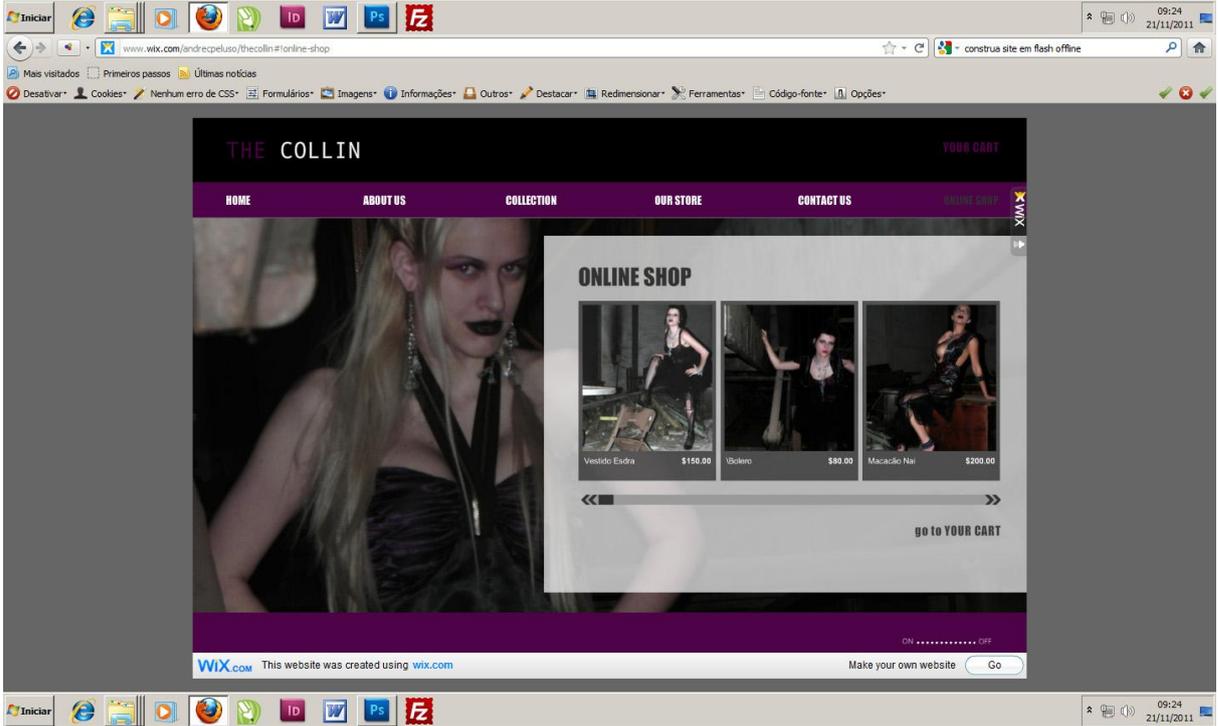
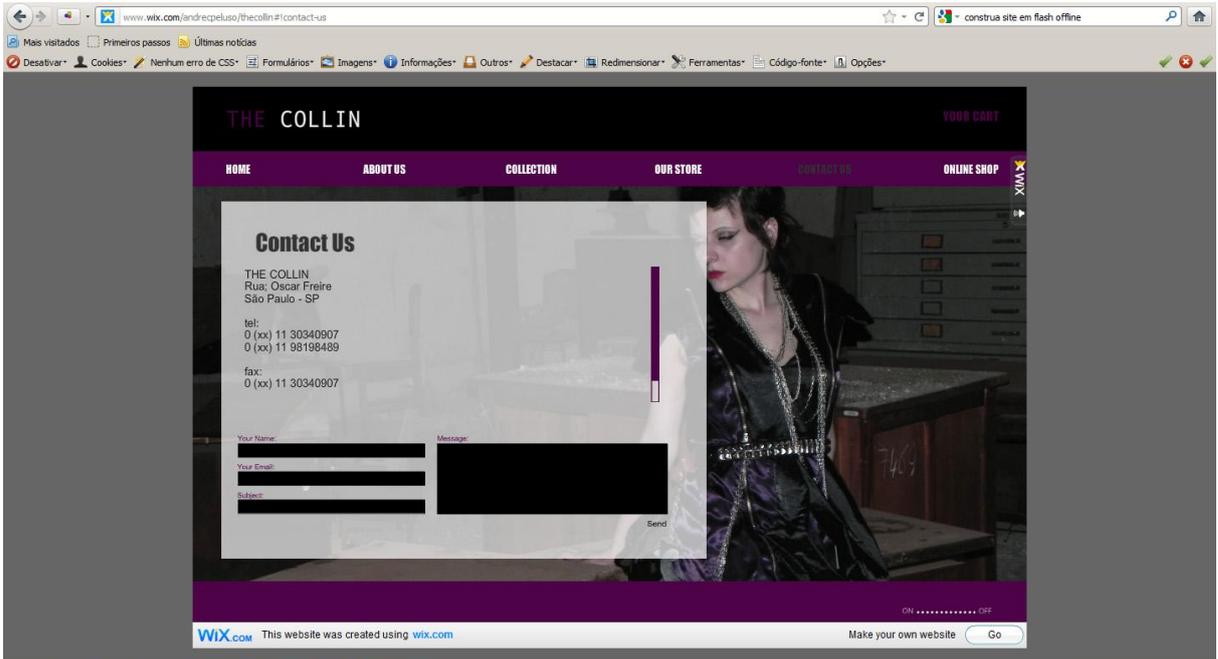


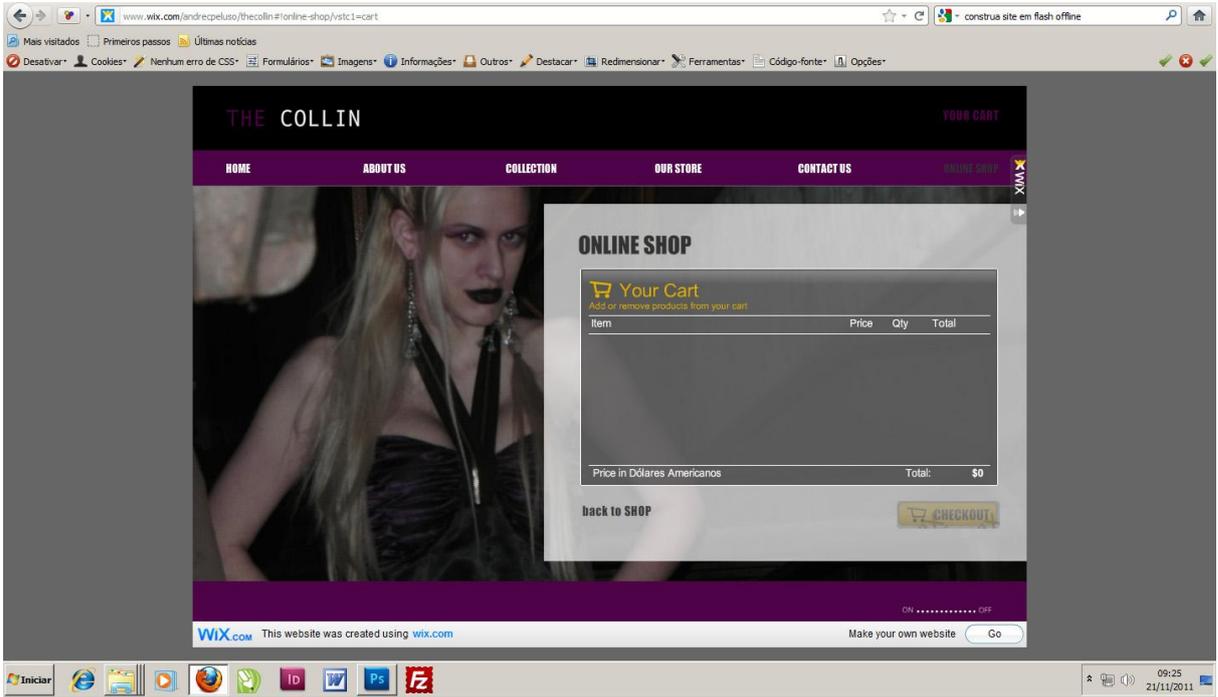
# APÊNDICE C – SITE











## APÊNDICE D - EMBALAGEM, CARTÃO, TAG E LOGO DA MARCA



Cartão da loja



Marca



Caixa de Presente



Tag Adesivo

