

MODA PUNK E IDENTIDADE NO INTERIOR PAULISTA NO INÍCIO DOS ANOS 1980

Punk Fashion and Identity in the interior of São Paulo State in the Early 1980s

Marquioni, Carlos Eduardo; PhD; Unesp/Franca, cemarquioni@gmail.com¹

Resumo: O artigo endereça elementos do *punk rock* observados na pequena cidade de Santa Gertrudes/SP nos primeiros anos da década de 1980 (em tempos pré-Internet). Apresentando o *rock'n'roll* e o modo de vestir dos anos 1950 e 1960 como as referências básicas para a estética musical e visual do *punk rock*, procura-se evidenciar que uma “estrutura de sentimento” (Raymond Williams) começou a ser definida e divulgada (com uso de tecnologias analógicas) a partir do final dos anos 1970. Neste *paper* é abordada a moda *punk* como um fator chave no estabelecimento de “identidade” (Stuart Hall).

Palavras chave: *Punk rock*; Faça Você Mesmo; estrutura de sentimento; moda; cultura material.

Abstract: The article addresses elements of punk rock observed in the small city of Santa Gertrudes/SP in the early years of the 1980s (in pre-Internet times). Presenting rock'n'roll and the way of dressing from the 1950s and 1960s as the basic references for the musical and visual aesthetics of punk rock, it is argued that a “structure of feeling” (Raymond Williams) began to be defined and disseminated (using analogue technologies) from the end of the 1970s. This paper specifically addresses punk fashion as a key factor in establishing “identity” (Stuart Hall).

Keywords: *Punk rock*; Do It Yourself; structure of feeling; fashion; material culture.

Introdução

Investigações anteriores conduzidas pelo autor deste artigo relacionadas ao rock e ao punk-rock possibilitaram o desenvolvimento de quatro hipóteses principais. A primeira delas dá conta que (i) o rock – como ocorre também em relação a romances literários – pode ser considerado como “uma possibilidade de materialidade alternativa para acesso” (MARQUIONI, 2018, p. 04) à cultura de um período; a segunda é associada ao fato de que (ii) seria possível identificar e *rastrear* elementos definidores do que se intitula aqui como a *fúria compartilhada* do *punk rock*² em metrópoles de países e continentes diferentes como Nova Iorque (Estados Unidos/América do Norte), Londres (Inglaterra/Europa) e São Paulo (Brasil/América do Sul) na passagem da década de 1970 para 1980 (MARQUIONI, 2021a), mas destacando ainda (como terceira afirmação) que (iii) tais elementos definidores da *fúria punk* não ficariam restritos às metrópoles (ou às periferias das grandes cidades). O autor procurou ainda evidenciar que tais elementos definidores seriam *compartilhados* também em pequenas localidades. Finalmente, a quarta hipótese, relacionada diretamente às anteriores, dá conta de que a percepção de materializações de iniciativas do *punk rock* ao redor do mundo dependeria (para que pudesse ser classificado

¹ Doutor em Comunicação e Linguagens. Conduz projeto de pós-doutorado intitulado “Diversão e arte (para qualquer parte): as tecnologias da comunicação de cada tempo e as manifestações culturais do pop-rock em Santa Gertrudes/SP (1980-2000)” no Programa de Pós-Graduação em História da FCHS (Faculdade de Ciências Humanas e Sociais) Unesp/Franca, onde também é pesquisador no Grupo de Estudos Culturais (GECu).

² O termo *fúria* tem sido empregado pelo autor no contexto das investigações que tem conduzido “não no sentido de choque ou polêmica, mas para designar práticas vinculadas a problemas observados e à motivação em promover alterações para superá-los” (MARQUIONI, 2021b, p. 145).

como *punk*) do (iv) acesso pelos atores sociais ao conteúdo *punk* produzido; contudo, tem-se argumentado que ações relacionadas à *fúria punk* estariam, para além daquele *acesso*, associadas, ainda, a uma “estrutura de sentimento” – ou a uma cultura em formação em meados da década de 1970.

Defende-se então que a *fúria* do *punk rock* seria observada tanto em metrópoles mundiais quanto em pequenas localidades mesmo em tempos quando as tecnologias da comunicação disponíveis para uso se limitavam àquelas analógicas: o *compartilhamento* ocorreria de modo mais limitado/restrito do que aquele observado no contexto da cultura digital. Como empiria, o autor tem abordado especificamente a cidade de Santa Gertrudes – sua cidade natal – que, localizada no interior paulista, contava, no início da década de 1980 com cerca de 6.000 habitantes (MARQUIONI, 2021b, p. 146). Um aspecto comum aos vários artigos produzidos nas investigações anteriores é que as análises ocorrem sempre a partir da música produzida e das relações possíveis com o *ethos Faça Você Mesmo* (ou *Do It Yourself* – a partir daqui DIY) – sabidamente uma característica chave do *punk*, ainda que anterior ao gênero musical. Procurando ampliar a perspectiva estritamente musical, neste artigo (que é parte de uma investigação pós-doutoral iniciada em 2024) são propostas análises e reflexões que abarcam também o modo de vestir dos atores sociais nos primeiros anos do *punk rock*, argumentando que a estética visual (como a musical) também fora *compartilhada* entre localidades em períodos pré-Internet (novamente alcançando desde metrópoles mundiais até pequenas cidades).

Para endereçar o papel da música enquanto referência também nas origens estéticas visuais do *punk rock* (sob a perspectiva da moda *punk*, e considerando inclusive a contribuição da moda no estabelecimento de “comunidades imaginadas” (ANDERSON, 2011)), argumenta-se que tanto o *rock’n’roll* produzido e gravado nas décadas de 1950 e 1960 quanto o modo de vestir dos músicos e de pessoas de seu entorno naquele período contribuíram decisivamente na definição do vestuário dos atores sociais do *punk*. A abordagem procura ainda ilustrar relações entre a música e a moda – não apenas porque a “roupa apresenta os sinais mais visíveis, nos espaços de circulação de uma grande cidade [e, defende-se aqui – também nas pequenas localidades]” (ABRAMO, 1995, p. 70), mas destacar que, sob a perspectiva da cultura material, a “cultura vem acima de tudo a partir dos objetos [das coisas materiais]” (MILLER, 2010, p. 54) que os grupos sociais possuem e compartilham (que acabam sendo chave enquanto elementos de identificação e pertencimento).

Sobre origens comuns: a música e a moda *punk* remetendo aos anos 1950 e 1960

O autor deste *paper* tem abordado a relevância do *acesso* a conteúdos para a percepção de compartilhamento de uma “estrutura de sentimento” (WILLIAMS, 2001).³ No caso deste *paper*, com o destaque

³ A noção de “estrutura de sentimento” (WILLIAMS, 2001) constitui recurso teórico chave nas investigações conduzidas pelo autor (e na produção científica de Raymond Williams): corresponde à “cultura de um período” (WILLIAMS, 2001, p. 64). Cultura é considerada aqui também segundo a perspectiva do pesquisador

de que mesmo em tempos de uso de tecnologias analógicas da comunicação, quando havia um ritmo menos acelerado do *acesso* às materialidades (comparativamente àquele observado no contexto da cultura digital), era possível a percepção de um “sentimento” similar – da “estrutura de sentimento” – ao redor do mundo.

Vale uma explicação: ocorre que especialmente ao considerar a parte “sentimento” da noção teórica formulada por Raymond Williams enquanto “significados e valores tais como são vividos e sentidos ativamente” (WILLIAMS, 1979, p. 134), argumenta-se aqui que seria possível – em função do contexto vivido a cada período *sentir/compartilhar* significados mesmo que com acesso limitado ou em temporalidades menos aceleradas em relação às materialidades culturais. Assim, uma vez com *acesso*, ocorreria a percepção de que o “sentimento” seria parte de um contexto maior (no caso do *punk rock*, o que se considera aqui como a *fúria compartilhada*). Complementarmente, o *acesso* possibilitaria identificar as materialidades produzidas também enquanto ocorrências de “cultura material”:⁴ no caso do *punk rock*, especialmente as materialidades relacionadas à música (os álbuns gravados de música *punk*). Neste artigo defende-se que também o modo de vestir (a moda) *punk* seria propagado a partir daqueles álbuns (particularmente a partir das capas dos LPs). Em outros termos: complementarmente ao “sentimento” (enquanto *experiência vivida*) compartilhado, o *acesso* às materialidades comunicacionais permitiria a sensação de pertencimento. Trabalha-se então no presente artigo procurando desenvolver a hipótese de que a música (em especial aquela produzida nas décadas de 1950 e 1960 – como o modo de vestir daquele período) contribuiu decisivamente para definir as estéticas tanto musical quanto visual do *punk rock* (observando que também no caso da moda foram adotados aspectos do *ethos* DIY). Para desenvolver tal hipótese, valem algumas observações em perspectiva teórica.

Inicialmente, deve-se destacar que o modo de vestir contribui com o estabelecimento de uma identidade “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2006, p. 13): o vestir compartilhado pode remeter a

desejos e aspirações contraditórios [...] [, como] o anseio de um sentido de pertencimento a um grupo ou aglomeração e o desejo de se distinguir das massas, de possuir um senso de individualidade e originalidade; o sonho de pertencimento e o sonho da independência; a necessidade de apoio social e a demanda de autonomia; o desejo de ser como todos os outros e a busca de singularidade (BAUMAN, 2013, p. 24).

Especialmente para se estabelecer e compartilhar identidade a partir de “réplicas” (ANDERSON, 2011, p. 62) no modo de vestir, entende-se aqui que analisar a estética visual é fundamental para compreender o *punk rock*. Inclusive para complexificar afirmações como aquela segundo a qual o modo *punk* de vestir constituiria

galês, enquanto “significados comuns, o produto de todo um povo [...] eles [os significados comuns/compartilhados] são feitos ao longo da vida, feitos e refeitos” (WILLIAMS, 1989, p. 8).

⁴ Na perspectiva da cultura material, “as coisas, como as roupas, não representam as pessoas, mas de fato constituem quem elas são” (MILLER, 2010, p. 23), pois “É o relacionamento entre o objeto e o grupo social que é crucial” (MILLER, 1987, p. 118). Com isso, a “palavra cultura nos diz que as sociedades elaboram o que elas são e o que elas fazem de formas diferentes. Através de parentesco, rituais e também via seus objetos” (MILLER, 2010, p. 48). Sobre a roupa sendo parte da constituição da pessoa, recomenda-se a leitura do artigo no qual é analisada a peça feminina indiana Sari (MILLER, 2010, p. 23-31).

uma alternativa para “escapar da mediocridade, do tédio da massificação e da própria imposição da indústria da moda” (ABRAMO, 1995, p. 83); de fato, depoimentos indicam que o “Punk era mais do que música. Algumas lojas e barracas de roupas funcionavam como pontos-chaves de inspiração. As lojas serviam como pontos de encontro, onde trocar influências e, no caso da loja Sex [, abordada adiante, também] fornecer ideias novas e radicais em uma série de designs brilhantes de roupas” (ROBB, 2012, p. 99). Especificamente ao abordar aqueles pontos de encontro enquanto locais nos quais seriam oferecidas inspirações, pode-se argumentar que o que pode ser observado também no caso do modo de vestir não constitui mera “imitação” (ABRAMO, 1995, p. 97) entre as localidades. De fato, haveria “**experiências similares**, que resultam na adoção das mesmas referências” (ABRAMO, 1995, p. 97, grifo meu) a partir da constituição de um “‘sentimento’ *punk* do período” (MARQUIONI, 2021b, p. 155).⁵

Enquanto depoimentos de jovens da década de 1970 (MARQUIONI, 2021a, p. 208-221) dão conta que o rock (especialmente algumas formas produzidas no início dos anos 1970) era criticado, também o estabelecimento de identidade em relação ao aspecto visual do período (em especial saltos-plataformas e calças boca-de-sino – associadas aos trajes do *Glam Rock*) encontrava resistências (THE FILTH AND THE FURY, 2001). Tais depoimentos costumam referenciar como seu momento de interesse musical as décadas de 1950 e 1960, como no caso do escritor de rock estadunidense Legs McNeil (um dos responsáveis pelo registro da história oral do *punk rock* em Nova Iorque). McNeil faz referência direta à canção gravada por Elvis Presley na década de 1950 para mencionar seu desconforto musical pessoal: “Nós queremos algo como ‘Don’t step on my blue suede shoes’, o que é provavelmente a coisa mais política que você podia dizer, porque é sobre liberdade pessoal” (PUNK, 2005). É possível relacionar a afirmação de McNeil com depoimento de Martin Rev (membro dos *Suicides*), que também destaca a referência que os *punk rockers* observavam nas décadas anteriores ao afirmar que, ao olhar “um pouco para trás [, você] vê que o *rock’n’roll* dos anos 1950 é, de fato, *punk*” (PUNK, 2005). No Reino Unido, Joe Strummer (vocalista e guitarrista da banda *punk* londrina *The Clash*) materializava seu interesse pelo *rock’n’roll* da década de 1950 atuando como membro da banda de *rockabilly* *The 101’ears*.

Limitações no conhecimento de teoria musical, associadas ao uso de instrumentos musicais e equipamentos precários, não possibilitaram que a música que os jovens músicos de meados dos anos 1970 então criavam *soasse* como aquela produzida nas décadas de 1950 e 1960: estas limitações acabaram “constituindo a base estética [musical] do *punk rock*” (MARQUIONI, 2021a, p. 210). Contudo, é razoável inferir – em especial

⁵ Ainda que Sid Vicious tenha afirmado no período que o modo de vestir tivesse sido transformado, parecendo ter se constituído “um exército agora, uma facção: chique” (THE FILTH AND THE FURY, 2000), em sintonia com depoimento de John Lydon algumas décadas mais tarde que os *punk rockers* “adotaram como atitude uma imagem uniforme, e a coisa toda era sobre ser você mesmo” (THE FILTH AND THE FURY, 2000), parece relevante observar que, enquanto elemento constituidor de identidade e pertencimento para que fosse possível identificar “comunidades imaginadas” (ANDERSON, 2011), ao menos um nível mínimo de “réplicas” (ANDERSON, 2011, p. 62) deve ser esperado.

considerando o estabelecimento de “uma determinada identidade” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 23) – que o interesse na música das décadas anteriores alcançaria também a moda. Ou, em outros termos, que aqueles jovens também considerassem se vestir como os músicos das décadas anteriores. Afinal, os “Grupos sociais podem ser segmentados de acordo com a lógica dos objetos com os quais eles [aqueles grupos] estão associados” (MILLER, 1987, p. 128). Mais especificamente, é razoável considerar que os jovens procurariam estabelecer identidade visual considerando aspectos da juventude das décadas anteriores nas quais identificam valor estético musical.

Argumenta-se aqui então que a base da imagem que seria associada aos *punk rockers* vem da imagem de personalidades como o ator James Dean (e o uso de jaqueta de couro) e dos paletós trajados por músicos como Chuck Berry e Elvis Presley (no caso dos Estados Unidos) e da cultura *mod* (no caso do Reino Unido).

Neste ponto é necessário desenvolver breves comentários acerca da loja *Sex* como ponto de encontro mencionado anteriormente: inicialmente, deve-se destacar a dificuldade no consumo de roupas que remetessem à moda dos anos 1950 e 1960 na Europa da década de 1970: comentário do guitarrista Marco Pirroni (que tocara com *Adam & The Ants* e com *Siouxsie & The Banshees*) dá conta de que havia em Londres uma loja, a *Let it Rock*, que importava “a velha Levi’s de pernas retas para o Reino Unido. Você pode pensar que podia comprá-las em qualquer lugar em 1971, mas você *não podia*. Coisas como uma camiseta preta – você não as encontrava” (ROBB, 2012, p. 82; grifo no original). Apesar do estranhamento que a afirmação pode provocar, deve-se observar que se vivia na Inglaterra no período o auge do *Glam Rock* (e, definitivamente, calças jeans e camisetas pretas não constituíam o modo de vestir dos roqueiros *Glam* – como pode ser observado, por exemplo, nas roupas das personas de David Bowie *Ziggy Stardust e Aladin Sane*). Contextualizando o depoimento de Pirroni (e procurando estabelecer a relação mencionada anteriormente neste artigo), vale mencionar John Robb – que explica que a

Let it Rock foi a primeira loja criada por Malcom McLaren e Vivienne Westwood no número 430 da Kings Road [...] no final de 1971. A loja especializou-se em roupas *revival* dos anos 1950 [...] [e seria rebatizada ainda como] *Too Fast to Live, Too Young to Die* (entre 1973-74) [...] [antes de ser,] No final de 1974, [...] novamente relançada [rebatizada] como *Sex* (ROBB, 2012, p. 82-83).

Enquanto as roupas comercializadas na *Let it Rock* sugeriam rebeldia (afinal, vendiam roupas ao estilo *Teddy Boys* em tempos de *Glam Rock*), seus preços eram altos. Como alternativa óbvia, outras poucas lojas ofereciam opções de consumo em Londres, como conta o DJ, cineasta e músico Don Letts: a “*Acme Attractions* [...] [também] vendia roupas retrô” (ROBB, 2012, p. 100); mas, na *Acme Attractions*, Gene October (vocalista da banda *Chelsea*) comenta que eram vendidos “produtos de segunda-mão dos anos 1960, como botas Chelsea, calças com cintura nos quadris [calças *saint tropez*] e camisetas, coisas que eram bastante baratas” (ROBB, 2012, p. 103). Assim, “um visual *punk rock* [...] se tornaria um estilo definidor amplamente adotado, nascido de achados em brechós vintage” (DOE, 2016, p. 82): a alternativa foi adotada inclusive na pacata cidade de Santa Gertrudes

na passagem dos anos 1970 para 1980, quando paletós eram adquiridos pelos jovens *punk rockers* locais em feiras realizadas em formato “*Bazar da Pechincha*” (FILIER, 2020).

Procurando alternativas de consumo: das lojas à customização (e de volta às lojas)

Um personagem indubitavelmente relevante no contexto do *punk rock* em relação à moda tanto nos Estados Unidos quanto no Reino Unido é Malcom McLaren. O inglês, que atuou como empresário (nos ramos da moda e da música) viveu uma temporada nos Estados Unidos, quando foi agente dos *New York Dolls*: atento para a relevância do modo de vestir no contexto do rock, McLaren fazia uso especialmente do recurso do choque do público a partir das roupas vestidas por seus músicos (MARQUIONI, 2021a, p. 211-212). Enquanto atuou como empresário dos *New York Dolls*, fazia os músicos do grupo vestirem “trajes vermelhos inspirados nos comunistas [comunistas] e fazendo toda a coisa política, e os [*New York*] Dolls não tinham nada a ver com política” (MCNEIL; MCCAIN, 1996, p. 209). Ao retornar à Europa, McLaren passa a promover o choque através da aplicação de suásticas nazistas e da comercialização de roupas rasgadas (estas últimas, com evidente *inspiração* no modo de vestir que observara em relação aos *punk rockers* de Nova Iorque), camisas de força e roupas de vinil inspiradas em práticas sadomasoquistas. Aqui, ainda que a referência a práticas sadomasoquistas possa sugerir inicialmente uma ruptura com a perspectiva da referência estética visual com o *rock'n'roll* produzido nas décadas de 1950 e 1960, uma análise cuidadosa permite inferir não ser este o caso. Ocorre que os participantes da banda nova-iorquina *Velvet Underground* (referência fundamental para o *punk rock*), especialmente durante a realização da turnê intitulada *E.P.I.* (nos anos de 1967-1968, quando era referenciado o contexto vivido na *Factory* de Andy Warhol), trajavam roupas de couro e utilizavam no palco artefatos de práticas sadomasoquistas durante suas apresentações (MARQUIONI, 2018, p. 5-11): assim, mesmo a referência ao sadomasoquismo remete à música produzida na década de 1960. Potencialmente esse contexto também contribuiu para rebatizar o estabelecimento comercial localizado no número 430 da Kings Road como *Sex*: a opção parece inclusive contribuir para promover choque já a partir do nome da loja na conservadora sociedade britânica do período (THE FILTH AND THE FURY, 2001), além de possibilitar relacionar o nome daquela loja diretamente ao nome da banda que McLaren iria empresariar: os *Sex Pistols*.

Ao considerar que os preços praticados na *Sex* eram impeditivos para consumo pelos jovens *punk rockers*, a alternativa óbvia encontrada (para não ampliar a prática de furtos) foi aplicar um recurso fundamental do *punk*: o *ethos* DIY (afinal, ao observar sua quase onipresença no caso do *punk*, potencialmente ele alcançaria também a produção de roupas). Quem comenta é *Captain Sensible* (músico da banda londrina *Damned*), ao afirmar que a alternativa para conviver com a falta de recursos financeiros e se manter na moda em meados da década de 1970 era “pegar uma jaqueta velha, rasga-la, colocar alfinetes de segurança nela e você estava no ápice

da moda” (ROBB, 2012, p. 104). De fato, “quando o retrô está em voga, quando parecer ‘imprestável’ é o fino do fino new wave, torna-se difícil, com efeito, estar absolutamente fora de moda” (LIPOVETSKY, 2009, p. 166). A partir da percepção da viabilidade daquela aplicação do *ethos* DIY à moda *punk*, “as bandas compravam em lojas pequenas e customizavam as próprias camisetas e outras peças de roupa” (ROBB, 2012, p. 104). Em termos conceituais, “ao ‘customizarmos’ uma roupa, [...], ao ouvirmos determinado tipo de música, podemos estar tanto ‘consumindo’, no sentido de uma experiência [...] [quanto] nos ‘autodescobrindo’ ou ‘resistindo’ ao avanço do consumismo em nossas vidas” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 23).

As customizações de roupas alcançariam um nível tal que o baixista da banda *X* John Doe – estudante de *design* no final dos anos 1970 (DOE, 2016, p. 16) – chegou a comentar que ele próprio “fazia roupas punk” (DOE, 2016, p. 19). No caso inglês, Arturo Bassick (baixista do *Lurkers*), afirmara que sua banda seria “**verdadeiramente** uma banda **punk**. [Para justificar sua afirmação, complementa:] Nós **não andamos nos circuitos da moda**. [...] Nós **vestimos roupas que fazemos**” (ROBB, 2012, p. 344; grifos meus). Segundo a perspectiva, um *punk rocker autêntico* deveria produzir suas roupas (ao invés de contribuir com a indústria da moda). Ari Up (cantora alemã que foi vocalista da banda inglesa *The Slits*) também comenta que ao ver “o Clash [...] percebi quão importante para eles era *pixar* suas roupas. Eu voltei [para casa,] rasguei e *pixei* todas minhas roupas. [...] Eu mesma produzi” (ROBB, 2012, p. 196).

O fato é que ao considerar o contexto do período, ao invés de simplesmente afirmar que o “feio passa a constituir um ideal estético, a ser a base para a beleza; a indigência é tomada como matéria de criação [...] [, estabelecendo as] bases sobre as quais se cria um estilo capaz de compor uma identidade e afirmar uma imagem positiva para si” (ABRAMO, 1995, p. 103), parece apropriado destacar que, de fato, a “brigada do DIY [contribuiu para que] [...] bandas nervosas e malvestidas [subissem] no palco pela primeira vez em clubes para jovens e salões de igreja” (ROBB, 2012, p. 03). Em tais apresentações, mais do que simplesmente considerar os membros das bandas malvestidos, há que se observar que aqueles membros estavam trajados de acordo com um padrão visual que promoveria identidade e pertencimento em função de um “sentimento” em definição no período, como pode ser observado inclusive em fotografia de apresentação da banda *punk* Lixo Atômico na cidade de Santa Gertrudes (apresentada na próxima seção deste artigo). E há que se observar ainda que mesmo as customizações de roupas alcançaram a pacata localidade do interior paulista:

A primeira vez que a turma dos *punks* [de uma geração seguinte àquela dos membros da banda de *punk rock* local Lixo Atômico] saiu [em Santa Gertrudes] foi nesse [...] carnaval; meu irmão escreveu [na roupa] ‘Sub’ [, referenciando a coletânea *punk* brasileira]; eu escrevi ‘Cólera’ [referenciando a banda homônima], depois coloquei um A; foi quando o Carlinhos falou: ‘pega uma tampinha de Nescau e faz uma bola em volta [do A, para criar a representação usual de anarquia], senão não faz sentido’ (FILIER; HENRIQUE, 2017).

O depoimento evidencia que ainda que com acesso limitado e compreensão parcial em relação aos sentidos relacionados ao *punk rock* em tempos pré-Internet, customizações ocorriam por toda parte no estabelecimento da identidade *punk rock* inclusive em relação ao modo de vestir. Este *modo* é abordado na próxima seção deste artigo, a partir de registro fotográfico da banda santa-gertrudense *Lixo Atômico*.

Imagens da fúria compartilhada em relação à moda: os *punk rockers* de Santa Gertrudes

Foi brevemente mencionado em nota de rodapé anterior que John Lydon (a.k.a. Johnny Rotten – vocalista dos *Sex Pistols* e do P.i.L. [*Public Image Ltd.*]) afirmou que “Os punks arruinaram a coisa. Eles adotaram como atitude uma imagem uniforme, e a coisa toda era sobre ser você mesmo” (THE FILTH AND THE FURY, 2000). Apesar da afirmação de Lydon, é fundamental destacar que a adoção daquelas *imagens uniformes* não caracterizaria simplesmente o emprego de cópias, mas tentativas de estabelecimento de identidade e pertencimento através de elementos de “cultura material”. Considerando esta perspectiva, é apresentada aqui uma breve análise comparativa entre o modo de vestir de *punk rockers* dos Estados Unidos e Europa com aquele adotado pelos músicos da banda santa-gertrudense de *punk rock* *Lixo Atômico* (Figura 1).

Figura 1: Único registro fotográfico de apresentação da banda gertrudense de *punk rock* *Lixo Atômico* (com destaques)



Fonte: acervo pessoal de Parsifal Lourenço Filier, gentilmente fornecida ao autor deste artigo (os destaques com setas e números são do autor do artigo)

Na imagem fotográfica é possível identificar elementos chave associados ao *modo punk* de vestir. Sobre aquele *modo* em Santa Gertrudes, Parsifal Lourenço Filier mencionou que as referências iniciais que os jovens da pequena cidade tiveram foram “as capas de discos (não tem como fugir delas) [...] [e as] revistas. Víamos muitas

revistas” (FILIER, 2020). O uso de revistas enquanto *fonte de informação* foi apontado também por Rat Scabies (baterista da banda inglesa *The Damned*): Scabies comenta que em meados dos anos 1970, o “conhecimento do punk de Nova Iorque chegava [em Londres] através da revista [fanzine] Punk” (ROBB, 2012, p. 184). Filier menciona ainda que a percepção do modo de vestir confirmou-se apropriada “quando fomos para a [loja de discos] *Punk Rock* [em São Paulo/Capital] comprar nossos primeiros discos [e] vimos todo mundo vestido daquele jeito [...] também. [...] Parecia que morávamos em São Paulo, porque estávamos iguais a eles” (FILIER, 2020). No caso do registro fotográfico, vale destacar afirmação de que “nos vestimos [para ir à apresentação da banda do modo] como costumávamos nos vestir na época” (FILIER, 2020): mais do que uma produção elaborada para uma ocasião específica, a fotografia retrata um compartilhamento de significados culturais observado também no interior paulista, o que permite aponta-la como “materialidade alterativa” (MARQUIONI, 2018) para acesso à “estrutura de sentimento” então vivida no contexto do *punk rock*.

Na Figura, o destaque 01 é dado para Parsifal Lourenço Filier (baterista do Lixo Atômico): o músico traja jaqueta militar, analogamente – por exemplo – ao modo de vestir do baterista Topper Headon no videoclipe da canção ‘The Call Up’, da banda inglesa *The Clash*. O traje militar remete também à capa do álbum *Sandinista!* da mesma banda. Os destaques identificados com 02 (da esquerda para a direita) são para Pezão (Dinael Denardi, *roadie* do Lixo Atômico [de costas] e Lê (Leandro Filier Júnior, guitarrista do Lixo Atômico): é possível observar com frequência o uso de jaquetas de couro, por exemplo, por parte dos músicos dos *Ramones* (como no caso do algum homônimo de estreia da banda). O destaque 03 é para Márcio (Márcio Jacomini, vocalista do Lixo Atômico), que veste camiseta com nome de banda. O uso do recurso é frequente entre *punk rockers*, como pode ser observado – por exemplo, no caso de *Skank Kid* (espécie de mascote da banda *Circle Jerks*, que é inclusive referenciada na camiseta de Jacomini); aquele mascote é constantemente apresentado nas capas e em encartes de álbuns da banda (como no caso de *Wild In The Streets*). O uso de camisetas de banda pode ser observado também na foto da capa do álbum *GroupSex* dos mesmos *Circle Jerks*. Finalmente, o destaque 04 aponta para Califa (José Jardini, contrabaixista da banda Lixo Atômico), que traja paletó. O acessório pode ser observado, por exemplo, nas capas dos álbuns *Blank Generation* (de *Richard Hell and the Voidoids*) e *The Clash* (álbum de estreia da banda homônima).

De fato, uma breve análise comparativa possibilita identificar uma série de elementos que sugerem um “sentimento” entre *punk rockers* relacionado ao modo de vestir considerando cidades, países e continentes diferentes. Parece ser possível afirmar que, analogamente ao que foi possível observar em relação à música, quando o contexto vivido na passagem dos anos 1970 para 1980 contribuiu para o compartilhamento da *fúria punk* em relação à música alcançando cidades por todo o mundo (MARQUIONI, 2021b), também no caso da moda é possível encontrar traços daquela *fúria* sendo *compartilhada* inclusive em pequenas localidades.

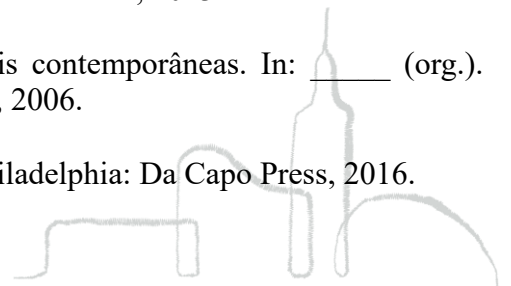
Considerações Finais

Analogamente ao que ocorrera com a música *punk*, que alcançou países em vários continentes, o modo de vestir *punk* também ultrapassou fronteiras. Potencialmente em função da referência musical principal (que constituía inclusive a sonoridade que os *punk rockers* dos primórdios do gênero musical esperavam produzir), o *rock'n'roll* dos anos 1950 e 1960, o visual adotado remeteria também àquele período. A partir do uso de calça jeans, camiseta e paletó ou jaqueta de couro (inclusive procurando se destacar enquanto não pertencentes ao contexto vigente do *Glam Rock*), um primeiro grupo de indivíduos estabeleceu os elementos que caracterizariam uma “estrutura de sentimento”; ou um compartilhamento de significados que proporcionava identidade e pertencimento a partir da moda.

Na perspectiva deste artigo, entende-se ser possível afirmar que, ao analisar em relação ao *punk* as ações DIY englobando a música e a moda nos primeiros anos do gênero em meados dos anos 1970 nos Estados Unidos (mas observando que aqueles *primeiros anos* se estendem por, ao menos, mais uma década ao abordar outros países – como Inglaterra e Brasil –, em função da velocidade então possibilitada pelo uso das tecnologias da comunicação em anos pré-Internet), o que ocorrera a partir do final da década de 1970 foi parte de uma “estrutura de sentimento” associada à execução de ações práticas para superar dificuldades. Tais ações alcançavam desde formar grupos musicais independentemente de limitações em equipamentos ou habilidades técnicas musicais (MARQUIONI, 2021b) até promover pertencimento a partir do uso de peças de roupa *punk* (eventualmente com customização de peças). E há que se destacar que tais ações não ficaram restritas a grandes centros urbanos: de fato, a “estrutura de sentimento” em definição naqueles tempos anteriores ao estabelecimento da cultura digital podia tanto ser observada em metrópoles globais quanto alcançaria – quando com acesso – também os jovens habitantes da pequena e pacata Santa Gertrudes no interior paulista.

Referências

- ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis**: punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo: Página Aberta, 1994.
- ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, [1983] 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: _____ (org.). **Cultura, Consumo e Identidade**. pp. 21-44. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- DOE, John. **Under the big black sun**: a personal history of L.A. punk. Philadelphia: Da Capo Press, 2016.



FILIER, Parsifal Lourenço; HENRIQUE, Adinael José. **Entrevistas presenciais concedidas a Carlos Eduardo Marquioni**. Santa Gertrudes, 16 jan. 2017.

FILIER, Parsifal Lourenço. **Entrevista por Skype concedida a Carlos Eduardo Marquioni**. Santa Gertrudes/Curitiba, 01 mai. 2020.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, [1992] 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, [1987] 2009.

MCNEIL, Legs; MCCAIN, Gillian. **Mate-me por favor (please kill me): a história sem censura do punk**. Porto Alegre: L&PM Editores, 1996.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Do rock como materialidade alternativa para acesso a “estruturas de sentimento”: o Velvet Underground e o cenário da música pop no final dos anos 1960. **Per Musi**. n.38. Belo Horizonte: UFMG, 2018. pp. 1-23.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Uma fúria, três metrópoles: breves apontamentos acerca da aurora do *punk rock* em Nova Iorque, Londres e São Paulo. In: FENERICK, José Adriano (org.). **Nas trilhas do rock: Contracultura e Vanguarda**. Curitiba: Appris, 2021a. pp. 205-224.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Uma fúria compartilhada em toda parte: sentimento e cultura material nos primórdios do punk rock do interior paulista. **ArtCultura**. v.23, n.43. Uberlândia: UFU, 2021b. pp. 143-159.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption**. Oxford and New York: Basil Blackwell, 1987.

MILLER, Daniel. **Stuff**. Cambridge: Polity Press, 2010.

O’HARA, Craig. **A filosofia do punk: mais do que barulho**. São Paulo: Radical Livros, 2005.

PUNK: Attitude. Direção: Don Letts. US: Cactus Three, 2005. 2 DVD (154 min).

ROBB, John. **Punk rock: an oral history**. Michigan: PM Press, [2006] 2012.

THE FILTH AND THE FURY: A Sex Pistols Film. Direção: Julien Temple. New York: New Line, 2000.

WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary [1958]. In: Gable, Robin. (ed.). **Resources of hope: Culture, democracy, socialism**. pp. 3-18. London: Verso, 1989.

WILLIAMS, Raymond. **The long revolution**. Peterborough: Broadview Press Ltd., [1961] 2001.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

