

**VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo**  
**III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo**  
**I Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo**

**Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei**

24, 25 e 26 de setembro de 2014

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Puc-Rio)

**Os Diferentes Papéis da Moda no Universo Hip Hop**

Deyse Pinto de Almeida<sup>1</sup>

**Resumo**

O presente artigo é resultado de investigações realizadas a respeito do Hip Hop. Criado nas periferias norte-americanas, o Hip Hop conseguiu transcender de uma forma muito original as frágeis fronteiras entre um espaço ocupado pelos privilegiados pela sociedade e outro considerado subalterno à mesma. Através da análise da disseminação do estilo Hip Hop conseguimos perceber que de um lado existe um estilo ligado à realidade das ruas, que emerge daqueles que estão engajados na construção do próprio movimento para a própria periferia; algo interno, sem pretensões de ir além do que o meio em que habitam. Por outro lado notamos a existência de um signo que ultrapassou as fronteiras erguidas inicialmente, atingindo a um público que não possui a mesma vinculação histórica, mas aprecia a manifestação e a consome como um produto. Essa aparente contradição somente é possível ser percebida na contemporaneidade e por um repertório que insere a Moda como objeto de investigação.

**Palavras-chave:** moda, Hip Hop, mercado, identidade.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Artes, Cultura e Linguagens pela Universidade Federal de Juiz de Fora. deysepinto@hotmail.com

## 1 - Introdução

O presente artigo é resultado de uma parte da dissertação de mestrado, onde estuda-se as relações estabelecidas entre a subcultura Hip Hop e o mercado ligado à moda. O Hip Hop foi uma das novas formas de contestação utilizadas para expor à sociedade a condição subalterna que era relegada os negros. No início da década de 1970, após os anos de grande agitação e lutas por direitos políticos, as leis que os negros tanto almejavam foram aprovadas pelo governo norte- americano: as práticas de segregação eram colocadas em cheque mostrando a força que esse grupo possuía. No entanto, a ampliação dos direitos civis não representou a vitória completa para essa comunidade. No plano socioeconômico eram evidentes as restrições sofridas pelos afro- americanos: a grande maioria residia nas áreas periféricas das cidades, com alimentação precária e acesso limitado aos níveis superiores de educação e empregos que os oferecesse uma boa remuneração. A luta não havia acabado ainda era necessário se lançar em busca de novas conquistas.

O Hip Hop foi uma das novas formas de contestação utilizadas para expor à sociedade a condição subalterna que era relegada os negros. Por uma experiência própria comum, esse grupo tinha a consciência de que nada adiantaria esperar ações governamentais, uma vez que os próprios órgãos de poder os levaram a essa condição. Fruto de uma interessante mistura entre música, moda e arte, essa manifestação conseguiu dar continuidade ao contexto de afirmação do afro- americano no plano cultural. Interações entre música e moda já haviam ocorrido anteriormente. De fato, desde a década de 1950 a indústria cultural havia sido invadida pelo fenômeno das grandes produções fonográficas, onde os artistas se valiam, além de sua voz, de sua aparência para conquistar o clamor da juventude sedenta por novos heróis. A partir da popularização dos meios de comunicação de massa, as imagens dos ícones musicais serviam de inspiração para aqueles que intencionavam fabricar uma identidade própria. O que o Hip Hop apresenta de peculiar, é a capacidade de mesclar inúmeros campos artísticos que acabam por convergir em uma única linha: dotar os marginalizados de voz e poder para alterar sua realidade.

O Hip Hop se singulariza de outros movimentos sócio- culturais ao conseguir mesclar em sua formação diversos gêneros artísticos diferentes: a música através do rap, a arte com os grafites, a dança demonstrada pelo estilo break e a moda que diferencia os portadores desse signo e reafirmam suas identidades. É uma amostra da capacidade de reinvenção da arte, das inúmeras possibilidades que esta possui de chegar e sensibilizar o público. É um exemplo de como uma mensagem pode ser enviada por diferentes canais de interação, demonstrando que independente da classe social, todos são capazes de produzir sua própria manifestação artística e esta pode ser parte fundamental de um discurso político conciso.

A pesquisa da dissertação tem como objetivo investigar as diferentes interações que os sujeitos adeptos ao Hip Hop estabelecem com sua indumentária. A roupa é utilizada como objeto de distinção, diferenciando àqueles que seguem o movimento dos que não estão ligados ao mesmo. Porém, esta não é a única simbologia assumida pela moda Hip Hop. Ao longo dos últimos anos, essa se tornou um campo economicamente viável, ligado intimamente aos instrumentos da mídia que acaba por incorporar novos sentidos a cada momento.

## **2 – O movimento Hip Hop – uma breve caracterização.**

A palavra Hip Hop é utilizada para designar uma subcultura urbana nascida nos Estados Unidos em meados de 1970. O conceito de subcultura é compreendido neste trabalho de acordo com o pensamento de CLARKE, HALL, JEFFERSON e ROBERTS (1976) que a define como uma manifestação cultural particular, resultado de uma subdivisão de uma cultura dominante, mas que representa as aspirações de uma classe social distinta. Acreditamos que o Hip Hop enquadra-se nesta definição justamente por representar os anseios de uma classe em particular (os moradores das periferias norte-americanas), ao mesmo tempo que utiliza em seu desenvolvimento elementos característicos do grupo dominante (a tecnologia sonora, por exemplo). Em sua investigação sobre o tema, Micael Herschmann (2000) enfatiza que o Hip Hop surge como um forte referencial que permitiu a conformação de identidades alternativas e de consagração para os mais jovens, em um momento que os antigos bairros e instituições locais (onde estes encontravam a sua identificação) estavam sendo destituídos. Sintetizando uma nova forma de contestação da realidade pela comunidade negra, o movimento exibiu à sociedade toda condição subalterna que era reservada para os negros. Compartilhando uma experiência de sofrimento em comum, os afro-americanos tinham a consciência da inexistência de ações governamentais que se dedicassem a observar e auxiliar na resolução de seus problemas e acreditavam que foram os próprios órgãos de poder que os submeteram a essa condição. A partir dessa identificação de aspirações em comum, essa subcultura urbana surgirá, se representando através de uma linguagem própria que inclui música, dança, moda e arte.

O Hip Hop, na condição de subcultura, apresenta um estilo que lhe é muito particular. Quando falamos em estilo, estamos nos referindo a uma série de atributos que, quando em conjunto, definem uma determinada identidade (HEBDIGE, 1979). Esse estilo é criado a partir da escolha deliberada em privilegiar certos símbolos, rituais, objetos, comportamento, vocabulário, vestuário que auxiliam na identificação do indivíduo em seu grupo ao mesmo tempo em que o diferencia dos demais habitantes de determinada localidade. É interessante observar que um objeto, para fazer parte de um estilo, precisa possuir um sentido. John Clarke (1976) destaca que juntos, objeto e sentido constituem um sinal, e, dentro de cada cultura, tais sinais são montados, repetidamente, em formas características de um discurso. Discurso este que não é necessariamente verbal, podendo também ser observado visualmente.

Uma subcultura é formada por uma série de elementos, eleitos a partir de referências que são comuns ao grupo, que remetem aos problemas e particularidades que unem certos indivíduos em torno de demandas que são reconhecidas pelos mesmos. É interessante observar que um objeto, para fazer parte de um estilo, precisa possuir um sentido. John Clarke (1976) destaca que juntos, objeto e sentido constituem um sinal, e, dentro de cada cultura, tais sinais são montados, repetidamente, em formas características de um discurso. Discurso este que não é necessariamente verbal, podendo também ser observado visualmente. Desta maneira, cada estilo possui determinadas simbologias que os definem e distinguem. Os símbolos seriam, então, uma parte da

resposta ao problema que gerou o aparecimento de uma manifestação cultural. Por fim, é importante também refletir a respeito das consequências que a adoção de determinado estilo irá assumir na realidade dos indivíduos que o fazem. A esse respeito, Clarke (1976) pondera que criação de um estilo distinto não é simplesmente uma questão de encarnar a própria identidade da subcultura, criando uma espécie de auto imagem desta. Segundo o autor, o estilo é também responsável por definir as fronteiras do grupo em relação aos seus membros e todas as pessoas de fora. O reconhecimento de determinada subcultura, muitas vezes, acaba ocorrendo na oposição desta às outras formas culturais.

Ao valorizar determinados elementos e desprezar outros, um estilo próprio é criado e uma subcultura consegue afirmar sua especificidade perante a sociedade. Isso não significa que uma subcultura pode ser definida apenas por suas particularidades visuais. Outros elementos serão importantes para trazer coesão entre determinados indivíduos que partilham uma mesma experiência. No entanto, serão através dos aspectos visuais que um determinado grupo irá conseguir ser identificado e chamar atenção para sua existência, suas demandas e reivindicações. Segundo Kipper (2008) determinado estilo irá atrair seguidores porque de alguma forma, consciente ou não, estes irão se reconhecer afetivamente nos símbolos que o compõem. Os símbolos serão, portanto, a feição exterior da subcultura, os responsáveis por atrair admiradores (e contestadores) desta.

O Hip Hop é composto por três expressões básicas: o rap, o break e o grafite. Como em outras subculturas os adeptos do Hip Hop possuem uma forma particular de se vestir que irá conferir ao grupo uma aproximação e singularidade. A observação dessas características, que apenas podem ser separadas por questões puramente analíticas, nos diz muito a respeito dos problemas presentes nas periferias negras norte- americanas, e de outros países, que levaram ao surgimento do Hip Hop, bem como o significado que esta resposta cultural possui. Neste artigo iremos abordar apenas às identificações visuais através da moda.

### **3 – Peculiaridades da moda Hip Hop.**

A distinção social é, sem dúvida, a explicação mais recorrente utilizada para a definição do fenômeno conhecido como Moda. Tradicionalmente, as definições a respeito da moda são ligadas a aparência, à necessidade que as pessoas possuem de serem aceitas pelas outras que compõem seu convívio social. O sociólogo Gilles Lipovetsky (1989) chama atenção para o fato de a distinção social, por si só não ser capaz de explicar a inconstância que rodeia o mundo da moda, além de não dar conta das grandes modificações na maneira de vestir assumidas ao longo da história da humanidade.

Não há como negar que as vestimentas foram e são utilizadas para determinar a colocação social de cada indivíduo. Das Antiguidades Clássicas, passando pela Idade Média, elas estavam lá, presentes, seja através de uma cor, de um estilo, uma forma ou um adereço; definindo quem era cada um e agrupando seres humanos em seguimentos bem delimitados. A evolução histórica humana somente solidificou esse processo. A partir do desenvolvimento da economia capitalista a aparência tornou-se um elemento fundamental para o

estabelecimento da vida em sociedade. As roupas funcionam como um meio de comunicação eficiente e fundamental no ambiente urbano, transmitindo informações de forma não verbal, mas que podem ser compreendidas por todos. Ao se vestir, o indivíduo pensa como se colocar perante aos outros, mas também busca construir uma imagem para si próprio. A chave para o entendimento da moda quanto processo histórico está na representação do indivíduo, na necessidade que este tem de se colocar perante a sociedade que habita e perante a si mesmo.

As vestimentas não são apenas construções que imitam, são feições que marcam determinados desejos e valores. Existe um paradoxo que permeia esse campo, que mistura valores e mantém a indumentária em constante mutação. Ao mesmo tempo em que a moda é uma expressão da individualidade ela acaba se tornando um fenômeno coletivo, quando determinado grupo se une e percebe semelhanças em seus interesses e aspirações, passando a transmitir a mesma mensagem através de um estilo. Essa contradição é o principal norteador das sociedades contemporâneas, a busca incansável pela liberdade de pensar e agir, se valendo da diferença para obter destaque e afirmação no plano pessoal.

As roupas possuem um significado importante para aqueles que apreciam o Hip Hop. Embora não estejam, formalmente, entre os principais elementos definidores da subcultura, as vestimentas assumiram ao longo do desenvolvimento do estilo um papel importante na caracterização de seus apreciadores, tornando-se um símbolo de sua ideologia, servindo também como forma de expressão e posicionamento social. A pesquisadora norte americana Elena Romero (2012) afirma que a importância da moda para o universo Hip Hop está muito além da simples busca pela diferenciação de jovens habitantes das periferias urbanas. Segundo a autora, antes de b. boys, rappers e DJ's construírem uma identidade visual própria, os negros estadunidenses apenas copiavam os códigos de vestimenta propostos pela elite branca em busca de uma aceitação no meio social destes. Assim, a criação de um estilo próprio ligado ao Hip Hop representou também a emancipação dos negros em sua maneira de vestir pois, de acordo com a Romero, a partir de então a indústria da moda se viu obrigada a voltar sua atenção para os mesmos, os enxergando como consumidores específicos.

Sue Van der Hook (2010) destaca que a moda ligada ao Hip Hop não é fruto da criação em estúdios especializados, idealizada por grandes mentes criativas. Pelo contrário, ela se inicia paralela ao movimento no final dos anos 1970, nas ruas do Bronx em Nova Iorque, de forma espontânea e sem controle. Ted Polhemus (1994) destaca que nesta mesma época a mídia estava mais interessada no que ocorria na Inglaterra, com os punks<sup>2</sup>, que chocavam com sua postura e revolucionavam em seu modo de vestir. Desta maneira, o cenário estava aberto para que a juventude periférica de Nova Iorque se expressasse de uma maneira única, nova e que passava despercebida pelos meios de comunicação. Neste período a escolha da indumentária se ligava muito a participação que cada indivíduo possuía dentro do movimento. Para os b. boys a performance na dança era o que conferia status no grupo, por isso as roupas escolhidas para as apresentações eram as de estilo

---

<sup>2</sup> A subcultura punk foi extremamente popular na Inglaterra no final da década de 1970. Seus adeptos eram, em sua maioria, jovens desiludidos com a situação social e econômica que passam a contestar as regras da sociedade através de um discurso anárquico.

atlético, que facilitavam a mobilidade e os identificavam em seu meio. Calças que remetiam a uniformes de equipes esportivas e camisetas justas eram os elementos mais utilizados. Além desses itens, recebiam também uma atenção especial os bonés que distinguiam e protegiam as cabeças durante as performances de dança no solo (POLHEMUS, 1994).

Aos poucos, itens típicos do vestuário de b. boys e rappers eram vistos nas ruas de todo o país. Seja a jaqueta *bomber*<sup>3</sup>, o tênis esportivo ou um *label- festooned hooded sports- top*<sup>4</sup>, todos utilizavam algum elemento ligado ao mundo Hip Hop. Ao mesmo tempo em que a música se tornava conhecida, as roupas passaram a ser objeto de desejo e consumo (HOOK, 2010). Não era difícil encontrar os elementos do Hip Hop presentes nas maiores cidades americanas. O Hip Hop se consagrava como um nicho específico da moda, um estilo que facilmente foi absorvido por uma boa parcela de consumidores. É importante considerarmos que este fenômeno está ligado à evolução do vestuário ocorrida a partir da década de 1960 e consagrada nos anos 1980. A partir deste momento o estilo pessoal se consagrou em detrimento de uma moda ditada por grandes estilistas de marcas famosas.

A popularização levou aos que se identificavam com a ideologia do movimento a criar novos códigos para se diferenciar de quem fazia compras somente pela notoriedade do estilo (POLHEMUS, 1994). Aqueles que se identificavam com todo o discurso ligado à subcultura precisavam de uma nova maneira para aproximar aqueles que conheciam a ideologia e afastar os que apenas imitavam, sem o real conhecimento da mesma. É neste contexto que subgrupos passam a existir de uma maneira mais visível dentro da subcultura Hip Hop . Enquanto alguns membros irão eleger novas marcas esportivas como suas preferidas, outros rappers passam a buscar uma nova forma de representação. Ted Polhemus destaca a atuação do grupo Public Enemy que passa a valorizar em sua vestimentas características como o preto e estampas camufladas, grandes casacos e pesadas joias em ouro que elevavam a indumentária do movimento a uma categoria mais sofisticada. Ao mesmo tempo, uma outra vertente buscava inspiração na origem africana, buscando não perder a essência e a origem. Utilização de batas, tecidos africanos e medalhões em prata que remetiam ao continente eram objetos que identificavam facilmente os membros dessa orientação.

Sue Vander Hook (2010), em seu estudo sobre as principais características da moda Hip Hop, destaca que não importava a maneira como se expressavam, os hip hoppers usavam a roupa para quebrar paradigmas e se firmar tanto no mercado fonográfico, quanto na sociedade. A vestimenta era utilizada como um mecanismo para chamar a atenção de todos para a emergência desta nova manifestação jovem. Um exemplo dessa espécie única de utilização da roupa como fonte de significado foi a incorporação na indumentária das calças *saggy* no início dos anos 1990. As *saggy jeans* são calças largas, adquiridas um ou dois números a mais que o necessário por seus usuários. Elas foram adotadas pelos rappers em alusão aos uniformes penitenciários que,

---

<sup>3</sup> As jaquetas bomber possuem sua origem no exército norte americano e possuem como característica o corte pela cintura e abertura frontal, normalmente fechados com elásticos na cintura e nos punhos para não deixar o frio entrar.

<sup>4</sup> Casaco em moletom com capuz e bolsos frontais exibindo um bordado da marca.

pela padronização, muitas vezes são em tamanho maior do que o utilizado pelos detentos. A impossibilidade de usar cintos (para que acidentes fossem evitados) fazia com que as calças caíssem, mostrando parte da roupa íntima. Ao saírem da prisão muitos ex- detentos continuavam a utilizar este tipo de calça, como uma espécie de indicação a respeito de seu passado no território em que conviviam. A aproximação de alguns rappers com esse universo elevou a *saggy jeans* para o “guarda-roupas do estilo”. A silhueta exagerada era, muitas vezes, combinada com os acessórios esportivos como os bonés de beisebol, usados em geral com a aba para trás (STEVENSON, 2012). Também compõem o visual *oversize* peças que fazem parte do uniforme de jogadores de basquete, principalmente camisas. Esse esporte é muito popular nas periferias norte- americanas, graças a existência de quadras populares e o custo baixo para a prática do mesmo. Por isso, os grandes destaques do esporte em nível nacional são oriundos dessas comunidades, tendo convivido de perto com mesmo universo que deu origem ao Hip Hop. Assim, ocorreu um verdadeiro intercâmbio de influências entre o esporte e a subcultura: rappers usavam itens de atletas do basquete e atletas se vestiam com signos do Hip Hop.

O estilo construído a partir da influência do sistema carcerário acabou se solidificando como o signo de distinção daqueles que ficaram conhecidos como *Gangsta Rappers*. O *Gangsta* é aquele que dentro do movimento Hip Hop irá procurar expressar o cotidiano de violência em que as periferias norte- americanas estavam inseridas. Nesse sentido, os rappers dessa vertente adotam um vocabulário agressivo e suas letras são voltadas à denúncia sobre os problemas de suas comunidades. Nessa vertente, a sexualidade é abordada com frequência e os cantores *Gangsta* se caracterizam por possuírem passagens pela polícia e envolvimento com amigos criminosos. Junto com as calças largas, as bandanas<sup>5</sup> foram adotadas como símbolo desse grupo. Tupac Shakur e Notorius B.I.G. foram os nomes responsáveis pela popularização dessa vertente. A morte de ambos acabou os transformando em itens de moda. Camisas estampadas com as imagens dos rappers tornaram- se objetos de consumo para a juventude que os admirava.

A fama adquirida através da divulgação em massa das músicas, proporcionou a juventude que se dedicava ao rap uma ascensão financeira até então não experimentada. Mansões, carros exclusivos, festas e outros luxos que o dinheiro proporciona, passam a ser usufruídos e exibidos pelos rappers. Esse novo status econômico alcançado acabou se refletindo também na maneira como os músicos se vestiam. Assim, novas representações foram surgindo e novos signos incorporados. Trata-se da adoção de artefatos com valores simbólicos e econômicos ao visual de rappers, que passam a utilizar enormes cordões e pulseiras em ouro ou prata, muitas vezes cravejados de pedras preciosas. Os adeptos dessa significação ficaram conhecidos como *Bling Bling*<sup>6</sup>, ou simplesmente *Bling*, em referência ao barulho que as grossas correntes utilizadas faziam ao bater uma na outra. A utilização de joias não era exclusividade dessa vertente. Na realidade, desde os primórdios do rap, esses objetos já apareciam no visual de seus adeptos. O *Bling Bling* consagra o exagero, o excesso. Para Hook

---

<sup>5</sup> Lenços em formato quadrado ou triangular que são amarrados nas cabeças. No caso da indumentária *Gangsta*, as cores das bandanas identificavam a que gangue determinado indivíduo pertencia.

<sup>6</sup> De acordo com Hook (2010) este termo foi utilizado pela primeira vez no final dos anos 1990 pelos rappers Lil Wayne e B.G. em músicas que retratam o cenário de riqueza e poder adquirido pelos rappers. Em 2003 a palavra foi incluída no Dicionário Oxford.

(2010) a utilização das joias representa uma busca por individualidade já que, em sua forma, personificam um gosto através de uma forma representada ou simplesmente trazem o nome de cada adepto da vertente. Nos anos 2000 alguns rappers passaram também a ostentar acessórios específicos em seus dentes. Os chamados *Grillz* são placas confeccionadas em metal ou pedras preciosas e se tornaram um acessório de moda, um verdadeiro símbolo de status (Hook, 2010), marcando a era em que os rappers se transformaram em superestrelas, influentes em suas comunidades de origem e em outras áreas que antes os ignoravam.

A composição da vestimenta de um membro da subcultura Hip Hop será feita então a partir desses elementos que foram apresentados. Isso não significa que todos devam ser utilizados ao mesmo tempo ou que aquele que se identifique com o estilo *gangstar* tenha necessidade de se vestir com todos os símbolos de que remetem a essa vertente. Cada membro irá realizar uma apropriação singular das peças que são apresentadas por seus ídolos musicais. Os objetos possuem, para cada indivíduo, um significado especial. A utilização de joias não exclui o tênis ou o moletom. O casaco de couro pode perfeitamente ser combinado com a camisa do time de basquete.

#### **4 – Os rappers criadores de moda.**

O primeiro contato do mundo Hip Hop com o lucrativo mercado do vestuário ocorreu em 1986 através do grupo Run DMC. Pioneiros na divulgação do rap nos grandes meios de comunicação dos Estados Unidos, o grupo foi o primeiro a conseguir divulgar na MTV, o mais popular canal de músicas do país, um videoclipe do gênero alcançando assim, uma enorme visibilidade. O Run DMC sempre utilizava em suas exibições tênis da marca Adidas sem o cadarço, sendo imitados por inúmeros jovens que os admiravam e seguiam. O sapato se transformou em uma espécie de marca, de um signo próprio do grupo de rap, tão marcante que mereceu dos mesmos uma homenagem na música “My Adidas”. Na canção, os rappers dão um destaque à construção da própria trajetória e ressaltam que dos tempos difíceis ao estrelato, o tênis estava lá. Da época em que possuíam apenas um calçado ao auge, quando podiam adquirir um par de cada cor, o “Adidas” sempre esteve presente. Essa passagem é muito bem descrita por Klein:

“O mais recente capítulo na corrida do ouro do mainstream americano para a pobreza começou em 1986, quando os rappers do Run DMC deram uma nova vida aos produtos da Adidas com seu sucesso My Adidas, uma homenagem a sua marca favorita. [...] depois ocorreu a Russel Simmons, presidente do selo Def Jam Records do Run DMC, que os rapazes deveriam ser pagos pela promoção que estavam fazendo para a Adidas. Ele abordou a empresa de calçados alemã sobre a possibilidade de destinar algum dinheiro para a turnê Together de 1987. Os executivos da Adidas foram céticos a respeito de se associar com a música rap, que na época era rejeitada como moda passageira ou difamada como incitação à baderna. Para ajudá-los a mudar de ideia Simmons levou dois mandachucas da Adidas a um show do Run DMC [...] três mil pares de tênis foram atirados para o ar. Os executivos da Adidas sacaram seu talão de cheques com uma rapidez recorde. Durante a feira anual de calçados esportivos em Atlanta naquele ano, a Adidas revelou sua nova linha de calçados Run DMC: a Super Star e a Ultra Star- desenhados para ser usados sem cadarço.” (KLEIN, apud FOCCHI, 2006, pág. 57)



A demonstração de adesão do segmento rap ao tênis Adidas levou os executivos da marca a repensar sua estratégia de vendas nos Estados Unidos. Até aquele momento, a empresa alemã estava em desvantagem no segmento, enfrentando a forte concorrência da Nike que levava a preferência dos jovens norte-americanos. Com o Run DMC, a Adidas conseguia, enfim, estabelecer um público alvo para seus produtos, podendo ampliar sua participação no mercado. A parceria entre a Adidas e o Run DMC foi significativa para que a moda Hip Hop superasse as fronteiras da periferia e conseguisse se tornar um exemplar da cultura urbana. Era a primeira vez que personalidades que não eram ligadas a área esportiva faziam propaganda de um tênis (ROMERO, 2012), o Hip Hop mostrava sua força junto ao público juvenil norte americano.

O sucesso e a visibilidade conquistada pelos adeptos da subcultura ao final dos anos 1980 e início da década de 1990 acabou chamando a atenção da indústria da moda, que enxergou na manifestação uma possibilidade de se reinventar. Em 1991 o estilista Karl Lagerfeld assinou pela Chanel<sup>7</sup> uma coleção inspirada no estilo dos rappers. Trazendo para a passarela as tradicionais correntes características dos rappers, Lagerfeld mostrou ao mundo que era possível aliar a moda das ruas com o requinte exigido pelo mercado de moda de luxo. Na ocasião, as modelos se apresentaram com vestidos fluidos de *chiffon*, combinados com grandes correntes e anéis de ouro, cintos brilhantes e a tradicional jaqueta de couro preta, que faziam alusão ao mundo rap (HOOK, 2010). O Hip Hop, naquele momento, ensaiava sua entrada em um mercado que viria a conquistar definitivamente anos depois através de seus próprios representantes.

O grupo Wu Tang Clan foi o primeiro a se aventurar na produção de uma marca própria de roupas no início da década de 1990, a Wu- Wear, baseada na linha esportiva da cultura rap (STEVENSON, 2012). A partir de então, outros rappers passaram também a produzir vestimentas que traduziam seus gostos e estilos através de marcas próprias. Dentre as que possuem maior visibilidade, destacamos a marca Sean John criada em 1999 pelo rapper Sean “Puff Daddy” Combs. A Sean John traz como característica o estilo de seu criador e abusa de modelos ligados ao universo *gangsta*. Em 2006 Daddy chegou a ser homenageado pelo Conselho de Estilistas de Moda da América como o melhor Designer de moda pronta para vestir masculina. Também em 1999, revivendo as rivalidades entre o rap da costa leste e da costa oeste, Jay- Z e Damon Dash criam a Rocawear. Inicialmente a Rocawear produzia apenas roupas masculinas, elaboradas por estilistas oriundos da arte do grafite que traduziam a cultura das ruas em seus projetos. O rápido sucesso alcançado levou a ampliação do mercado atendido, a marca passou também a se dedicar ao público feminino e infantil. Em 2007 Jay- Z vendeu os direitos da Rocawear para um grupo de festão de marcas norte- americano, porém continua direcionando as ações de marketing e gerenciando os produtos. Nos anos 2000 a atuação de Pharrell Williams no mundo da moda merece destaque. Sozinho, o cantor é dono das marcas Billionaire Boys Club, Bee Line e Icecream, que são dirigidas pelo mesmo e inspiradas em seu estilo. Hoje, Pharrell é um dos nomes mais importantes da indústria da moda jovem.

---

<sup>7</sup> A Casa Chanel é uma das mais tradicionais e conceituadas empresas do ramo do vestiário. Criada em Paris, no início do século XX, é um dos símbolos da moda de luxo.

Além de possuírem seus próprios negócios ligados à fabricação de vestuário, alguns rappers também se uniram a grifes conceituadas, voltadas para a produção de bens de alto valor. Marcas como Gucci, Burberry, Chanel, entre outras, são utilizadas com frequência pelos cantores em exposições públicas e vídeos ou simplesmente são citadas em suas músicas. De acordo com o escritor e ex executivo de música Steve Stout (2012) o rap possui uma vantagem em relação aos demais segmentos musicais pelo fato de seus cantores gostarem de exibir o poder aquisitivo adquirido. Segundo Stout, o motivo para tanto orgulho e suntuosidade seria a origem social humilde dos artistas que alcançaram o estrelato. Para eles, é importante mostrar aos outros tudo o que conseguiram conquistar com seu trabalho. Do outro lado, as grifes famosas acabam se aproveitando da publicidade gratuita para conseguir aumentar a venda de seus produtos sendo que, em alguns casos, acabam realizando parcerias com os rappers para cativar ainda mais o mercado consumidor. Exemplo deste fenômeno ocorreu em 2009 quando Kanye West desenhou uma linha de tênis para a marca de luxo francesa Louis Vuitton.

## **5 – A moda Hip Hop brasileira.**

A moda Hip Hop chega ao Brasil durante os anos 1980, resultado da difusão global da subcultura que ocorreu durante este período. É preciso ressaltar que, neste momento, foi fundamental a produção e divulgação de vídeo- clipes que mostravam ao mundo a imagem dos rappers, inspirando inúmeros jovens a segui-los. As periferias das grandes cidades brasileiras rapidamente se identificaram com o Hip Hop, assimilando o estilo e a filosofia que compõem esse movimento cultural. Inicialmente, não haviam marcas nacionais que se dedicassem ao estilo e a importação de produtos era economicamente inviável. Assim, a atuação dos grafiteiros mostrou-se fundamental pois, os mesmos iam criando e estilizando camisetas básicas, multiplicando o estilo hip hopper pelo país.

Durante os anos 1990 começaram a surgir as primeiras marcas alternativas<sup>8</sup> ligadas ao gênero. Em 2006, Marcos Alexandre Bazeia Fochi realizou uma pesquisa empírica a respeito das marcas ligadas ao universo Hip Hop. Naquele momento, o pesquisador conseguiu mapear a existência de diversas lojas ligadas ao gênero localizadas no centro de São Paulo ou no tradicional polo do vestuário da cidade, o bairro do Brás. Fochi realizou um estudo aprofundado de 5 (cinco) marcas periféricas: a Mano's, Ice Blue, Cresposim, 4P e 1DASUL. Dentre essas marcas investigadas, conseguimos em 2014 contato apenas com uma, a 1DASUL. A grife Ice Blue (ligada a um dos rappers do grupo Racionais) ainda existe, concentrando suas vendas principalmente pela Internet. As demais não foram encontradas. Em visita à loja, conversamos com o gerente Davi, que trabalha com a marca desde sua criação. Ao ser perguntado a respeito da longevidade da 1DASUL Davi afirmou que a mesma se deve graças à filosofia da mesma, não fugir de suas origens se mantendo fiel ao

---

<sup>8</sup> Definimos como marcas alternativas aquelas que possuem uma produção quase artesanal em pequena- média escala com um sistema de distribuição de seus artigos ligados à periferia ou a eventos do mundo rap.

bairro que inspira a sua existência: o Capão Redondo<sup>9</sup>. Para Davi, as outras marcas não conseguiram se sustentar por tentarem concorrer com as internacionais, não focando no principal: suas origens. Esse é o diferencial da 1DASUL, manter-se na periferia, para a periferia.

De acordo com o material de divulgação fornecido pela loja, a 1DASUL foi fundada em 1999 por Reginaldo Ferreira da Silva (Ferrez), inicialmente como uma brincadeira informal, para vender as camisetas com estampa que o próprio idealizava e os amigos tanto queriam. O que era uma brincadeira transformou-se em coisa séria e a 1DASUL passou a personificar o sonho de Ferrez em valorizar seu bairro e elevar a auto-estima de seu povo. Com a criação da marca, os habitantes do Capão Redondo passaram a se reconhecer, a se orgulharem do lugar em que moram, estampando no peito com orgulho sua origem. A 1DASUL faz questão de divulgar o auxílio que proporciona à própria comunidade na confecção de roupas, rejeitando o trabalho informal, auxiliando ao desenvolvimento do meio em que nasceu e se desenvolveu. Os lucros obtidos com a venda das roupas, auxilia Ferrez a produção de seus livros e na manutenção de uma organização não governamental que atua junto às crianças do bairro, a ONG Intervenção.

Não é somente de marcas alternativas que sobrevive a moda hip hopper brasileira. Em 2005 o rapper carioca Marcelo D2 inaugurou sua grife própria, a Manifesto 33 1/3. De acordo com informações retiradas do site<sup>10</sup> da marca, D2 decidiu criar sua própria grife ao perceber que o estilo Hip Hop havia se popularizado para “milhares de brasileiros comuns”. Desde então a Manifesto 33 1/3 vem conquistando uma fatia do mercado de moda brasileiro interessado em tendências urbanas. É importante ressaltar que muitos adeptos da subcultura Hip Hop no Brasil rejeitam Marcelo D2 como ícone do movimento. O fato do cantor participar de inúmeros programas de televisão com grande audiência, misturar o rap com o samba e não se importar em associar seu nome a grandes conglomerados (antes de produzir a própria grife D2 já havia sido garoto propaganda de outras marcas) faz com que o mesmo não seja unanimidade dentro da subcultura. A maioria dos adeptos o enxergam apenas como um músico que canta rap.

## **6 - Conclusões**

Ao analisarmos a trajetória da moda Hip Hop no contexto norte americano, ficamos tentados a pensar também como a mesma se comporta em terras brasileiras. Em uma breve pesquisa em sites de notícias ou especializados no universo da moda, percebemos que ao contrário do que ocorre nos Estados Unidos, a indústria do vestuário dirigida ao mundo rap não possui visibilidade, tão pouco lida com cifras milionárias. O próprio desenvolvimento econômico estadunidense é voltado para consagrar tudo aquilo que tem potencial para gerar lucros se aproveitando até mesmo de movimentos que o criticam e rejeitam. Foi assim que os símbolos da subcultura acabaram sendo apropriados pela indústria de consumo, o que não significa que os

---

<sup>9</sup> O Capão Redondo é um bairro periférico de São Paulo. Sua população gravita em torno de 300 mil habitantes e sofre com problemas sociais tais como a violência, baixo desenvolvimento econômico e desemprego acentuado.

<sup>10</sup> Disponível em <http://www.manifesto33.com.br/home.php>. Acesso em 07/08/2014.

mesmos perderam o sentido de identificação para aqueles que compartilham da ideologia Hip Hop. No Brasil, os maiores ícones da subcultura Hip Hop preferem ficar alheios à fama e a mídia. Os Racionais MC's, artistas nacionais mais famosos do gênero, abominam com veemência qualquer aproximação com os grandes meios de comunicação, preferindo não se dobrarem "ao sistema". No entanto, a moda globalizada vai além da vontade dos indivíduos, atingindo um público muito maior do que o esperado. Assim, um mesmo elemento pode possuir diferentes valores, dependendo de quem o possui. Um objeto que para um indivíduo representa apenas uma peça de vestuário, para outra pessoa pode expressar uma série de sentimentos e possuir uma importância única. Essa diferença de percepção acerca de um mesmo objeto caracteriza a sociedade de múltiplas identidades, onde cada um constrói sua aparência de acordo com o que deseja em determinada situação. Neste contexto, não faz mais sentido pensar a moda como uma doutrina, criada por poucas cabeças brilhantes que conseguem comover um enorme número de pessoas. As roupas utilizadas nas ruas inspiram estilistas que realizam novas criações que são vendidas a um alto custo para os rappers que influenciam a moda das ruas. Ou seja, o processo criativo não é estático, uma rede de convergências favorece o desenvolvimento da indústria de moda voltada ao público jovem.

### Referências Bibliográficas

ANDRADE, Elaine Nunes. *Movimento negro juvenil: um estudo de caso sobre jovens rappers de São Bernardo do Campo*. São Paulo, 1996, Dissertação de Mestrado, USP.

\_\_\_\_\_ (org). *Rap e educação, rap é educação*. São Paulo: Summus, 1999.

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

BOURRIAUD, Nicolas. *Pós Produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CONTADOR, Antônio; FERREIRA, Emanuel. *Ritmo e Poesia os Caminhos do Rap*. Lisboa: Assírio e Alvim, 1997.

CORREA, T. G. *Rock nos passos da moda: mídia, consumo x mercado*. Campinas, SP: Papyrus, 1989.

CRANE, Diana. *A Moda e seu Papel Social. Classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Editora Senac, 2006.

\_\_\_\_\_ *Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural*. (org. Maria Lucia Bueno) São Paulo: Senac, 2011.

FELIX, João Batista de Jesus. *Hip Hop: Cultura e Política no Contexto Paulistano*. São Paulo, USP, 2005. Tese de Doutorado.

FOCHI, Marcos Alexandre Bazeia. *Cultura hip hop e marcas alternativas: a presença da ideologia e das estratégias mercadológicas*. São Paulo, Faculdade Cásper Líbero, 2006. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Mercado.

GIACOMINI, Sonia Maria. *A alma da festa: família, etnicidade e projetos num clube social da Zona Norte do Rio de Janeiro - o Renascença Clube*. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2006.

GILROY, Paul. *O Atlântico Negro: Modernidade e Dupla Consciência*. Tradução de CisKnipel Moreira. São Paulo: Ed. 34; Rio de Janeiro: Universidade Cândido Mendes, Centro de Estudos Afro-asiáticos, 2001.

- GIMENO, Patrícia Curi. *Poética Versão: a construção da periferia no rap*. Campinas, Unicamp, 2009. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social.
- HALL, S. & JEFFERSON, T. *Resistance through rituals; youth subcultures in post-war Britain*. London, Huchtinson and Co, CCS, University of Birmingham, 1976.
- HEBDIGE, Dick. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen, 1979.
- HERSCHMANN, Micael (org). *Abalando os anos 90: funk e Hip Hop*. Rio de Janeiro, Rocco, 1997.
- \_\_\_\_\_. *O Funk e o Hip Hop invadem a cena*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2000.
- HOBBSWM, Eric J. *História Social do Jazz*; [tradução Ângela Noronha]. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- \_\_\_\_\_. *A era dos extremos: O Breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HOOK, Sue Vander. *Hip Hop Fashion*. Mankato: Capstone Press, 2010.
- KIPPER, H. A. *A Happy House in a Black Planet: Introdução à Subcultura Gótica*, 2008. Disponível em: <http://www.gothicstation.com.br/Coluna%20Kipper/Novos%20Artigos/SignificadodoEstiloHomologia.htm> Acesso em 29/01/2014.
- MATSUNAGA, Priscila Saemi. *Mulheres No Hip Hop: identidades e representações*. Campinas, Unicamp, 2006, Dissertação de Mestrado apresentada a Faculdade de Educação.
- MENDES, Valerie e DE LA HAYE, Amy. *A Moda do século XX*. São Paulo, Martins Fontes, 2009.
- POLHEMUS, Ted. *Streetstyle: from the sidewalk o the catwalk*. London: Thamesand Hudson, 1994.
- RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição. *As Interações entre Moda e Música na Constituição de Identidades: uma Análise das Influências da Black Music*. São Paulo: Rosari, Universidade Anhembi Morumbi, PUC-Rio e Unesp- Bauru, 2010. Artigo Acadêmico
- RIGHI, Volnei José. *RAP: RITMO E POESIA: Construção identitária do negro no imaginário do RAP brasileiro*. Brasília: UNB, 2011. Tese de Doutorado em Letras, Literatura e Poesia.
- ROCHA, Janaina; DOMENICH, Mirella e CASSEANO, Patrícia. *Hip Hop: a periferia grita*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.
- ROMERO, Elena. *FreeStylin´ how hip hop changed the fashion industry*. Connecticut: Praeger, 2012.
- SILVA, José Carlos Gomes da. *Rap na cidade de São Paulo: música, etnicidade e experiência urbana*. Campinas, Unicamp, 1998, Tese de Doutorado em Ciências Sociais apresentada ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.
- STOUTE, Steve; RIVAS, Mim Eichler. *The tanning of America: how hip hop created a culture that rewrote the rules of the new economy*. New York, Penguin Group, 2011
- STEVENSON, NJ. *Cronologia da Moda: de Maria Antonieta a Alexander Mcqueen*. Tradução Maria Luiza X. de a. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- TELLA, Marco Aurélio Paz. *Atitude, arte, cultura e autoconhecimento: o rap como voz da periferia*. São Paulo, PUC-SP, 2000, Dissertação de Mestrado, em Ciências Sociais apresentada ao departamento de Antropologia.
- VIANNA, Hermano. *O baile funk carioca: festas e estilos de vida metropolitanos*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1987. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social.
- WAIZBORT, Leopoldo. *George Simmel sobre a Moda- Uma Aula*. IARA- Revista de Moda, Cultura e Arte. São Pulo- v. 1 n.1 abr/ago. 2008.