

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA**

**Ana Clara Machado dos Santos Silva
Ana Lopes Menezes de Figueiredo**

**A Estética Punk e a Cultura DIY na Moda Contemporânea: A Influência dos Brechós
como Espaços de Resistência e Sustentabilidade**

Juiz de Fora
2025

Ana Clara Machado dos Santos Silva
Ana Lopes Menezes de Figueiredo

A Estética Punk e a Cultura DIY na Moda Contemporânea: A Influência dos Brechós
como Espaços de Resistência e Sustentabilidade

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
Comissão Examinadora do Curso de
Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e
Design, da Universidade Federal de Juiz de
Fora, como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof. Dr. Henrique Grimaldi Figueredo

Juiz de Fora
2025

Catálogo de Publicação na Fonte. Sistema de Bibliotecas (SisBi) - UFJF

Silva, Ana Clara Machado dos Santos.

A estética punk e a cultura DIY na moda contemporânea: a influência dos brechós como espaços de resistência e sustentabilidade / Ana Clara Machado dos Santos Silva, Ana Lopes Menezes de Figueiredo. - 2025.

80 f. : il.

Orientador: Henrique Grimaldi Figueiredo.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto e Artes e Design, Curso de Bacharelado em Moda, Juiz de Fora, 2025.

1. Brechós. 2. DIY. 3. Moda. 4. Punk. 5. Resistência – Criação. I. Figueiredo, Ana Lopes Menezes de. II. Figueiredo, Henrique Grimaldi. III. Título.

Ana Clara Machado dos Santos Silva
Ana Lopes Menezes de Figueiredo

A Estética Punk e a Cultura DIY na Moda Contemporânea: A Influência dos Brechós
como Espaços de Resistência e Sustentabilidade

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
Comissão Examinadora do Curso de
Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e
Design, da Universidade Federal de Juiz de
Fora, como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado em 13 de março de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

Dr. Henrique Grimaldi Figueredo – Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Dra. Paula Maria Guerra Tavares
Universidade do Porto

Dra. Laise Lutz Condé de Castro
Universidade Federal de Juiz de Fora

AGRADECIMENTOS

Ao longo desta jornada acadêmica, tivemos o privilégio de contar com pessoas incríveis que nos apoiaram, incentivaram e estiveram ao nosso lado nos momentos mais desafiadores.

Agradecemos, primeiramente, às nossas famílias, que foram nosso alicerce durante todo o curso. Em especial aos nossos pais, Ana Márcia, Ana Paula e Paulo Sergio, que foram amigos, suporte e acolhimento em nossa jornada. E nossos irmãos, por todo incentivo desde o início.

Aos nossos avós, vivos e aos que já partiram, que fazem parte de quem somos e sempre torceram pelo nosso sucesso. Sua presença, ensinamentos e amor nos acompanharam ao longo dessa caminhada.

Aos nossos namorados, Nicholas e Rafael, que além de companheiros, foram modelos de teste, assistentes de produção e apoio fundamental, inclusive na realização deste TCC.

Aos amigos que fizemos durante o curso, que dividiram conosco as aulas, os desafios e as conquistas, e que se tornaram parte essencial das nossas vidas – em especial, Gabriela, Letícia, Michaela e Yasmim. Também agradecemos aos amigos de fora da faculdade, que, mesmo à distância, foram fundamentais no suporte emocional ao longo dessa trajetória.

Ao nosso orientador, que desde o início acreditou em nosso projeto, abraçando-o com entusiasmo, ótimas ideias e orientações valiosas, além de todo o apoio, que possibilitou transformar nossa pesquisa em realidade.

Aos professores, pelo conhecimento transmitido e por nos ajudarem a trilhar nosso caminho profissional, e aos técnicos e funcionários da UFJF, que garantiram o bom funcionamento do ambiente acadêmico. Nosso agradecimento especial às meninas do ateliê, sempre prestativas nas disciplinas de costura.

Também expressamos nossa gratidão à equipe envolvida na produção do editorial do nosso trabalho – modelos, maquiadoras, hair stylist, assistentes, fotógrafo e estúdio – que tornaram possível a concretização desse projeto.

Por fim, um agradecimento muito especial uma à outra, por uma parceria que ultrapassou os trabalhos acadêmicos e se transformou em uma amizade que levaremos para a vida.

Meu dever é compreender. Compreender o mundo. Isso é o que damos em troca pela sorte de estarmos vivos. Com as pessoas que viveram antes de nós, podemos redescobrir visões diferentes do mundo por meio da arte – esse é o verdadeiro significado de cultura – e, por comparação, formamos nossas próprias ideias de um mundo melhor do que esse em que vivemos, que bagunçamos. Nós podemos mudar o futuro. Na busca por ideias, você começará a pensar, e isso mudará sua vida. E se você muda sua vida, muda o mundo. (Westwood, Vivienne, 2014)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo investigar a interseção entre a estética punk e a cultura DIY (*do-it-yourself* – ou faça você mesmo) na moda contemporânea, com um foco especial nos brechós, que são vistos como espaços de resistência cultural e promoção da sustentabilidade. A partir da segunda metade do século XX, a moda passa a refletir uma busca por individualização e identidade, especialmente entre os jovens, culminando no surgimento do movimento punk na década de 1970, que rejeitava os padrões de consumo da época e valorizava a produção autônoma, como a técnica do DIY. O estudo analisa a hipótese de que os brechós atuam não apenas como locais de consumo consciente, mas também como alternativas ao consumismo, além de representarem formas de resistência à cultura de valorização excessiva de marcas, promovendo assim a reutilização e a personalização de estilos e incentivando a individualidade e história das peças, ao invés de status e etiquetas. Ainda, explora a estética rebelde e a valorização da imperfeição, características centrais do punk, conectando esses preceitos aos princípios do DIY e à urgência das práticas sustentáveis. Por fim, a pesquisa propõe um editorial de moda inspirado na cena punk, que realiza uma fusão entre o movimento, o DIY e a sustentabilidade dos brechós, destacando a importância desses espaços como catalisadores de mudanças no comportamento de consumo e na cultura contemporânea, bem como a relevância da técnica do DIY no âmbito artístico e o impacto social das roupas customizadas a partir dessa abordagem.

Palavras-chave: Brechós. DIY. Moda. Punk. Resistência.

ABSTRACT

This paper aims to investigate the intersection between punk aesthetics and DIY (do-it-yourself) culture in contemporary fashion, with a special focus on thrift stores, which are seen as spaces of cultural resistance and promotion of sustainability. From the second half of the 20th century, fashion began to reflect a search for individualization and identity, especially among young people, culminating in the emergence of the punk movement in the 1970s, which rejected the consumer standards of the time and valued autonomous production, such as the DIY technique. The study analyzes the hypothesis that thrift stores act not only as places of conscious consumption, but also as alternatives to consumerism, as well as representing forms of resistance to the culture of overvaluing brands, thus promoting the reuse and personalization of styles and encouraging the individuality and history of pieces, rather than status and labels. It also explores the rebellious aesthetic and appreciation of imperfection, central characteristics of punk, connecting these precepts to the principles of DIY and the urgency of sustainable practices. Finally, the research proposes a fashion editorial inspired by the punk scene, which fuses the movement, DIY and the sustainability of thrift stores, highlighting the importance of these spaces as catalysts for changes in consumer behavior and contemporary culture, as well as the relevance of the DIY technique in the artistic sphere and the social impact of customized clothing based on this approach.

Keywords: Thrift stores. DIY. Fashion. Resistance. Punk.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Jovens punks londrinos chamando atenção na rua.....	18
Figura 2 – Steve Jones, Danielle, Alan Jones, Chrissie Hynde, Jordan, Vivienne Westwood na loja SEX, na 430 King's Road.....	18
Figura 3 – Da esquerda para a direita, blusa customizada com ossos de animais e blusa customizada com a imagem da rainha Elizabeth, de Vivianne Westwood.....	20
Figura 4 – Recortes de fotos e textos contando a história da loja.....	22
Figura 5 – Sid Vicious, Steve Jones, Paul Cook e Johnny Rotten formam a banda Sex Pistols.....	23
Figura 6 – Poster da série Pistol, de Danny Boyle, 2022.....	23
Figura 7 – Jordan posando na porta da loja SEX.....	24
Figura 8 – Vivienne Westwood posando com seu macacão bondage.....	25
Figura 9 – Jordan e seu estilo memorável.....	25
Figura 10 – Peças customizadas no estilo punk.....	31
Figura 11 – Prancha de brechós e bazares.....	36
Figura 12 – Prancha de higienização e customização das peças.....	37
Figura 13 – 1º look escolhido para o desenvolvimento.....	38
Figura 14 – Prancha de DIY do 1º look.....	39
Figura 15 – 2º look escolhido para o desenvolvimento.....	39
Figura 16 – Prancha de DIY do 2º look.....	40
Figura 17 – 3º look escolhido para o desenvolvimento.....	41
Figura 18 – Prancha de DIY do 3º look.....	42
Figura 19 – 4º look escolhido para o desenvolvimento.....	43
Figura 20 – Prancha de DIY do 4º look.....	45
Figura 21 – 5º look escolhido para o desenvolvimento.....	46
Figura 22 – Prancha de DIY do 5º look.....	47
Figura 23 – 6º look escolhido para o desenvolvimento.....	48
Figura 24 – Prancha de DIY do 6º look.....	49
Figura 25 – Backstage do editorial.....	50

Figura 26 – Prancha iconográfica de público-alvo do editorial.....	51
Figura 27 – Prancha iconográfica de tema para editorial.....	52
Figura 28 – Prancha iconográfica de locação para editorial.....	53
Figura 29 – Prancha iconográfica de vestuário para editorial.....	54
Figura 30 – Prancha iconográfica de acessórios para editorial.....	55
Figura 31 – Prancha iconográfica de beleza para editorial.....	56
Figura 32 – Prancha iconográfica de poses para editorial.....	58
Figura 33 – Prancha iconográfica de cenografia para editorial.....	59

LISTA DE TABELA

Tabela 1 – Planilha de custos do editorial.....	74
---	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
2	PUNK: REBELDIA E RESISTÊNCIA.....	16
2.1	FIGURAS IMPORTANTES NO MOVIMENTO.....	18
2.1.1	Vivienne Westwood e a SEX.....	20
2.1.2	Jordan e a figura feminina na cena punk.....	24
3	A RESISTÊNCIA DOS BRECHÓS E DO DIY.....	26
3.1	OS BRECHÓS E AS CENAS CULTURAIS – UM ATO POLÍTICO.....	27
3.1.1	Uma alternativa acessível para os punks.....	29
3.2	O QUE É DIY.....	30
3.2.1	DIY e brechós.....	31
3.3	IMPORTÂNCIA DO DIY.....	32
3.3.1	DIY como ato político.....	33
4	A PRODUÇÃO.....	35
4.1	CURADORIA.....	35
4.1.1	Processos de higienização e customização.....	37
4.2	LOOK 1.....	38
4.2.1	Customização.....	39
4.3	LOOK 2.....	39
4.3.1	Customização.....	40
4.4	LOOK 3.....	41
4.4.1	Customização.....	42
4.5	LOOK 4.....	43
4.5.1	Customização.....	45
4.6	LOOK 5.....	46
4.6.1	Customização.....	47
4.7	LOOK 6.....	48
4.7.1	Customização.....	49

5	DESENVOLVIMENTO DO EDITORIAL.....	50
5.1	PÚBLICO-ALVO.....	51
5.2	CONCEITO DO EDITORIAL.....	52
5.2.1	Locação.....	53
5.2.2	Vestuário.....	54
5.2.3	Acessórios.....	55
5.2.4	Beleza.....	56
5.2.5	Modelos.....	57
5.2.6	Poses.....	58
5.2.7	Cenografia.....	59
5.3	COLAGENS.....	60
5.4	RESULTADOS.....	61
5.5	FICHA TÉCNICA DO EDITORIAL.....	74
5.5.1	Custos do editorial.....	74
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	76
	REFERÊNCIAS.....	77
	REFERÊNCIAS JORNALÍSTICAS, LITERÁRIAS E FÍLMICAS.....	79
	FONTES DAS IMAGENS UTILIZADAS NAS COLAGENS.....	80

1 INTRODUÇÃO

O mundo passa, constantemente, por transformações sociais e culturais, e a moda, historicamente, atua como um reflexo dessas mudanças. Hobsbawn (2007) afirma que a partir da segunda metade do século XX, como consequência do pós-guerra, as culturas juvenis tornaram-se um novo agente dominante. Nesse contexto, surge na década de 70 um dos movimentos de subcultura mais emblemáticos e disruptivos da moda: o Punk.

Para Guerra e Quintela (2018), as subculturas são marcadas pela noção de resistência, apropriando-se de um estilo e dando a ele um significado, usando o visual como forma de transmitir uma ideologia. Com uma estética disruptiva e o uso de técnicas como o DIY – faça você mesmo – o movimento punk ficou marcado como uma crítica não apenas aos problemas sociais que atingiam os jovens da época, mas também ao consumismo, à padronização da indústria da moda e à falta de individualidade, como cita Hebdige, “as subculturas podem ser vistas como um ruído incômodo, dissonante e divergente face à nota dominante (Hebdige, 1979, p. 90).”

Junto às técnicas de customização, incentivadas pela estética DIY, os brechós ganharam, na época, um protagonismo dentro da cena punk, possibilitando aqueles que não possuíam condições de comprar peças estilizadas em lojas especializadas, pudessem criar suas próprias roupas, expressando sua personalidade e seus anseios em suas criações. Hebdige (2018) ainda afirma que esses jovens possuíam uma criatividade efêmera, uma vez que, conforme estilizavam tais peças, criavam estilos que atraíam a atenção das massas, forçando que eles estivessem sempre se reinventando. Esse fato tornava o consumo de peças em brechós e a intervenção com processos de customização ainda mais significativos, pois garantiam que, por mais que as massas copiassem esses estilos, eles ainda permaneciam originais e únicos.

Quando analisamos o contexto atual da moda, nos deparamos com uma padronização cada vez maior nos estilos, além de uma cultura crescente de consumo desenfreado, com um aumento significativo no número de *fast fashions* e marcas que produzem mais do mesmo. Para Frédéric Monneyron (2008), a moda tem um grande poder antecipatório, e consegue prever comportamentos futuros. Essa teoria se comprova quando se analisa o movimento punk e seus ideais, e quando analisamos a moda dominante atual: o punk previu os impactos negativos que a cultura consumista e de valorização de marcas causaria na sociedade, mas

também previu, uma resistência cada vez maior a esse consumismo, e abriu portas, para que novos movimentos de contracultura surgissem, se posicionando contra essas massas.

Diante disso, e considerando o poder antecipatório da moda, além de sua capacidade de representar e explicar os comportamentos atuais de uma sociedade, este trabalho busca analisar o papel dos brechós e da técnica de DIY na construção do movimento punk e seu poder de resistência, não apenas na década de 70, mas também trazendo-os para os dias atuais, através da produção de um editorial. Considerando o fato de a indústria da moda ser aliada direta do consumismo, o editorial busca apresentar uma produção de moda que reflete os ideais da subcultura.

2 PUNK: REBELDIA E RESISTÊNCIA

Para entendermos a origem do movimento punk, é preciso compreender o contexto histórico em que ele surgiu. O mundo ainda lidava com os reflexos sociais e econômicos deixados pela Segunda Guerra Mundial, que terminou em 1945. Simultaneamente passava pela terceira Revolução Industrial, que teve início na década de 50 e que, de acordo com Hobsbawm (2007), tornou as classes operárias, sobretudo aqueles que não eram qualificados e podiam ser substituídos por maquinários, vítimas dessas novas tecnologias.

Culturalmente, a juventude se tornava um agente social independente (Hobsbawm, 2007) e a indústria fonográfica era dominada, em sua maioria, por consumidores jovens. Movimentos hippies dominavam a cena entre os jovens e, musicalmente, as bandas The Beatles (1960) e Pink Floyd (1965), eram as maiores influências, com um rock progressivo e/ou psicodélico e letras que falavam sobre paz e amor. Paralelamente a isso, e como forma de contracultura, nos Estados Unidos surgia um movimento *underground*, com bandas como The Velvet Underground (1964), The Stooges (1967) e New York Dolls (1971), que davam vislumbres do que seria o punk, movimento que ganhou forma e se consolidou de fato na Inglaterra.

Foi a partir das vivências e das práticas culturais marginais que despontou uma cultura de rua calcada em experiências cotidianas: violência urbana, solidariedade, gangues, amizades, literatura marginal, estética visual e *rock and roll* compõem a matéria-prima da sensibilidade punk (Oliveira, 2011, p. 4).

A Inglaterra foi um dos países mais afetados pela Segunda Guerra Mundial, e consequentemente, a economia no pós-guerra era instável. A classe operária e os jovens eram as parcelas da população que mais sofriam com as desigualdades sociais, salários baixos e empregos precários. A Segunda Revolução Industrial, de 1950, contribuiu ainda mais para esses problemas econômicos, exigindo que as pessoas se especializassem cada vez mais em áreas específicas, e tornando descartáveis as que não conseguiam essa especialização. Com esse cenário, a juventude se via cada vez mais insatisfeita com suas condições de vida e passaram a expressar esse descontentamento, especialmente na forma como se vestiam, expressavam e faziam arte, construindo um dos movimentos mais emblemáticos e transgressores que já existiram: o punk.

A Inglaterra no início da década de 1970 era um lugar muito deprimente. Estava completamente degradada, havia lixo nas ruas, desemprego total, praticamente todos estavam em greve... Todos foram criados em um sistema de educação que deixava bem claro que se você veio dos subúrbios, você não tinha mais a menor esperança e nenhuma perspectiva de emprego. Foi daí que surgiu a minha pessoa pretensiosa e os Sex Pistols e depois de nós uma série de imitadores imbecis (Lydon apud. Robb, 2006, p. 97, tradução nossa).

A cena punk surge como um catalisador para toda essa insatisfação. Em termos de ideário, o punk assume-se como um movimento contestatário nas dimensões artística, econômica e social (Colegrave; Sullivan, 2002). Para Guerra e Figueredo (2019), esse sentimento de revolta e vontade de provocar são marcas da juventude em geral, mas no contexto da década de 70, ganham ainda mais força. O otimismo ingênuo e os ideais utópicos de “paz e amor” dos hippies provocam certa revolta em uma juventude niilista que, desfavorecida e esquecida, passa a adotar uma postura mais crítica e combativa.

Deixando-se influenciar pela Internacional Situacionista, encontraram uma linguagem própria para expressar as suas revoltas e ideais, utilizando novas formas de comunicação das mesmas, como manifestos, folhetos, entre outras, que conseguiam ainda despertar o sentimento de que as coisas podem ser modificadas (Guerra; Figueredo, 2019, p. 87).

Para Reynolds (2007), o punk contém em si o ímpeto do retorno, da ressurreição e renovação, mas também o da mudança, o da inversão e o da subversão. Ele surgiu em um momento em que o mundo passava por grandes mudanças que impactaram a vida dos jovens. O sentimento de incerteza era constante e muitos sentiam como se fossem invisíveis para a sociedade. O punk sempre foi mais do que uma simples *t-shirt* ou uma música: foi uma atitude insubmissa que quebrou o status quo e deu visibilidade a uma juventude insatisfeita e descrente no futuro [Figura 1] (Colegrave; Sullivan, 2002).

Foi durante o ano de 1975 que a vida foi insuflada pelo punk enquanto entidade visível. No início, o punk era uma forma de estar que se exprimia essencialmente através da moda e da música. Era anárquico, niilista e deliberadamente agressivo. Colocava em causa o *establishment* existente, desafiando a ordem estabelecida, de uma forma geral, pondo a questão «porquê?» (Colegrave; Sullivan, 2002, p. 18).

Figura 1 – Jovens punks londrinos chamando atenção na rua



Fonte: Redbull¹.

2.1 FIGURAS IMPORTANTES NO MOVIMENTO

Alguns nomes foram cruciais para a construção da cena punk. A estilista Vivienne Westwood [Figura 2] e seu então marido, Malcolm McLaren eram donos da SEX, uma loja na King's Road, que se tornou ponto de encontro para jovens marginalizados da época. Vendendo peças de látex inspiradas no estilo BDSM, e camisetas customizadas com mensagens políticas, que contestavam o *establishment*. Além da loja, McLaren também empresariava a banda Sex Pistols, considerada uma das maiores representações do punk como movimento social, musical e de estilo.

Figura 2 – Steve Jones, Danielle, Alan Jones, Chrissie Hynde, Jordan, Vivienne Westwood na loja SEX, na 430 King's Road



Fonte: A Pop Life².

¹ Disponível em: <<https://bit.ly/3F0M6e8>>. Acesso em: 16/01/2025.

² Disponível em: <<https://bit.ly/4h84nUo>>. Acesso em: 16/01/25.

Formada em 1975 por quatro jovens da classe operária, com pouca ou nenhuma experiência musical, os Sex Pistols provocavam e subvertiam a forma de se fazer música da época, no que podemos chamar de movimento do *do-it-yourself* (DIY)³ musical. Como mencionado pelos próprios integrantes da banda, Steve Jones⁴ e John Lydon⁵ em seus livros, eles mal sabiam tocar guitarra ou cantar, e não se importavam nem tinham a intenção de saber. O intuito da banda, assim como do movimento punk como um todo, era de contestar as normas e expor as angústias dos jovens da época.

Toda essa revolta não se limitava a melodias agressivas e letras com mensagens anarquistas e impactantes. O visual da banda, assinado em sua maioria por Vivienne Westwood, era uma peça fundamental na mensagem que se tinha intenção de passar. Roupas com imagens com conotações sexuais e mensagens provocativas sobre a monarquia, adornadas com alfinetes de segurança, correntes, e até ossos de galinha compunham o visual transgressor dos integrantes da banda [Figura 3], que inspiraram os jovens por toda Londres e até fora dela. A intenção era clara: chocar. Mostrar que eles eram diferentes, que não se encaixavam no padrão normativo da sociedade, que estavam irritados, que não eram invisíveis e que tinham muito a dizer.

- Temos que ser nós mesmos.
- O quê? Quatro moleques operários sem grana que não sabem tocar?
- É, os quatro fodidos.
- Isso aí. Esses dinossauros exibidos com solos de guitarra de 15 minutos não nos representam. Estamos com raiva, entediados, juntando moedas para comprar uma cerveja. Somos invisíveis. Ninguém dá a mínima pra nós. Então nós não damos a mínima para ninguém. Essa deveria ser nossa imagem (*Pistol*. Episódio 1. Direção: Danny Boyle. Estados Unidos: FX Productions, 2022. Minissérie).

³ Do inglês, “faça você mesmo”, técnica de montagem, modificação ou reparação feita pelo próprio usuário, sem a ajuda de uma pessoa profissional.

⁴ JONES, Steve. *Lonely Boy*. Londres: Da Capo Press, 2016.

⁵ LYDON, John. *Rotten: No Irish, No Blacks, No Dogs*. Londres: Hodder & Stoughton, 1994; LYDON, John. *Anger Is an Energy: My Life Uncensored*. Londres: Simon & Schuster, 2014.

Figura 3 – Da esquerda para a direita, blusa customizada com ossos de animais e blusa customizada com a imagem da rainha Elizabeth, de Vivienne Westwood



Fonte: Artnet⁶ e The Metropolitan Museum of Art⁷.

2.1.1 Vivienne Westwood e a SEX

Conforme discutido anteriormente, o punk emergiu em um contexto de insatisfação e desejo de mudança entre os jovens. É inegável que a década de 70 foi marcada pelo surgimento e ascensão desse movimento, que desafiou e subverteu as convenções sociais e culturais. Caracterizada por uma atitude de rebeldia e um estilo visual único, a subcultura se propagou como uma forma de resistência juvenil. Antes de se tornar moda, o punk foi estilo. Segundo Hebdige (2018, p. 217) “[...] Naturalmente, o punk fez mais do que perturbar o guarda-roupa. Sabotou todos os discursos com relevância.”

No epicentro do movimento estavam Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, cuja parceria desempenhou um papel crucial na história da moda e da música, moldando o punk na forma que conhecemos hoje:

O punk é o exemplo máximo da intrincada associação que se desenvolveu entre cultura popular, moda e subculturas adolescentes. [...] Capitalizando a desilusão da classe operária com a sociedade britânica no início da década 1970, a estilista Vivienne Westwood e o empresário do ramo de música Malcolm McLaren assimilaram elementos da moda de rua emergente para elaborar um traje fortemente rebelde, ligado à música punk. Em parte, esse traje lançava mão da linguagem visual do vestuário desenvolvida nas duas décadas anteriores - jaqueta preta de motociclista, camiseta e jeans -, mas acrescentava elementos novos, como tachas de metal na jaqueta e nos cintos, alfinetes de segurança usados como brincos e como enfeites para o rosto, jeans rasgados ou cortados e um cabelo característico, frequentemente tingido de cores fortes artificiais. O abuso do corpo e do vestuário expressava o sarcasmo e o niilismo com relação aos valores do *establishment* (Crane, 2006, p. 368).

⁶ Disponível em: <<https://bit.ly/4ksHcqM>>. Acesso em 16/01/2015.

⁷ Disponível em: <<http://bit.ly/4ipryKW>>. Acesso em 16/01/2025.

Vivienne Westwood foi uma estilista autodidata, reconhecida como a “mãe” do punk, nascida no ano de 1941 em Tintwistle, uma pequena região da Inglaterra. Iniciou sua carreira no mundo da moda ao se unir a Malcolm McLaren, seu segundo marido, já citado como empresário da banda Sex Pistols. A dupla se conheceu em uma escola de artes e juntos fundaram sua primeira loja, na área mais barata de Londres, no início dos anos 1970. A princípio, assim como foi apontado por Guerra e Figueredo (2019), vendiam discos de *rock'n'roll*, mas logo Vivienne passou a criar roupas no estilo *teddy boy*, iniciando seu legado como um ícone da moda.

Anos depois, a loja ganhou um novo nome – Too Fast to Live Too Young to Die. A ousadia das roupas obteve destaque e causou controvérsia devido ao design transgressor das peças. Em consequência da desaprovação das classes conservadoras, a dupla renomeou a loja para SEX, e foi nessa loja que o estilo punk se consolidou [Figura 4]. De acordo com Marco Pirroni (Pirroni apud. Colegrave; Sullivan, 2002, p. 126) “a razão de ser da loja SEX, era a de fazer cair os tabus e, quando pensamos, isso foi muito bem-sucedido. Nunca se tinham visto roupas tão provocantes – roupas que mudaram efetivamente a maneira de ver as coisas”. As peças incluíam couro, *t-shirts* com ilustrações provocativas, motivos africanos, entre outros elementos, desafiando normas e servindo como um incentivo para a evolução da moda e da subcultura.

Independentemente das diversas encarnações da loja de Vivienne e Malcolm – *Paradise Garage*; *Let it Rock*; *Too Fast To Live Too Young To Die* – o catalisador comum das suas criações será a atitude revolucionária e anárquica e a luta por uma nova estética. Sublevando qualquer medida de confortabilidade e de comodismo social, o que Westwood opera é uma poética visual da desconstrução e do caos, materializando nos vestíveis um certo *esprit d'époque* que acenava às perdas de coordenadas sociais e culturais estabilizantes. “Fiz roupas que se pareciam ruínas. Criei algo novo destruindo o antigo. Isso não era moda como mercadoria, era moda como uma ideia” (Guerra; Figueredo, 2019, p. 93).

Figura 4 – Recortes de fotos e textos contando a história da loja



Fonte: Vivienne Westwood⁸.

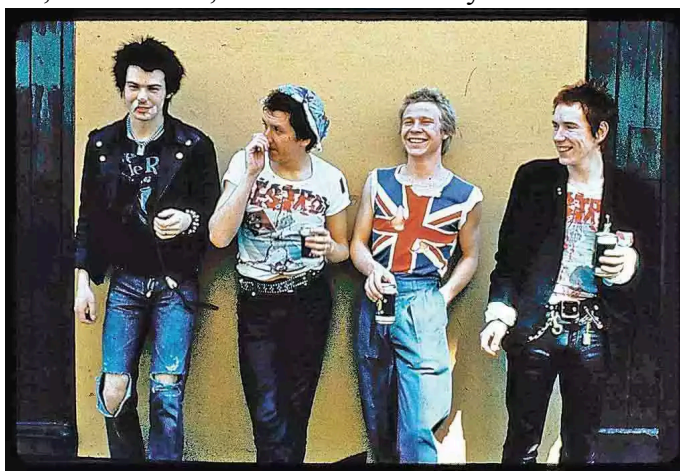
Antes de se tornarem Sex Pistols [Figura 5], os integrantes da banda eram visitantes assíduos da SEX, que servia como ponto de encontro para outros grupos que também adotavam o estilo. Conforme Bob Gruen (Gruen apud. Colegrave; Sullivan, 2002, p. 126) “Malcolm vendia roupas, basicamente. Ele vendia moda. Ele vendia moda *rock’n’roll*. O melhor meio de vender essa moda seria ter uma banda”.

O trabalho da dupla Westwood-McLaren começou a se diferenciar quando eles lançaram o grupo inglês Sex Pistols nos meios de comunicação. Ele, como produtor, e ela como responsável pelo figurino agressivo, que foi um conceito extremamente inovador na época. O grupo tornou-se símbolo do movimento e o colocou em evidência nos meios de comunicação. Suas letras expressavam a anarquia e insultavam a família real (Araújo; Bortholuzzi, 2012., p.4).

Com a formação da banda, era necessária uma imagem impactante para os integrantes. Malcolm e Vivienne viram nos jovens Sex Pistols, uma oportunidade perfeita de divulgação para, não apenas as criações da estilista, como também da mensagem que buscavam passar através da moda. Vivienne, que sempre usou sua arte para levantar questões, principalmente políticas, produzia peças com mensagens que seriam transmitidas pela banda, seja no palco ou em quaisquer outras aparições públicas.

⁸ Disponível em: <<https://bit.ly/3F0MVDK>>. Acesso em: 16/01/2025.

Figura 5 – Sid Vicious, Steve Jones, Paul Cook e Johnny Rotten formam a banda Sex Pistols



Fonte: Portal Uai E+⁹.

Essa parceria é retratada na minissérie do FX, “*Pistol*” [Figura 6], com roteiro baseado na autobiografia de Steve Jones, guitarrista da banda. Com seis episódios, acompanhamos o surgimento da banda, bem como a relação de Vivienne com o grupo, e a importância que seu trabalho teve na identidade dos Sex Pistols e de toda a geração que os acompanhava. Conforme a cena da série:

- Por que pegou essa?
- Porque é maneira.
- Por que é maneira?
- Porque é uma calça, uma coisa normal. Certo? Mas tem cintas, como uma camisa de força para um louco, o que não é nada normal, sabe? É como o mundo (*Pistol*. Episódio 1. Direção: Danny Boyle. Estados Unidos: FX Productions, 2022. Minissérie).

Figura 6 – *Poster da série Pistol*, de Danny Boyle, 2022



Fonte: Prime Video.

⁹ Disponível em: <<https://bit.ly/4i6d1nv>>. Acesso em: 16/01/2025.

2.1.2 Jordan e a figura feminina na cena punk

Apesar do cenário predominantemente masculino e problemático do punk, personalidades femininas desempenharam papéis fundamentais na construção dessa narrativa. A artista Pamela Rooke, mais conhecida como Jordan [Figura 7], trabalhou na loja SEX e participou de diversas apresentações dos Sex Pistols. Jordan se destacou por seu visual marcante, tornando-se um ícone do punk e uma inspiração para muitos que passaram a adotar esse estilo.

Figura 7 – Jordan posando na porta da loja SEX



Fonte: Vogue¹⁰.

As mulheres no movimento punk desafiavam as normas de gênero, utilizando a moda como uma ferramenta de autoexpressão, resistência e declaração política. Nesse contexto, figuras como Jordan e Vivienne Westwood [Figura 8], com seus estilos inconfundíveis, exemplificaram como o punk possibilitou a afirmação audaciosa e subversiva da identidade feminina.

¹⁰ Disponível em: <<https://bit.ly/4h4sWBD>>. Acesso em: 16/01/2025.

Figura 8 – Vivienne Westwood posando com seu macacão *bondage*



Fonte: Medium¹¹.

Jordan foi modelo de autenticidade, com sua aparência icônica – cabelos espetados, *t-shirts* rasgadas com estampas polêmicas, pinturas faciais cubistas [Figura 9] – contribuiu para o punk com algumas de suas imagens mais duradouras e provocativas, desafiando as normas sociais. “[...] se há pessoas que incorporam uma época, Jordan foi uma delas. Os jovens, insatisfeitos com a Inglaterra dos anos 1970 e o início do governo de Margaret Thatcher, olharam para ela e viram um ícone.” (Guerra, s.d., tradução nossa).

Figura 9 – Jordan e seu estilo memorável



Fonte: NSS Magazine¹².

¹¹ Disponível em: <<https://bit.ly/4ippEdg>>. Acesso em: 16/01/2025.

¹² Disponível em: <<https://bit.ly/43GMzN9>>. Acesso em: 16/01/2025.

Além de Jordan e Vivienne, outros nomes femininos se destacaram em meio a um movimento majoritariamente masculino, tanto na música quanto na moda. Como Poly Styrene, uma das primeiras mulheres negras à frente de uma banda punk; Viv Albertine, que antes de ganhar destaque como guitarrista da banda The Slits, participou de uma banda com Sid Vicious, baixista da Sex Pistols; e Siouxsie Sioux, considerada uma das pioneiras do punk e pós-punk e líder da Siouxsie and the Banshees. Essas artistas, com seus visuais marcantes e autênticos, foram responsáveis por revolucionar a cena punk e trazer mais visibilidade para mulheres do movimento, tornando-se referência para quem as acompanhava.

Apesar da importância dessas figuras famosas, sejam femininas ou masculinas, a cena punk encontrou força nas ruas, em meio a anônimos. É, de fato, incontestável a influência das criações de Westwood para a consolidação estética do movimento, no entanto, é necessário refletir como, a certo ponto, seu trabalho junto com McLaren em suas lojas, passou a contribuir, mesmo que não propositalmente, com o consumismo que o próprio movimento rejeitava. Sob essa ótica, destacam-se os brechós e a prática de DIY como principais elementos de resistência à cultura dominante.

3 A RESISTÊNCIA DOS BRECHÓS E DO DIY

De acordo com Totáro (2017), a palavra brechó teve sua origem no Brasil, no século XIX, quando um mascate chamado Belchior passou a comercializar produtos de segunda mão no estado do Rio de Janeiro. Com o tempo, seu nome tornou-se sinônimo de sua atividade comercial, sofrendo transformações na pronúncia, até fixar-se como o termo popular “brechó”. No entanto, as origens da comercialização de roupas de segunda mão são um pouco incertas, há registros que datam esse tipo de comércio especializado na época dos mercados das pulgas e bazares de caridade do século XIX, nos Estados Unidos e na Europa. Contudo, a procura por roupas de segunda mão é mais antiga. Damme e Vermoesen (2009) destacam que, em meados do século XVIII, as roupas estavam entre os itens mais desejados em leilões.

No início, o consumo de roupas de segunda mão era visto como uma atividade de pessoas que pertenciam às classes mais desfavorecidas, como apontado por Damme e Vermoesen (2009). Além disso, as lojas que vendiam itens de segunda mão eram consideradas pela população como lugares sujos, com pouca ou nenhuma organização, amontoados de coisas velhas, sujas e rasgadas, o que reforçava o estereótipo de que eram produtos para classes mais pobres.

[...] Os principais elementos ligados às representações que cercam o brechó são sujeira, morte, doença, energia e sexo. A sujeira pode ser uma sujeira concreta, uma mancha de molho, mofo, uma mancha de suor, uma mancha de sangue, poeira, ou pode ser uma sujeira subjetiva, abstrata, como as que envolvem energias negativas ou sexo e moral [...]. Há circunstâncias em que o tabu deixa de ser da roupa e passa a ser do próprio brechó, a energia presente nas pessoas foram transferidas para as roupas, que por sua vez foram transferidas para o espaço em que estão [...] (Ricardo, 2008).

Anos mais tarde, com o fim da Segunda Guerra Mundial em 1945, conforme mencionado por Lipovetsky (1987), a moda deixou de ser algo exclusivo da elite e se transformou em um fenômeno central nas sociedades modernas, marcado pela efemeridade, individualismo e democratização do estilo, o que acarretou roupas cada vez mais baratas e acessíveis. Desse modo, o estigma de que o consumo dessas peças pertencia apenas às classes mais baixas é mais uma vez reforçado, pois agora passa a ser atrelado ao consumismo, que influencia as pessoas a rejeitarem peças que não seguem as tendências.

Já a partir da década de 60, há uma resignificação dos brechós e do uso de roupas de segunda mão, por meio de grupos de jovens que, indo na contramão da cultura do consumo, criavam novos padrões de vestir. Para Taylor (2014), “a nova moda revelou a essência do pós-guerra de rebeldia juvenil e a libertação dos gêneros. Vemos rapazes usando peças vintage estampando a Vogue britânica, com roupas obtidas em sótãos da família ou em brechós.” (Taylor apud. Martins, 2021). “Celebidades como Beatles e os Rolling Stones adotaram ternos sem lapela, uniformes militares enfeitados, camisas florais, contas indianas e caftãs” (Taylor apud. Martins, 2021).

Logo, nas décadas de 60 e 70 percebemos que houve uma mudança do público que consome em brechós, os hippies passaram a adotar um estilo próprio e característico, usando roupas de outras épocas, outras etnias, fazendo customizações e trazendo um novo significado para o consumo de segunda mão, indo na contramão da cultura do consumo e descarte imediato exaltado pelo marketing nesse período. A partir disso, a imagem negativa existente no imaginário popular, tanto da roupa usada como do lugar, começou a dar espaço a excentricidade e singularidade dos hippies e outros grupos de jovens (Martins, 2021).

3.1 OS BRECHÓS E AS CENAS CULTURAIS – UM ATO POLÍTICO

Dentro das cenas de subculturas, e de modo especial o punk, o consumo de roupas de segunda mão adquiriu uma resignificação ainda mais profunda, impulsionado pela prática do DIY e a necessidade dos jovens de manifestarem sua oposição à estética consumista e à cultura dominante, como cita Le Zotte:

No processo, os mercados de segunda mão se tornaram um recurso importante para a articulação pública de opiniões minoritárias, incluindo, por um lado, as de elitistas sociais e conservadores nostálgicos e, por outro lado, de anticapitalistas, manifestantes de guerra, defensores da igualdade de gênero e sexualidade e ambientalistas. Os participantes do comércio de segunda mão trabalharam com e contra os ideais em evolução da moda, alimentados pela crescente importância da identidade individual e noções de celebridade, para romper as categorias existentes de sexualidade e gênero e se opor ao status quo político (Le Zotte, 2017, s/p, tradução nossa).

Ainda de acordo com Le Zotte (2017), as roupas de segunda mão detinham um potencial especial para um simbolismo social, tornando-se, a partir do século XX, associadas a personalidades, crenças e status de quem as usava. A autora argumenta que, justamente por causa dos estigmas negativos que essas peças ainda possuíam, surgiram significados oposicionistas, que estimulavam o uso de peças de segunda mão como formas de expressão de rebeldia e elitismo.

A geração jovem dos anos 70, como já dito anteriormente, transmitia suas angústias e descontentamentos através da moda, e usava esse artifício para se opor às normas preestabelecidas pelo *mainstream* e criticar o consumismo. É nesse contexto que as lojas de roupas de segunda mão entram com um papel significativo, ao fornecerem peças a preços mais acessíveis, permitindo que pessoas com recursos financeiros limitados tivessem acesso a vestuário. Além disso, essas lojas proporcionavam alternativas diferentes às tendências das grandes varejistas, e desafiavam a cultura do consumo, que incentivava a compra contínua de itens novos, em detrimento dos antigos.

No mesmo contexto, outro fator que destaca a relevância dos brechós para as cenas de contracultura, em especial a cultura punk, é a busca dos jovens por liberdade, principalmente sexual, como observa Le Zotte:

Em uma época em que o desvio da aparência de gênero normativo era uma infração passível de prisão, a leniência comparativa das lojas de segunda mão oferecia oportunidades de experimentação negadas por locais de primeira mão. De forma mais ampla, o comércio de segunda mão auxiliou no avanço político e cultural dos direitos gays e ajudou a criar um escopo mais amplo de identidades sexuais e imagens relacionadas por meio não apenas do ativismo político, mas também de rotas culturais como glam rock, punk, arte e cinema underground e arte performática de vanguarda (Le Zotte, 2017, s/p, tradução nossa).

Essa liberdade, ainda que limitada, também se estendeu para as mulheres, apesar dessas não encontrarem o espaço igualitário e a suposta aceitação que lhes eram oferecidos (Guerra; Guelian; Moreira, 2017), pois “inevitavelmente – dada a natureza arraigada da

misoginia – a menor herança do punk esteja nas mudanças que trouxe para as mulheres” (Reddington, 2004, p. 443). É notório que as mulheres tiveram uma possibilidade maior de se encontrarem, seja sexualmente ou de maneira identitária, através das roupas. Como foi o caso da artista Pamela Rooke que, como citado anteriormente, se tornou uma referência feminina na cena punk.

E eu também recebia a reação oposta – pessoas ficando assustadas com meu visual, porque eu estava desafiando a normalidade, desafiando a visão das pessoas da sexualidade, e fazendo tudo isso deliberadamente, não como um objeto sexual mas como uma pessoa que sabia onde estava sexualmente. Era um look sexual empoderador. Eu me sentia confortável e segura de mim (Anderson, 2019, s/p).

Há ainda o viés da sustentabilidade que, apesar de pouco explorado e mencionado pela cena, esteve presente intrinsecamente nas pautas levantadas pelo movimento, que ao contestarem o consumismo exagerado e o *establishment*, indiretamente questionavam seus meios de produção e o que defendiam – produção em massa, obsolescência programada, superexploração de recursos naturais, entre outras práticas que têm impacto negativo no meio ambiente. Um exemplo dessa relação é Westwood, que ao longo dos anos, manteve sua essência punk e passou a defender e trabalhar com causas sustentáveis, como iremos abordar mais à frente.

3.1.1 Uma alternativa acessível para os punks

Especificamente para os punks, os brechós se mostraram uma alternativa acessível e rentável para suas experimentações na moda. Cartledge (1999) reflete sobre como o punk, enquanto moda, foi muitas vezes associado apenas a Londres e um pequeno número de agentes – designers, lojas específicas e figuras influentes – minimizando a importância de uma grande maioria, que não se encontrava no epicentro do movimento e não possuía condições financeiras para comprar em lojas como a de Vivienne. E são essas pessoas que transformam os brechós em espaços de resistência para a cena punk.

Mas quais são os espaços mais emblemáticos deste circuito? Primeiro, e paradoxalmente, a casa de cada um. Havia quase um ritual de passagem que implicava vasculhar os baús de avós e pais à procura de roupa que pudesse ser trabalhada. Era a opção mais fácil e barata. Em segundo lugar, as lojas de caridade ou de roupa em segunda mão. Numa época em que o vintage não estava na moda, estes aproveitamentos não deixavam de implicar um estigma social. Ir a lojas de caridade ou segunda mão era coisa de pobre. Independentemente de tudo, estas lojas permitiam comprar quase roupa a quilo, a um preço muito reduzido. Permitia uma provisão quase ilimitada de material para reconverter. E isto é importante num

aspeto. Quando falamos de DIY, geralmente só levamos em consideração as práticas que correram bem. Todavia, existia aqui muito de tentativa e erro. Primeiro que acertassem no processo, muita roupa ficou estragada. Daí a necessidade de descobrir locais em que pudessem comprar verdadeiras pechinchas. Uma alternativa, claro, era pedir à mãe que tratasse do processo de coser (Guerra, 2019, p. 138-139).

A necessidade de um local que oferecesse roupas baratas e que pudessem ser estragadas, nas muitas tentativas de customização, se intensifica ainda mais quando o *mainstream* passa a incorporar a cultura punk e a torna parte da cultura dominante. Essa absorção de subculturas por parte da sociedade dominante é explicada por Hebdige (2018), a partir de duas formas: se tornando mercadoria, ou seja, os símbolos dessas subculturas são incorporados e usados por grandes marcas, sendo distribuídos para a população em geral e perdendo seu poder subversivo, e/ ou por uma absorção ideológica, em que a sociedade dominante redefine o que considera como comportamentos desviantes das subculturas, removendo seu caráter de oposição e resistência.

Para Hebdige (2018), os punks tinham uma necessidade constante de reinvenção, devido às incessantes apropriações que o estilo sofria. Como forma de resistência, os brechós se tornam espaços de possibilidades para inovar e experimentar, juntamente com a prática do DIY, já bastante utilizada na estética punk.

3.2 O QUE É DIY

De acordo com Diana Crane (2006), nas últimas décadas do século XX, a moda consolidou-se como um meio de expressão para grupos marginalizados e contraculturais, como os punks. Influenciados principalmente pelo universo musical e pelo cinema, essa subcultura incorporava estilos de vestuário que desafiavam as normas convencionais, utilizando a moda como uma ferramenta de resistência e crítica ao consumismo e à cultura dominante.

O que chegava do estrangeiro era caro e muitas vezes tardio. A realidade queirosiana não tinha mudado muito, na verdade. Daí a importância do punk no fornecer um universo de possibilidades estéticas a um conjunto de jovens, através do *do-it-yourself* (DIY) (existiam também aqueles que conseguiam adquirir acessórios de moda em viagens a Londres, mas eram reduzidos em número) (Guerra, 2019, p.126-127).

Crane (2006) ainda argumenta que, os jovens apropriavam-se de elementos de culturas, personalizando-os com decorações que refletiam seus estilos e serviam como forma de expressão de identidade e criatividade [Figura 10]. A autora exemplifica essa prática com

um visual punk composto por uma camiseta rasgada e sem colarinho, com respingos de tinta, correntes e alfinetes utilizados como adornos, além do nome "Sid Vicious", membro da banda punk inglesa Sex Pistols, inscrito na peça. Essas customizações são denominadas DIY (*do-it-yourself*).

O conceito de *do-it-yourself* – faça você mesmo – surge como uma prática criativa autônoma, desenvolvida em resposta a mudanças econômicas, sociais e culturais, desempenhando um papel crucial nos movimentos artísticos e na moda. Essa abordagem envolve a modificação ou reparação de peças, favorecendo a autonomia dos criadores frente às estruturas tradicionais e estabelecendo uma estética que integra elementos de resistência e experimentação.

Figura 10 – Peças customizadas no estilo punk



Fonte: Please Kill Me¹³.

3.2.1 DIY e brechós

Brechós desempenham um papel significativo no incentivo ao reaproveitamento de roupas, oferecendo peças que frequentemente são transformadas ou customizadas por quem as adquire. Esses estabelecimentos não apenas disponibilizam itens únicos e acessíveis, mas também criam oportunidades para práticas de DIY, permitindo que os consumidores adaptem ou personalizem as peças de acordo com suas preferências estéticas e necessidades funcionais.

Uma forma de consumismo subversivo, como postula McRobbie (1997), em que a desigualdade inerente ao mundo da moda é subvertida pela reconversão de roupa em segunda mão. Isto aproxima Portugal da realidade das pequenas cidades inglesas. Como Cartledge (1999) analisa, quando pensamos em moda punk, imediatamente

¹³ Disponível em: <<https://bit.ly/4hfkOxX>>. Acesso em: 16/01/2025.

falamos de Londres. Sobrevaloriza-se um pequeno número de agentes e não a grande parte dos punks, que não tinha capacidade financeira para ir às lojas de Vivienne Westwood (Guerra, 2019, p.138).

O *do-it-yourself*, nesse contexto, contribui diretamente para a redução do desperdício no setor da moda, conhecido por ser um dos mais impactantes em termos de consumo de recursos naturais e geração de resíduos. Ao revitalizar e prolongar o ciclo de vida das roupas, a prática promove um modelo de consumo mais sustentável, que valoriza a reutilização e a criatividade em detrimento da descartabilidade.

Além disso, essa abordagem ressignifica a relação do indivíduo com a moda, transformando o ato de vestir-se em uma expressão de autenticidade e, simultaneamente, em uma ação consciente que desafia os paradigmas do consumo rápido e da produção em massa. Assim, brechós e DIY juntos formam uma alternativa de resistência ao modelo tradicional da moda.

A moda faz parte de nós enquanto seres sociais, permitindo a criação de expectativas face ao outro e fomenta o contacto e o inter-relacionamento. Aliás, não só a moda como também o DIY permite a conexão entre os indivíduos e, paralelamente, ambos vão ao encontro das necessidades contemporâneas: sustentabilidade, ecologia, combate do desperdício têxtil e, claro está, ambos se baseiam e multiplicam a sua popularidade nas redes sociais (Guerra; Bonadio, 2022, p.14).

3.3 IMPORTÂNCIA DO DIY

Hebdige (2018) aponta que todas as subculturas, inclusive os punks, são marcadas pelo consumo, mesmo que rejeitem abertamente a ideia de consumismo. A distinção nesse consumo, segundo o autor, reside na forma como os bens são apropriados e ressignificados. O método "faça você mesmo", essencial para a estética e a atitude punk, não era apenas uma resposta à falta de acesso a roupas de grife ou à música comercial, mas uma afirmação de autonomia e autenticidade, que buscava redefinir ou subverter os significados originais de tais mercadorias.

Emblematicamente, a sustentabilidade encontra a sua génese no DIY, no sentido em que o próprio termo "sustentável" pressupõem a integração de uma prática de manutenção apreendida informalmente. Adicionalmente, a sustentabilidade – associada à moda – não implica apenas uma dimensão ecológica ou ambiental, mas também uma dimensão social e económica, estando estas duas últimas na génese do DIY. Não é despidendo referir que estamos perante uma prática de consumo relacionada com as práticas de consumo da Geração Z (Guerra; Bonadio, 2022, p.10-11).

No entanto, apesar de seu caráter de resistência, o movimento punk logo foi cooptado pela indústria da moda, levantando questões sobre a autenticidade da rebeldia, como observa Thomas Frank (1998), que aponta a tendência do *mainstream* de transformar movimentos contraculturais em produtos comerciais. Um exemplo claro disso é a cultura do DIY, que, embora tenha sido criada como uma alternativa às opções oferecidas pelas grandes marcas, acabou sendo absorvida e utilizada por essas mesmas empresas.

Embora tenha sido absorvido pelo mercado, o movimento punk, com sua essência DIY, permanece relevante na moda, na música e na sociedade. Mesmo que de formas diferentes das décadas passadas, continuam a exercer uma influência significativa, refletindo questões sociais e culturais contemporâneas.

Pensando na gênese do DIY, enquanto filosofia e prática que visava dar resposta às necessidades daqueles que se queriam opor ou criticar o *mainstream* (Bennett; Guerra, 2021), não podemos deixar de questionar o seu papel no presente: é crucial equacionar a hipótese de que o DIY não desapareceu no meio de um capitalismo transglobal; mas antes, viu-se obrigado a adaptar-se aos contextos e às vivências atuais. Com efeito, tal afirmação não é feita sem uma estruturação conceitual. Após várias pesquisas teóricas (e de curiosidade entusiasta) tornou-se possível identificar a presença do DIY em outras práticas e em outros conceitos, tais como o de “consumo colaborativo” (Mcneill; Venter, 2019). Não obstante, este consumo colaborativo nada mais é do que a utilização de bens subutilizados, tais como roupas em segunda mão, aluguel de roupa ou mesmo trocas temporárias de roupa (Guerra; Bonadio, 2022, p. 11).

3.3.1 DIY como ato político

Ainda na atualidade, podemos destacar novamente a trajetória de Vivienne Westwood, defensora da ideia de "comprar menos, escolher bem e fazer durar". Como exemplo emblemático da conexão entre moda e ativismo, Westwood integrou questões sociais e ambientais em suas criações ao longo das últimas décadas, temas que se tornaram objeto de preocupação das novas gerações. Além disso, como foi abordado anteriormente, suas inovações no design desafiaram convenções estéticas, trazendo à tona elementos que remetem diretamente ao punk e à cultura DIY.

A loja SEX, co-fundada pela estilista, não apenas vendia peças que refletiam a estética punk, mas também incentivava o "faça você mesmo", democratizando a moda e promovendo a participação de pessoas de diferentes contextos econômicos no processo criativo. O uso de materiais simples, como alfinetes, correntes, tecidos reutilizados, camisetas rasgadas e slogans pintados à mão, são representações de uma abordagem criativa e acessível na prática DIY.

Podemos por fim compreender que esse movimento não se limita à economia; é também uma forma de autonomia criativa e política, desafiando os ideais do consumismo e da produção em massa. Atualmente, o DIY ganhou destaque na moda contemporânea, tanto pela valorização do *handmade*¹⁴ quanto pela explosão de tutoriais na internet, juntamente com diversos estilistas incorporando essa estética para criar peças únicas. Essa cultura reflete uma busca crescente por autenticidade, responsabilidade ambiental e resistência ao consumismo, mantendo viva a influência da estética punk e do DIY nos brechós, que continuam a atuar como importantes espaços de sustentabilidade e expressão de criatividade.

¹⁴ No português, “feito à mão”, trata-se de um movimento que valoriza produtos artesanais, ou seja, feitos à mão.

4 A PRODUÇÃO

Como parte prática do trabalho, foi idealizado um editorial que fosse capaz de transmitir a relevância dos brechós e da prática DIY, não somente nas peças utilizadas pelos modelos, como também nas edições finais, aplicando técnicas de montagens, inspiradas em *fanzines*¹⁵ punks da década de 70, que eram produzidos a partir das abordagens do *do-it-yourself*, com colagens e textos datilografados ou escritos à mão.

Para tal, foi realizada uma curadoria em bazares e brechós, onde foram selecionadas as peças que, após os processos de higienização, foram usadas como base para customização através do DIY, juntamente com peças de acervo pessoal, que seriam descartadas, mas encontraram um novo propósito neste trabalho, seguindo o viés da sustentabilidade brevemente abordado. As intervenções, realizadas por ambas as autoras, tiveram como inspiração os trajes usados pelos jovens da cena punk da década de 70, e recorreram ao uso dos mesmos elementos utilizados por esses jovens em suas customizações.

Já para a produção do editorial, as escolhas de locação, cenografia e iluminação buscaram traduzir o espírito da cena punk londrina dos anos 70, aplicando-o em um ambiente de estúdio, que permite trabalhar as fotos com o foco maior nas roupas. A beleza foi inspirada nos cabelos e maquiagens da época, bem como os acessórios, que variam entre itens de acervo pessoal e criações feitas especialmente para o trabalho.

O resultado é a combinação de referências da estética da cena estudada com o conceito visual das produções de moda contemporâneas. O emprego de colagens de fotos de cenas urbanas, brechós e elementos gráficos como textos e símbolos, faz alusão aos *fanzines* e traz mais uma referência visual cultural para o projeto.

4.1 CURADORIA

A seleção das roupas usadas no editorial foi feita a partir de uma curadoria em brechós e bazares beneficentes na cidade de Juiz de Fora – MG e Petrópolis – RJ [Figura 11]. Antes da busca, os tipos de peças foram previamente definidos, considerando a estética e a proposta conceitual do editorial. Dessa forma, as visitas nos brechós foram mais direcionadas, poupando tempo, gastos e consumo desnecessários, uma vez que o trabalho tem como pauta o anticonsumismo punk. Além de buscas em lojas especializadas, o acervo pessoal das autoras

¹⁵ Publicações independentes, feitas de forma artesanal e/ ou com baixo custo, que abordaram diversos temas como música, política, moda, artes e movimentos culturais.

também serviu como fornecedor, visto que essas peças seriam descartadas e existe no trabalho o viés da sustentabilidade.

Quanto à escolha específica das peças, fotografias da época foram referências para a construção do figurino, que teve como objetivo explorar as questões de corpo e gênero, vestindo os modelos masculinos com peças mais justas e transparentes, socialmente lidas como femininas, e a modelo feminina com peças mais largas e despojadas, que valorizam a sensualidade e a liberdade sexual da mulher de uma forma mais sutil e menos sexualizada.

Ao final, foram definidos seis looks no total, com duas peças sendo reutilizadas em diferentes composições, a fim de reforçar o conceito do não consumismo, apoiado pela cena punk. Todas as peças passaram, previamente, por um processo de customização, para se alinharem à proposta do trabalho. Entretanto, ajustes foram realizados durante o editorial, juntamente com técnicas de styling, permitindo que a estética DIY fosse aplicada de forma ainda mais expressiva.

Figura 11 – Prancha de brechós e bazares



Fonte: Autoria própria (2025).

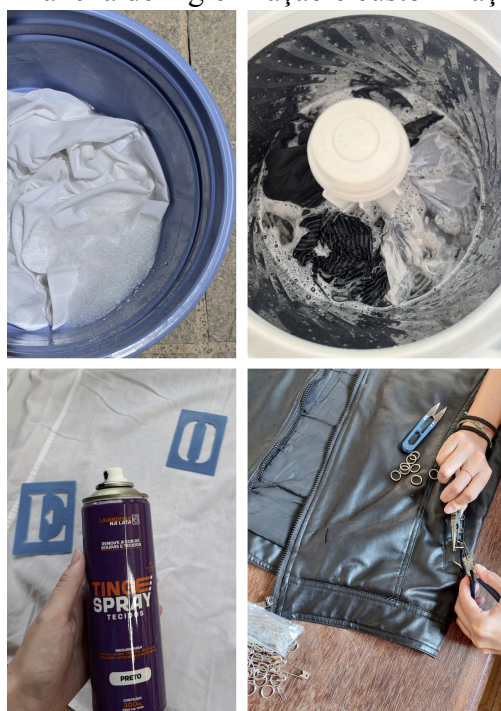
4.1.1 Processos de higienização e customização

Finalizado o processo de seleção e compra, iniciou-se o processo de higienização das peças, a fim de garantir não apenas que estivessem totalmente limpas, mas também que fossem removidos quaisquer resíduos que pudessem atrapalhar a customização dos itens, como, por exemplo, o tingimento de uma das blusas, que precisava estar limpa para que a tinta fosse melhor absorvida pelo tecido.

Para a customização, foram utilizados alfinetes de segurança, de tamanhos variados, argolas, correntes, tinta spray, bottons e retalhos de tecidos, bem como algumas peças foram cortadas, remendadas, costuradas, bordadas e desfiadas, cada uma seguindo a abordagem do DIY, que permitia uma experimentação, sem seguir uma fórmula ou roteiro, gerando modificações de formas orgânicas e originais.

Os itens utilizados para a confecção das peças foram, em partes, comprados, no entanto, priorizou-se o uso de objetos de acervo pessoal, como os retalhos, linhas e correntes, que foram, em sua maioria, reciclados de produções anteriores, a fim de reforçar os ideais de sustentabilidade levantados pelo trabalho. A escolha de tais elementos para a modificação das peças, se deu a partir de estudos imagéticos do vestuário punk da década de 70, que concluíram que esses eram os materiais mais comuns em personalizações da época.

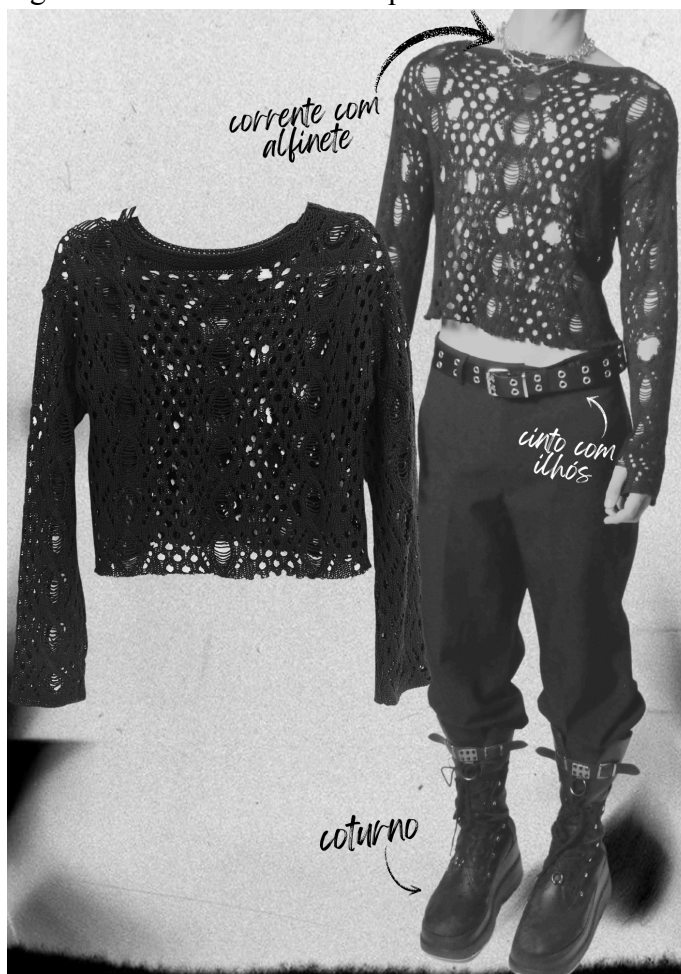
Figura 12 – Prancha de higienização e customização das peças



Fonte: Autoria própria (2025).

4.2 LOOK 1

Figura 13 – 1º look escolhido para o desenvolvimento

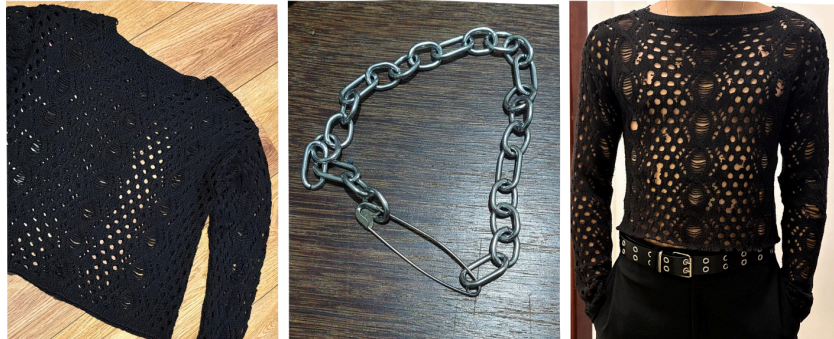


Fonte: Autoria própria (2025).

A blusa, adquirida em brechó, passou por um processo de customização para ganhar um visual mais “destruído”. Foram feitos rasgos estratégicos para criar um efeito desfiado e a barra foi cortada, tornando a peça mais curta e com um acabamento assimétrico. O look, composto também por uma calça preta de segunda mão, foi inspirado em vestimentas da época e propõe uma afronta às normas de gênero, ao destacar uma blusa encurtada e com furos, que deixa o corpo mais aparente e questiona padrões tradicionais de vestimenta. Toda a customização foi realizada utilizando apenas uma tesoura, reforçando a estética DIY. O figurino é complementado por um cinto com ilhós metálicos, correntes com alfinetes no pescoço e coturno, que evidenciam o visual punk.

4.2.1 Customização

Figura 14 – Prancha de DIY do 1º look



Fonte: Autoria própria (2025).

4.3 LOOK 2

Figura 15 – 2º look escolhido para o desenvolvimento



Fonte: Autoria própria (2025).

Para o segundo look, duas camisas de botão, obtidas em lojas de roupas de segunda mão, foram cortadas ao meio e combinadas entre si, unindo metades de peças diferentes para criar um visual assimétrico e único. A estampa foi feita com spray preto para tecido e régua de letras, trazendo a frase “*No Future*” – sem futuro – na parte frontal e “*DIY or Die*” – faça você mesmo ou morra – nas costas, inspiradas nos designs de Vivienne Westwood. Um coturno, uma meia calça arrastão e alfinetes presos na camisa acentuam a estética punk desejada. Além disso, utilizamos uma gargantilha branca inspirada em acessórios BDSM, em referência a itens que faziam parte do estilo.

4.3.1 Customização

Figura 16 – Prancha de DIY do 2º look



Fonte: Autoria própria (2025).

4.4 LOOK 3

Figura 17 – 3º look escolhido para o desenvolvimento



Fonte: Autoria própria (2025).

Para a criação do terceiro look, as inspirações foram alguns looks usados por integrantes de bandas punks da década de 70. A jaqueta, uma peça grande, de couro sintético, faz parte do acervo pessoal das autoras. Para a customização, foram aproveitados alguns rasgos do couro, onde foram inseridos alfinetes. Correntes foram presas nos ombros, de forma assimétrica, para estilizar a peça, bem como as argolas nos bolsos. Bottons foram utilizados, assim como em customizações da época, sendo dois deles, estampados com referências ao livro *Laranja Mecânica*¹⁶, e os outros dois, imagens de figuras da monarquia, com fita isolante preta tapando os olhos dos monarcas, em referência às modificações provocativas de Vivienne Westwood.

¹⁶ *Laranja Mecânica* é um romance distópico de Anthony Burgess, de 1962, que retrata uma sociedade inglesa marcada por violência.

A calça, um jeans antigo com leves avarias, foi utilizado como parte do look. Aproveitando as avarias, a peça foi rasgada e desfiada nos joelhos, como exemplos da época. Correntes de tamanhos diferentes foram presas aos passantes, a fim de trazer um ar mais agressivo para a peça. Nos pés, um coturno militar estilizado com uma corrente, e no pescoço, uma corrente fechada com um cadeado, trazendo personalidade ao look.

4.4.1 Customização

Figura 18 – Prancha de DIY do 3º look



Fonte: Autoria própria (2025).

4.5 LOOK 4

Figura 19 – 4º look escolhido para o desenvolvimento



Fonte: Autoria própria (2025).

No quarto look foi utilizada uma *t-shirt*, de acervo pessoal, que já apresentava manchas. A peça recebeu uma estampa com a frase “*This is Not a Brand*” – isso não é uma marca – elaborada também com spray preto para tecido e réguas de letras, em uma clara manifestação política que questiona a lógica das marcas e o consumo na moda. A mensagem propõe uma crítica ao papel das marcas ao sugerir que o valor de uma peça não deve estar atrelado a um logo ou a um nome reconhecido, mas sim ao seu conteúdo, significado e processo criativo. Esse questionamento remete à crítica de designers como Vivienne Westwood, que, por meio de criações provocativas, desafiou o sistema da moda tradicional.

Essa perspectiva contraria a concepção tradicional da moda como símbolo de status e mercadoria, reforçando o pensamento punk e a filosofia *do-it-yourself*, que valorizam a individualidade, a customização e a resistência ao consumo em massa. Além disso, a frase dialoga com o conceito de *anti-branding*, amplamente explorado por movimentos

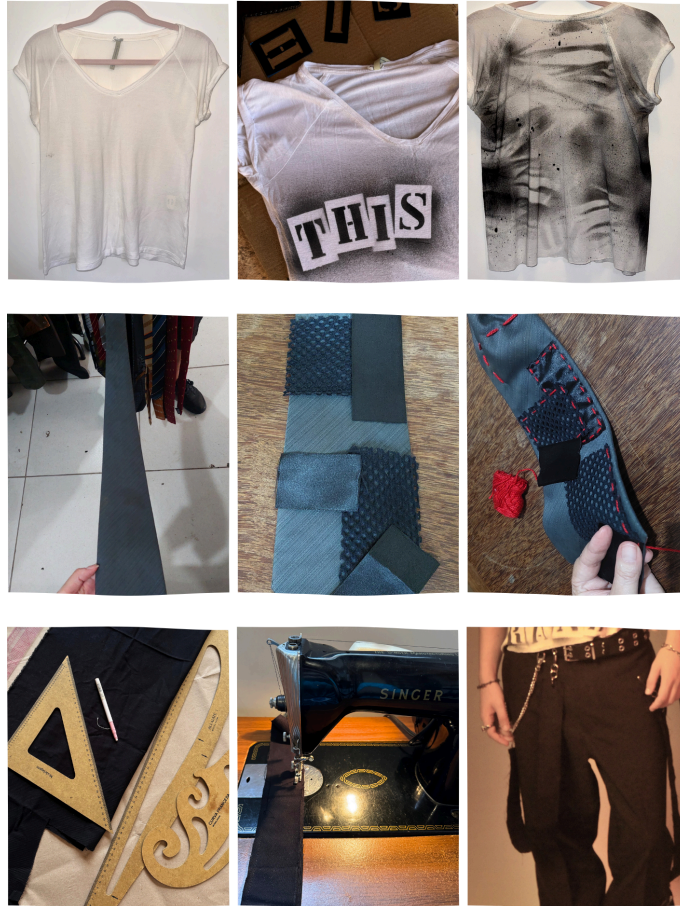
contraculturais e designers contemporâneos que priorizam a subversão e o discurso crítico. Complementando essa proposta subversiva, a barra da blusa foi cortada, tornando-a mais curta, introduzindo mais uma vez uma reflexão sobre questões de gênero ao subverter padrões tradicionais de vestimenta e propor uma silhueta que desafia normas convencionais, reforçando o caráter transgressor da estética punk.

A calça preta, adquirida em brechó, foi customizada com a aplicação de cintos em tamanhos diferentes, costurados para serem pendurados, adicionando movimento e destaque à peça. Correntes e alfinetes foram incorporados, reforçando um estilo punk. A customização foi inspirada também no trabalho de Vivienne, cuja estética desafiadora e subversiva influenciou o design final. Elementos como os cintos pendurados fazem referência ao icônico macacão *bondage* e a outras criações da estilista que exploram o uso de cintos, como a peça comentada anteriormente na série *Pistol*. A composição foi complementada com coturnos e acessórios, reforçando a estética punk e sua abordagem provocadora.

Uma gravata cinza, costurada com fita de cetim preta e retalhos da manga removida da regata do look 6, finaliza o quarto look. Para contrastar com o cinza e preto, foi usada uma linha grossa vermelha. Tanto os retalhos quanto os bordados são aproveitados para disfarçar algumas manchas de uso que danificavam a peça. Como elemento de estética, símbolo anarquista foi bordado na parte inferior, representando algumas das ideologias do movimento punk.

4.5.1 Customização

Figura 20 – Prancha de DIY do 4º look



Fonte: Autoria própria (2025).

4.6 LOOK 5

Figura 21 – 5º look escolhido para o desenvolvimento



Fonte: Autoria própria (2025).

O quinto look foi inspirado novamente em uma criação de Vivienne Westwood, usada por Jordan e registrada em fotografias. A peça da artista, um tricô desconstruído, ganha uma nova versão a partir de uma blusa de tricô antiga, que já possuía desfiados em algumas partes, que foram aproveitados e aumentados, juntando com novos desfiados pelo restante da peça, a fim de trazer uma ideia de roupa destruída.

Para a saia, foram reutilizadas duas peças do acervo pessoal que seriam descartadas, uma saia adquirida em brechó e retalhos de jeans também destinados ao descarte. Pequenos retalhos foram aplicados sobre uma base já existente, formando uma saia de estética desconstruída. A costura foi realizada com máquina reta e, para um acabamento com aparência destroyed, foi aplicado um spray preto sobre os retalhos. Em determinados retalhos utilizamos a técnica de engomar com amido de milho, o que resultou em um tecido mais

estruturado. Nos pés, um coturno imitação das botas Dr Martens, muito usadas pelos jovens da época, complementa o look. De acessório, um cordão com diversos pingentes.

4.6.1 Customização

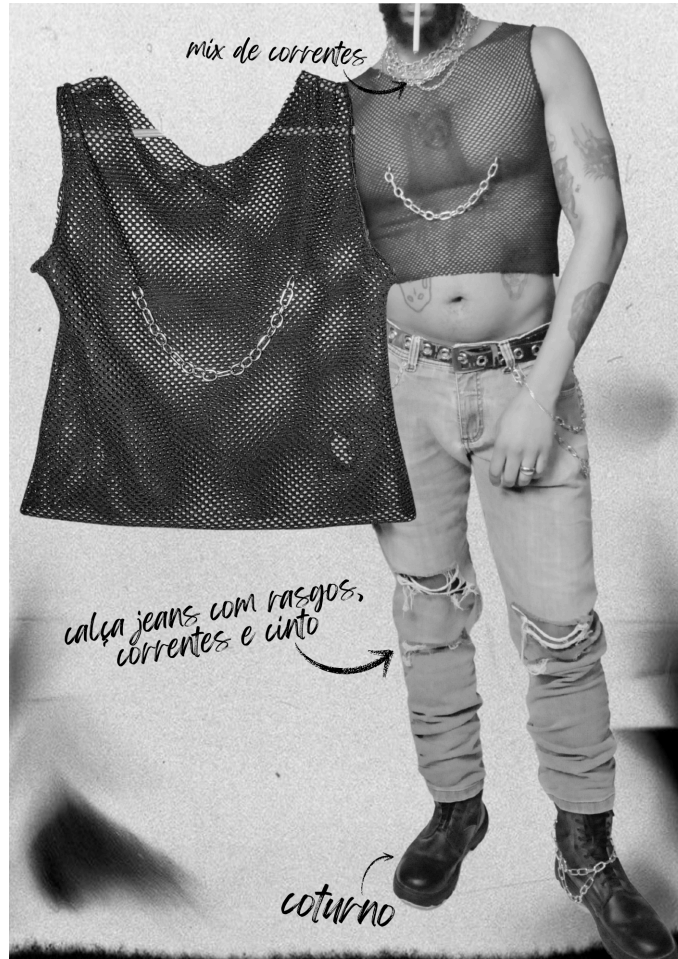
Figura 22 – Prancha de DIY do 5º look



Fonte: Autoria própria (2025).

4.7 LOOK 6

Figura 23 – 6º look escolhido para o desenvolvimento



Fonte: Autoria própria (2025).

O último look reaproveita a calça e sapato do terceiro look, a fim de reforçar a ideia de sustentabilidade e anticonsumismo. Um body justo de rede feminino, de manga longa e gola alta, que possuía avarias e foi comprado em brechó, teve suas mangas e gola cortadas, a fim de ser transformado em uma regata justa. Como estilização, foram adicionadas duas argolas, ligadas por uma corrente, simulando piercings de mamilos, que conversam com a estética da blusa. A intenção dessa customização foi criar um diálogo entre uma peça que, por ser naturalmente furada, não cumpre a função de cobrir o corpo, e a sensualidade por trás do piercing no mamilo, que evoca a ideia de liberdade sexual. Essa criação, ao ser vestida por um homem, contraria as normas de gênero que dominam a sociedade, pauta abordada pelo trabalho. Como forma de completar o look, são usados cordões de correntes, trazendo um peso e certa agressividade visual à composição.

4.7.1 Customização

Figura 24 – Prancha de DIY do 6º look



Fonte: Autoria própria (2025).

5 DESENVOLVIMENTO DO EDITORIAL

O editorial OBLIVION busca traduzir imagetivamente a importância do DIY nas peças de segunda mão dentro da estética da cena punk. Alternando entre fotografias em grupo e individuais, o ensaio simboliza a coletividade do movimento, marcada pela união de jovens com ideais comuns, ao mesmo tempo em que celebra os brechós e exalta a customização como expressão de identidade e resistência.

Assim, o editorial homenageia a estética punk e, ao mesmo tempo, reforça a importância do consumo consciente e da criatividade no processo de construção de identidade, mostrando como a reutilização e customização de peças pode ser uma forma de resistência e expressão.

O nome *oblivion* remete ao esquecimento, à desintegração e à destruição total – conceitos que dialogam com a efemeridade da moda e a urgência de romper padrões através da subversão e da reinvenção.

Figura 25 – Backstage do editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

5.1 PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do editorial consiste em jovens alternativos que admiram a cena punk e se inspiram tanto no comportamento e nos ideais quanto na estética do movimento. São jovens politizados e antenados, que se preocupam com questões sociais e ambientais e veem, no consumismo exacerbado, um problema para as gerações atuais e, principalmente, para as futuras, considerando as questões climáticas que vêm se intensificando ao longo dos anos e como o consumo inconsciente contribui para o impacto que a indústria têxtil provoca no ambiente.

Além disso, são jovens que não se conformam em seguir padrões e enxergam a moda como forma de expressão, onde podem transmitir suas personalidades, gostos, desejos e inquietações na forma de se vestir. São pessoas que gostam de chamar a atenção, pois têm algo a dizer e sentem necessidade de serem ouvidas.

Figura 26 – Prancha iconográfica de público-alvo do editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

5.2 CONCEITO DO EDITORIAL

Subversão, identidade e posicionamento. A ideia do editorial é transmitir o impacto do DIY nas roupas – de segunda mão – e mostrar como as peças transcendem o vestir e se tornam parte de uma cena, como coprotagonistas de um movimento marcado pela contestação social e independência cultural. Não existe uma tendência sendo seguida, não existem marcas relevantes e a beleza padrão não é exaltada.

Nos anos 70, os jovens na Inglaterra se reuniam em festas e shows, contestavam a cultura dominante com suas músicas e visuais impactantes. A roupa naquela época tinha voz, que era intensificada pelo comportamento subversivo de quem as vestia. A intenção é transmitir essa subversão, através do uso de luzes, poses e, principalmente, das roupas.

Figura 27 – Prancha iconográfica de tema para editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

5.2.1 Locação

As fotos foram realizadas no Estúdio Aura, localizado no bairro São Mateus, em Juiz de Fora. A escolha se deu através do intuito de trazer um foco maior para as roupas, e tendo em mente o processo de colagem nas fotos, que seria responsável por evocar a carga urbana do movimento punk e, desse modo, exigia um cenário mais limpo para as fotos, possibilitando, assim, uma abordagem mais livre nas colagens.

Figura 28 – Prancha iconográfica de locação para editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

5.2.2 Vestuário

O figurino foi pensado a fim de contestar os padrões estéticos estabelecidos pela sociedade, assim como faziam os punks da década de 70, invertendo as normas de gênero e recorrendo a peças que contrariam as tendências atuais e são, muitas vezes, consideradas “feias” ou “agressivas” pela sociedade. Também foram priorizadas peças que, por si só, carregassem personalidade e que, após os processos de customização, essa personalidade fosse ainda mais evidente.

Outro fato importante para a escolha das peças foi a facilidade para montar os looks, de modo que pudessem gerar variadas combinações, não apenas as apresentadas ao final deste trabalho. Também se considerou a qualidade dessas peças, uma vez que não seria interessante usar um item extremamente novo, e certas “imperfeições” serviriam como adereço e complementar a estética proposta para a customização. A intenção com isso era aproveitar de peças que para muitos, não seriam bem aproveitadas, como peças rasgadas, desfiadas ou manchadas.

Figura 29 – Prancha iconográfica de vestuário para editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

5.2.3 Acessórios

Os acessórios escolhidos ressaltam a estética punk e a proposta subversiva do editorial, trazendo elementos que dialogam com o espírito de rebeldia e desconstrução característicos do movimento. Alfinetes foram incorporados como símbolo da customização e da ressignificação de materiais simples, representando mais uma vez a filosofia *do-it-yourself* e o questionamento da moda tradicional.

A estética BDSM está presente em gargantilhas, cintos de ilhós e outros acessórios, remetendo novamente ao trabalho de Vivienne Westwood. Esses elementos trazem à tona temas como poder, sexualidade e contestação de normas sociais. As correntes e os cintos reforçam a estética industrial e urbana, comuns na cena *underground* punk, enquanto a gravata customizada ressignifica um acessório associado à formalidade, propondo uma nova leitura que desafia padrões e reforça o caráter transgressor do editorial.

Figura 30 – Prancha iconográfica de acessórios para editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

5.2.4 Beleza

A proposta de beleza foi inspirada em figuras emblemáticas do movimento, como Jordan e Sid Vicious. Na maquiagem da modelo feminina, as sobrancelhas descoloridas e os olhos pretos e extremamente marcados de Jordan fizeram contraste com uma pele pouco tratada, e combinavam com um batom escuro marcante. Já o penteado se inspirou na irreverência dos cabelos das mulheres na época, que brincavam com penteados para cima, fugindo do tradicional.

Já para os modelos masculinos, o olho levemente marcado e borrado simboliza essa personalidade alternativa e contestadora de normas. O cabelo espetado e bagunçado de Sid Vicious serve como inspiração para o penteado de um dos modelos, e o blackpower curto, combinado com uma barba grande, se inspira em alguns registros da época.

Figura 31 – Prancha iconográfica de beleza para editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

5.2.5 Modelos

A escolha de modelos se deu a partir do pensamento que o punk foi um movimento de contracultura iniciado pela juventude, ou seja, ele surgiu a partir de grupos. Dessa forma, o editorial foi pensado de modo que pudesse ser feito com mais de um modelo, sendo dois homens e uma mulher, a fim de transmitir essa ideia de coletividade que foi tão importante para que a cena ganhasse força, notoriedade e adeptos.

Um fator decisivo para a escolha foi a capacidade de se adaptar com a estética, para isso, foram escolhidos modelos que, mesmo fora dos “personagens” que interpretaram, tivessem familiaridade com o universo das cenas alternativas, e fugissem de um certo padrão estético que valoriza corpos malhados e definidos. Figuras como Sid Vicious, Poly Styrene, Pamela Rooke, e H.R.¹⁷, foram essenciais para a idealização e escolha dos modelos, bem como seus estilos foram usados como inspiração para a construção do figurino.

A escolha de modelos de ambos os gêneros reforça e contesta a já mencionada ausência da mulher em lugares de destaque no movimento. O punk surgiu a partir de homens e mulheres, ambos têm relevância para a história do movimento e o editorial buscou reafirmar essa importância, usando modelos masculinos e femininos. Desse mesmo modo, optou-se pela escolha de modelos negros, considerando a influência de sua cultura para o movimento.

Como mencionado por Hebdige (2018) o movimento punk tem grande influência da cultura negra e é importante reconhecer a presença de pessoas negras na cena, não apenas porque elas pertenceram ao movimento tanto quanto pessoas brancas, mas, principalmente, pela influência que suas criações tiveram na construção do punk, seja musical ou esteticamente. E considerando o fato de a história apagar a presença dessas pessoas dos registros, o presente trabalho escolheu ir pelo caminho contrário e ressaltar a presença delas.

¹⁷ H.R., ou Paul D. Hudson, é um músico americano, líder da banda Bad Brains, em atividade desde 1977. Apesar de não pertencer ao movimento punk londrino, foco desta pesquisa, recebe um destaque por seu visual e seu papel na consolidação do movimento.

5.2.6 Poses

As poses se misturam entre inspirações de fotos da época, que retratavam a juventude em momentos de lazer, em seus encontros em festas e shows, e poses mais neutras, inspiradas em *lookbooks*. As imagens em grupo foram planejadas para transmitir a atmosfera de um evento punk, capturando a espontaneidade das interações entre os modelos, como se estivessem em um show, uma festa ou reunidos nas ruas. A intenção foi recriar a energia de coletividade e resistência desses espaços. A proximidade entre os modelos e o uso de iluminação dramática ajudam a reforçar a estética, trazendo dinamismo e autenticidade para as fotos.

Já os retratos individuais tiveram um enfoque mais direto nas peças e suas customizações. As poses mais neutras e enquadramento ressaltam detalhes como texturas e sobreposições, que reforçam a estética DIY. Assim, a combinação entre fotos espontâneas e registros mais direcionados equilibra a narrativa visual e a valorização das roupas.

Figura 32 – Prancha iconográfica de poses para editorial



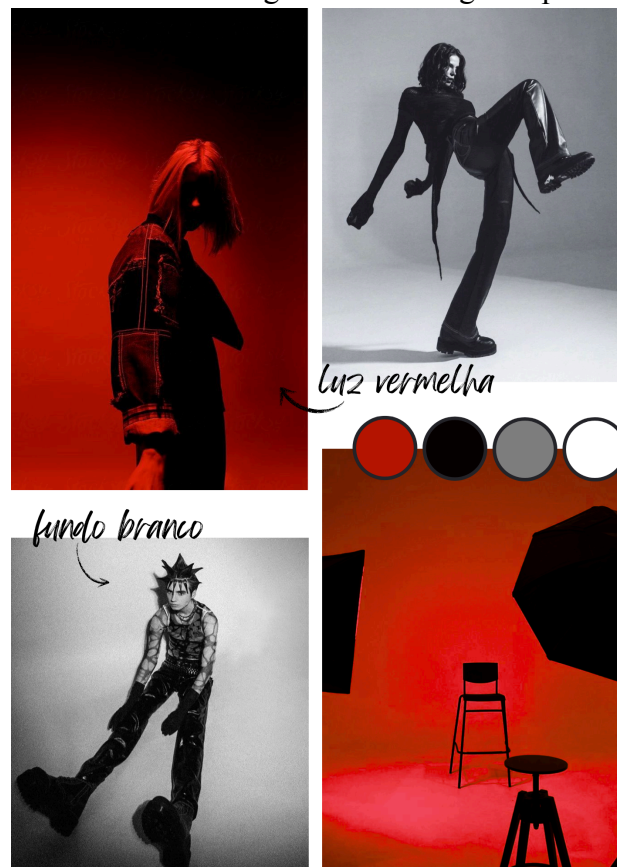
Fonte: Autoria própria (2025).

5.2.7 Cenografia

A cenografia utilizada no editorial foi cuidadosamente pensada para reforçar outra vez a estética punk e os conceitos de subversão e resistência presentes em toda a produção. Optou-se por um com fundo branco, que destaca as roupas e os acessórios customizados, permitindo que o foco permaneça nas peças e em sua mensagem política. A utilização de luzes quentes em tons de vermelho e laranja cria uma atmosfera intensa e provocadora, remetendo à rebeldia e à energia do movimento punk. Essas cores também evocam sensações de urgência e contestação, características marcantes da cultura punk e da filosofia DIY.

Do mesmo modo, elementos como assentos, cigarros e cinzeiros foram incorporados ao ambiente para reforçar a estética urbana do editorial. Esses objetos fazem referência aos espaços *underground* frequentados pela cena punk, como clubes, bares e pontos de encontro alternativos, onde a cultura de resistência e o espírito antissistema se manifestavam. A presença dos cigarros e cinzeiros, em especial, dialoga com a atitude transgressora e desafiadora às normas sociais, típica desse movimento.

Figura 33 – Prancha iconográfica de cenografia para editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

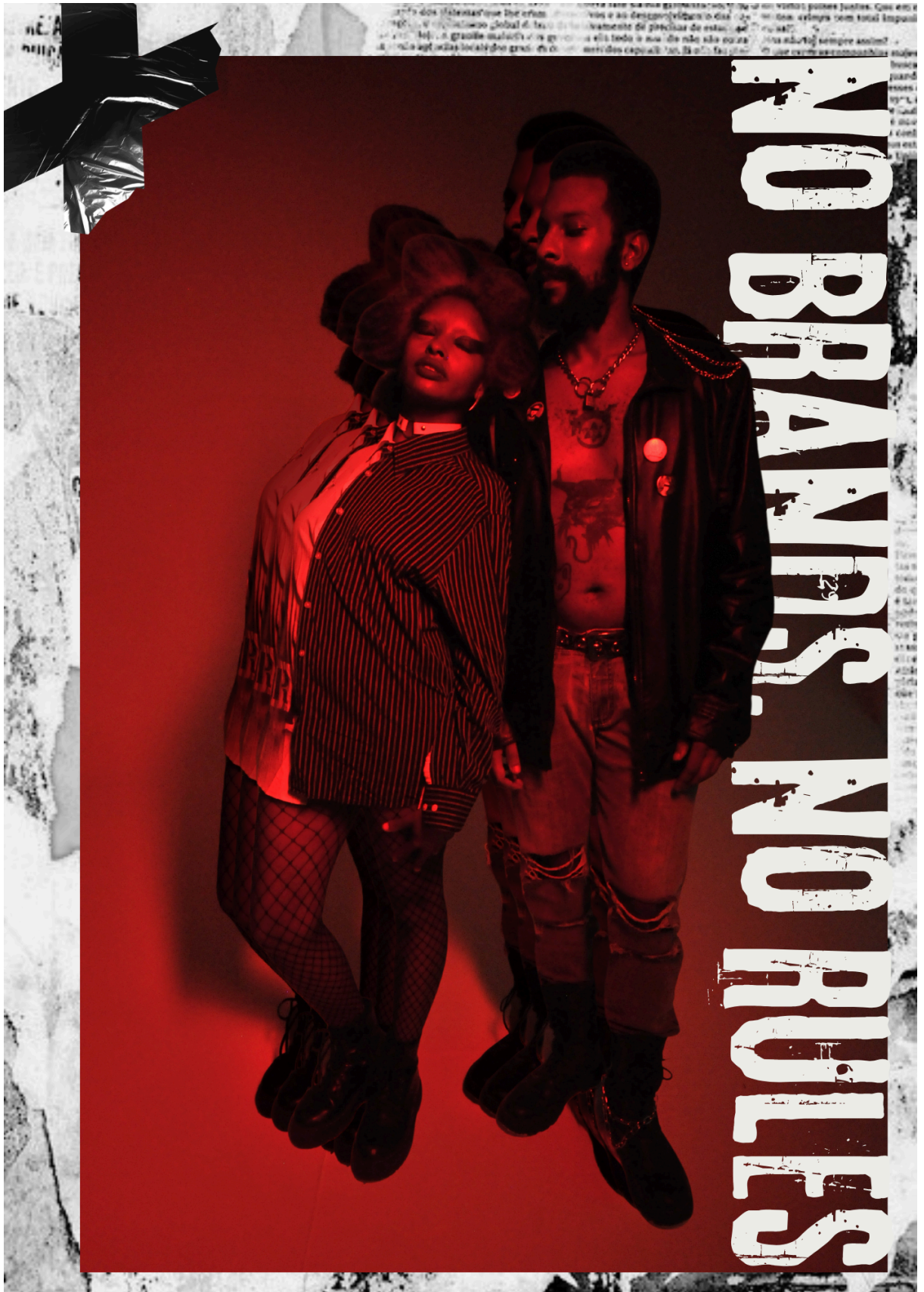
5.3 COLAGENS

Após o tratamento das fotos, foi realizado um processo de colagens, inspirado nos fanzines produzidos na década de 70. Para compor as montagens, foram utilizadas imagens de centros urbanos, construções com pichações, recortes de jornais, e registros de grupos de jovens punks reunidos em festas. Além das fotos, frases provocadoras e de impacto, aplicadas em fontes no estilo retrô e irregulares, contribuíram para contextualizar as imagens. Elementos gráficos, como símbolos relacionados ao movimento, adesivos e papéis rasgados reforçaram a estética DIY, características do punk.

Os padrões de cores seguiram uma paleta semelhante à das fotografias, com tons escuros, vermelhos e alaranjados. Em algumas colagens, fotos com pouca luz – que normalmente seriam descartadas – foram aproveitadas como parte do fundo das montagens, intensificando a estética caótica do movimento. Além disso, ajustes na iluminação foram explorados para simular sombras, criar repetições de imagens e aplicar de técnicas de recortes que conferiram um efeito tridimensional às composições do editorial.

5.4 RESULTADOS



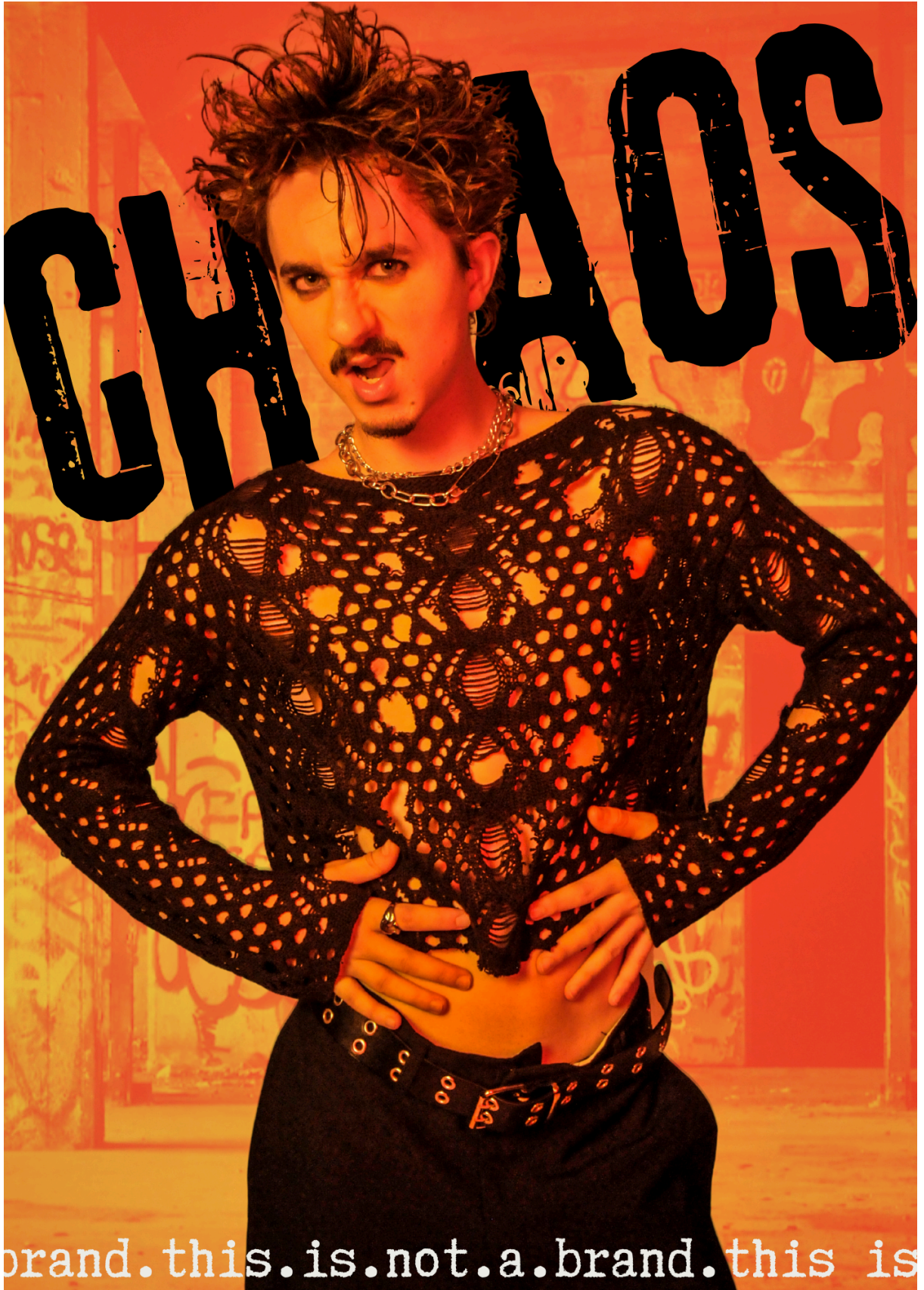












brand.this.is.not.a.brand.this is



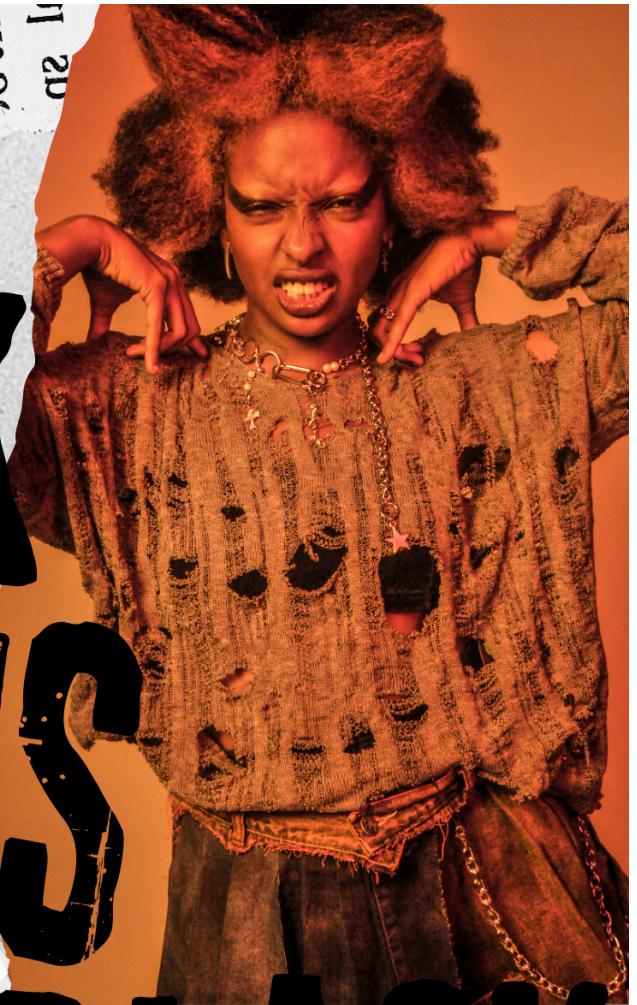
THEY SAY I GOTTA RESPECT A SYSTEM

BUT THERE AIN'T NO RESPECT IN THAT SYSTEM FOR ME





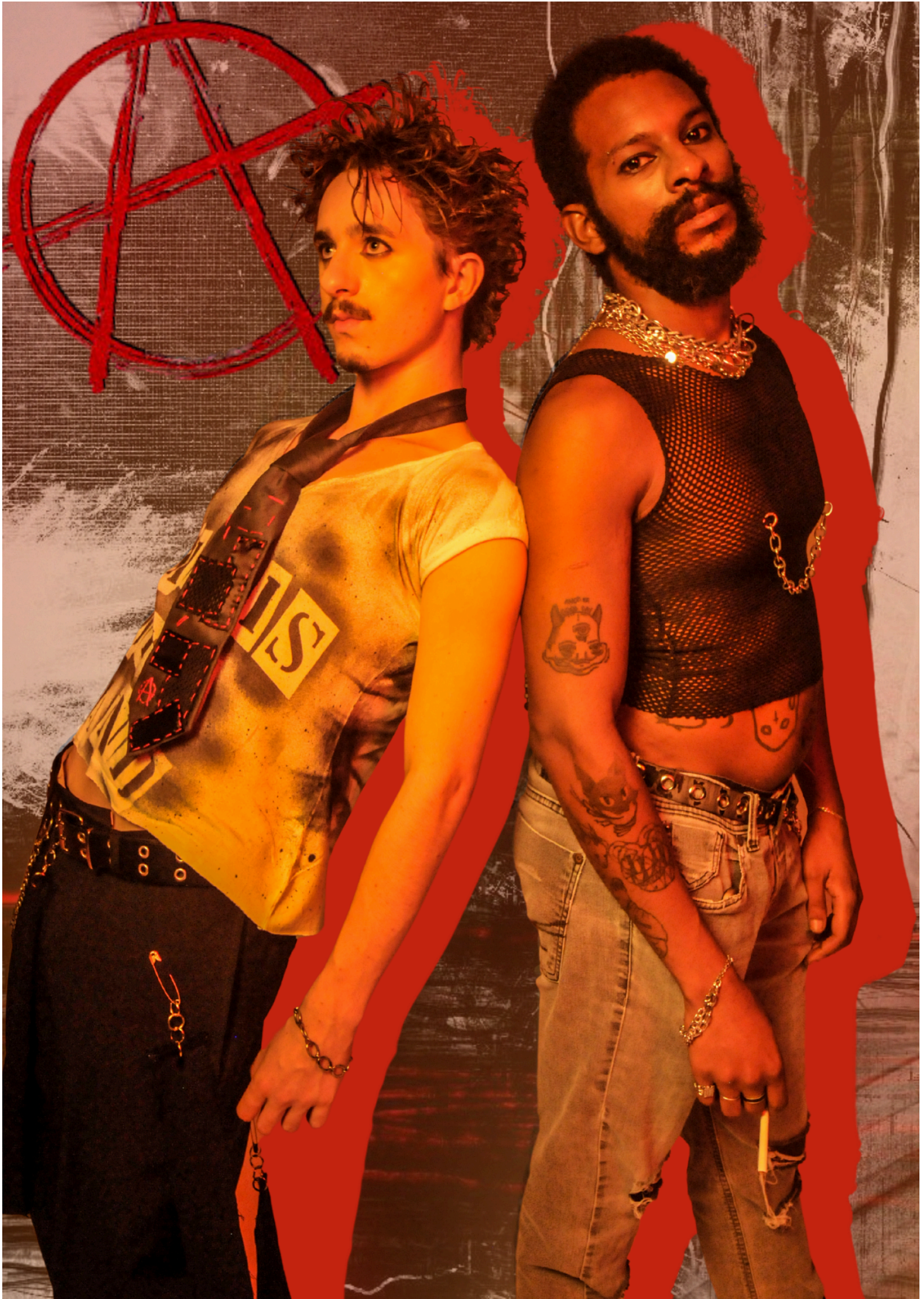
A collage featuring the text "PUNK IS BLACK" in large, bold, black letters. The background is split into orange and grey sections. On the left, a Black man with a beard and a mesh tank top sticks his tongue out. On the right, a person wears a heavily distressed, brown, knitted sweater with multiple holes and a chain belt.



o punk encara de frente os fa
brutais da cultura dominante

O boicote foi mais longe. Na Europa, os produtores de discos estabeleceram barricadas contra a falta de punk, queixando-se de que qualquer blusão de couro pode dominar essas três cordas da guitarra. É claro que os produtores não estavam fazendo outra coisa senão defender o seu gado. A platéia de rock, por sua vez, criou uma platéia que os executivos criaram.





5.5 FICHA TÉCNICA DO EDITORIAL

Editorial: Moda
Tema: OBLIVION
Criadoras: Ana Clara Machado e Ana Lopes Menezes
Orientador: Henrique Grimaldi Figueredo
Ano: 2025
Fotografia e tratamento de imagens: Lucas Tavares
Colagens: Ana Clara Machado e Ana Lopes Menezes
Modelos: Ana Carolina Castro, Daniel Diogo e Rafael de Medeiros
Styling: Ana Clara Machado e Ana Lopes Menezes
DIY: Ana Clara Machado e Ana Lopes Menezes
Acessórios: Acervo da equipe
Maquiagem: Isabela Pilate e Marina Neiva
Cabelo: Estrela
Assistente de produção: Nicholas Catta Preta
Locação: Estúdio Aura
Suporte: Júlia Delage e Rafael Arcanjo

5.5.1 Custos do editorial

Tabela 1 – Planilha de custos do editorial

Editorial: OBLIVION				
Descrição do material/ pessoal	Quantidade/ unidade	Fornecedor/ Local	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Blusa de tricot preta	1	Brechó Igreja do Rosário (Petrópolis)	3,00	3,00
Camisas de botão	2	Brechó Vem Comigo (JF)	28,00	56,00
Body preto	1	Brechó Vem Comigo (JF)	20,00	20,00
Gravata cinza	1	Brechó Vem Comigo (JF)	14,00	14,00

Réguas de letras	1	Papelaria divertida (shopee)	22,03	22,03
Spray para tecido	1	Lavanderia na lata (shopee)	38,90	38,90
Calça alfaiataria preta	1	Bazar (Petrópolis)	20,00	20,00
Corrente 1	1	Brechó da galeria (Petrópolis)	8,00	8,00
Alfinetes	2	Caçula (JF)	7,49	14,98
Correntes 2 e 3	2	Caçula (JF)	10,88	21,76
Argolas	1	Caçula (JF)	10,63	10,63
Estúdio	1	Estúdio Aura	200,00	200,00
Penteados	1	Estrela	110,00	110,00
Catering	1	Diversos	116,38	116,38
Transporte equipe ida e volta	2	Uber	15,69	31,38
Transporte modelo (Carol)	1	Uber	8,40	8,40
Transporte modelo (Rafa)	2	Uber	16,00	32,00
Transporte equipe (Ana C)	1	Diversos (Petrópolis – JF)	80,00	80,00
Lembrancinhas	6	Cacau Show	13,25	79,50
Total				896,96

Fonte: Autoria própria (2025).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho tinha como objetivo estudar e explorar a estética punk e a cultura DIY na moda contemporânea, com um olhar específico para a influência dos brechós como espaços de resistência e sustentabilidade. Ao longo da pesquisa, discutimos a história do punk, sua relação com a moda e o impacto duradouro de figuras icônicas, como Vivienne Westwood e Jordan. Através dessa análise, evidenciamos como o movimento punk desafiou padrões estéticos e sociais, utilizando a vestimenta como forma de expressão, rebeldia e resistência.

Durante o projeto, aprofundamos a discussão sobre a cultura *do-it-yourself*, um dos pilares da moda punk. Exploramos como o "faça você mesmo" se manifesta não apenas na produção de roupas customizadas e reaproveitamento de peças de segunda mão, mas também como um ato político contra o consumismo e a produção industrial massificada. Os brechós foram analisados como espaços de resistência, nos quais a sustentabilidade e a identidade alternativa se entrelaçam.

Para consolidar a parte teórica em uma abordagem prática, realizamos um editorial de moda inspirado na estética punk e na cultura DIY. O editorial foi concebido como uma extensão visual das ideias discutidas, trazendo elementos-chave do estilo punk, como rasgos, alfinetes, uso de spray e a reutilização de peças encontradas em brechós. A escolha de modelos, ambientação e estilização seguiu a proposta de autenticidade e subversão, alinhando-se com a essência do movimento punk e reforçando a importância do *do-it-yourself* na construção de identidade visual.

A moda punk, mesmo tendo suas raízes nos anos 1970, continua a influenciar a indústria e a cultura contemporânea, sendo ressignificada por novas gerações. O DIY permanece um elemento central não apenas como estética, mas como filosofia de vida e estratégia de resistência dentro de um mundo cada vez mais dominado pelo consumo rápido e descartável.

Dessa forma, este estudo não apenas reafirma a importância do punk e da cultura DIY na moda, mas também destaca como os brechós desempenham um papel crucial na sustentação dessas práticas, promovendo um consumo mais consciente e alinhado a valores contraculturais. O editorial, por sua vez, funcionou como um experimento visual dessa resistência, traduzindo em imagens o espírito de uma moda autêntica, contestadora e em constante transformação.

REFERÊNCIAS

BORTHOLUZZI, Juliana; ARAÚJO, Denise Castilhos de. A relação entre a moda, o movimento punk e sua rainha, Vivienne Westwood. **Anais do 8. Colóquio de Moda**, 2012. Disponível em: <<https://bit.ly/41qQH0L>>. Acesso em: 16 jan de 2025.

BUENO, Maria Lucia. Por que ler... Frédéric Monneyron?. **dObra[s] - revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisa em Moda**, [S. I.], v.4, n.10, p. 15-17, 2010. Disponível em: <<https://bit.ly/41o3Yal>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

CARTLEDGE, Frank. Distress to Impress? Local Punk Fashion and Commodity Exchange. *In*: ROGER, Sabin (ed.). **Punk Rock: So What?** The Cultural Legacy of Punk. Londres: Routledge, 1999. p. 143-154.

COLEGRAVE, Stephen; SULLIVAN, Chris. **Punk**. Hors limites. Paris: Éditions du Seuil, 2002.

CRANE, D. **A moda e seu papel social: Classe, Gênero e Identidade das Roupas**. Tradução: Cristina Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

DAMME, Ilja Van; VERMOESEN, Reinoud. Second-hand consumption as a way of life: public auctions in the surroundings of Alost in the late eighteenth century. **Continuity and change**, v. 24, n. 2, p. 275-305, 2009. Disponível em: <<https://bit.ly/4buXyuD>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

FRANK, T. **The conquest of cool: Business culture, counterculture and the rise of hip consumerism**. Chicago, IL, USA: University of Chicago Press, 1998.

GRUEN, Bob. **Rock Seen**. New York: Harry N. Abrams, 2011.

GUERRA, Paula. Angels with dirty faces: punk, moda e iconoclastias contemporâneas. **dObra[s] - revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisa em Moda**, [S. I.], v.12, n. 26, p. 124-149, 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/41FXqFy>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

GUERRA, Paula. A prologue of pain and hope in the face of the high priestess of punk. **Repositório Aberto da Universidade do Porto**, p. 33-41, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/4iknagJ>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

GUERRA, Paula; BONADIO, Maria Claudia. Moda, do-it-yourself e culturas globais digitais. **dObra[s] - revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisa em Moda**, [S. I.], n. 34, p. 8-18, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/41EG1gq>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

GUERRA, Paula; FIGUEREDO, Henrique Grimaldi. Today Your Style, Tomorrow The World: Punk, Moda e Imaginário Visual. **Modapalavra**, Florianópolis, v. 12, n. 23, p. 73-147, 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/3R63Ac5>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

GUERRA, Paula; GELAIN, Gabriela; MOREIRA, Tânia. Collants, correntes e batons: gênero e diferença na cultura punk em Portugal e no Brasil. **Lectora: revista de dones i textualitat**, n. 23, p. 13-34, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/43mVOBC>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

HEBDIGE, Dick. **Subcultura**: O Significado do Estilo. Tradução: Paula Guerra e Pedro Quintela. Lisboa: Maldoror, 2018.

HOBBSAWN, Eric. **A Era dos Extremos**: O breve século XX: 1914-1991. Tradução: Marcos Santarrita; revisão técnica: Maria Célia Paoli. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

Lipovetsky, Gilles. **Império do Efêmero**: A Moda e Seu Destino nas Sociedades Modernas. [S. l.]: Companhia das Letras, 1987.

MARTINS, Valéria Cardoso. **Reflexões sobre o consumo de moda em brechós na atualidade**. 2021. Disponível em: <<https://bit.ly/3DjNx6X>> . Acesso em: 16 jan. 2025.

OLIVEIRA, Roberto Camargos de. Do punk ao hardcore: elementos para uma história da música popular no Brasil. **Temporalidades**, v. 3, n. 1, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/3F3mwVX>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

REDDINGTON, Helen. The Forgotten Revolution of Female Punk Musicians in the 1970s. **Peace Review**, San Francisco, v. 16, n. 4, p. 439-444, jan. 2004. Disponível em: <<https://bit.ly/3R63P6Z>> . Acesso em: 16 jan. 2025.

REYNOLDS, Simon. **Bring the noise**: 20 years of writing about hip rock and hip hop. Londres: Faber and Faber Limited, 2007.

RICARDO, Lígia Helena Krás. O Passado Presente: Um estudo sobre o consumo e uso de roupas de brechó em Porto Alegre (RS). Porto Alegre: **Anais do IV Colóquio de Moda**, 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/3XsKal6>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

TAYLOR, Kerry. **Moda Vintage e alta-costura**: um panorama de estilistas do século XX, de Paul Poiret a Alexander McQueen. São Paulo: Publifolha, 2014.

TÓTARO, Valéria Said. O vestuário-escrito & o vestuário-imagem como disseminadores do vintage slow fashion. **Achiote**, Sem, v. 5, n. 2, p. 40-54, dez. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3Xvs9CN>>. Acesso em: 16 jan. 2025.

WESTWOOD, Vivienne; KELLY, Ian. **Vivienne Westwood**. Londres: Picador, 2016.

ZOTTE, Jennifer Le. **From goodwill to grunge**: A history of secondhand styles and alternative economies. UNC Press Books, 2017.

REFERÊNCIAS JORNALÍSTICAS, LITERÁRIAS E FÍLMICAS

ANDERSON, James. Jordan is the original queen of punk. A new autobiography tells the fabulous story of Jordan, the one-named wonder woman who personified London's punk scene in the 70s. **i-D**, 16 de abril de 2019. Disponível em: <<https://i-d.co/article/jordan-defying-gravity-punk/>>. Acesso em: 16 jan. 2025, s/p.

ROBB, John. **Punk Rock**: An Oral History. London: Ebury Press, 2006.

DRURY, Colin. Jordan posa na loja Sex de Vivienne Westwood: 'Não sei por que levantei minha blusa, mas parecia certo'. **The Guardian**, 10 de novembro de 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/4boAYnH>>. Acesso em 16 jan. 2025, s/p.

JOHN, Lydon. **Anger Is an Energy**: My Life Uncensored. Londres: Simon & Schuster, 2014.

JOHN, Lydon. **Rotten**: No Irish, No Blacks, No Dogs. Londres: Hodder & Stoughton, 1994.

JONES, Steve. **Lonely Boy**. Londres: Da Capo Press, 2016.

PISTOL. Direção: Danny Boyle. Produção: FX Productions. Hulu, 2022. 6 episódios (45-56 minutos).

FONTES DAS IMAGENS UTILIZADAS NAS COLAGENS

CEDIC-PUC-SP. Coleção Movimento Punk. Disponível em: <<https://bit.ly/3XsgaWu>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

EQUIPE MÍDIUM. Transgressão e territorialidade - Mídium - Comunicação em Movimento - Medium. Disponível em: <<http://bit.ly/4ilQnXY>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

FREEPIK. [s.d]. Disponível em: <<https://bit.ly/4bpz1ax>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

IMAGEM SEM TÍTULO. Disponível em: <<http://bit.ly/3QKtqlv>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

IMAGEM SEM TÍTULO. Disponível em: <<https://bit.ly/3XwbpLI>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

IMAGEM SEM TÍTULO. Disponível em: <<https://bit.ly/41s7657>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

PELLENNEC, Stéphane. **Texture Neopan.** 2009. Disponível em: <<https://bit.ly/4btSJlq>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

R7.COM. Desocupação de prédios em SP traz degradação e contradições urbanas. Disponível em: <<https://bit.ly/3Dg2tDe>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

SÃO PAULO ANTIGA. Cia Nacional de Tecidos [Fotografia]. Disponível em: <<https://bit.ly/3F3AZkB>>. Acesso em: 27 fev. 2025.

VICZE, Tas. **Noize.** [s.d]. Digital. Hungria. Disponível em: <<https://bit.ly/4iqA4cr>>. Acesso em: 27 fev. 2025.