

Pichação e moda: efervescências sociais sob forma de roupa

Graffiti and Fashion: Social Effervescences in the Form of Clothing

Beatriz Ronchi Paes¹
Graziela Brunhari Kauling²

DOI: 10.19177/memorare.v7e3202067-82

Resumo: A sociedade contemporânea se caracteriza pelos tempos pós-modernos. Esse período consiste em uma nova forma do corpo social em que ocorre, segundo Maffesoli (2010), o fenômeno da tribalização. A pichação faz parte dessas efervescências sociais que se encontram à margem; e a moda, por sua vez, também reflete essa fluidez pós-moderna. Sendo assim, essa pesquisa propôs a criação de uma coleção cápsula nomeada “Pixo Reto” que traz, além do desenvolvimento de produtos, uma reflexão sobre a pichação como potência instituinte e o que ela pode representar socialmente, bem como entender a pichação como um fenômeno social repleto de simbolismos e efervescências. A sociologia compreensiva é a metodologia que guiará essa reflexão.

Palavras-chave: Moda. Pichação. Tribalização. Desenvolvimento de coleção.

Abstract: Contemporary society is characterized by postmodern times. This period consists of a new form of the social body in which, according to Maffesoli (2010), the phenomenon of tribalization occurs. The graffiti is part of these social effervescences that are at the margin, and fashion, in turn, also reflects this postmodern fluidity. Thus, this research proposes the creation of a capsule collection named Pixo Reto that brings, in addition to the product development, a reflection on the “pichação” as power institution and what it can represent socially, as well as to understand the graffiti as a full social phenomenon of symbolism and effervescence. Comprehensive sociology is the methodology that will guide this reflection.

Keywords: Fashion. Graffiti. Tribalization. Collection development.

1 Curso superior em Tecnologia em Design de Moda pelo Instituto Federal de Santa Catarina, Brasil (2018). Analista de Marketing na empresa Gisdany Joias, Brasil. E-mail: beatrizrpaes@gmail.com.

2 Doutorado em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina, Brasil (2018). Docente do Instituto Federal de Santa Catarina no curso superior em Tecnologia em Design de Moda. E-mail: grazibk@gmail.com.

1 Introdução

Este artigo tem como objetivo refletir sobre a potência da pichação como expressão social, que na moda se apresenta como um fio condutor para a sua manifestação. O estudo serve para fundamentar o processo prático de desenvolvimento de uma coleção cápsula de moda, cuja pichação surge como temática central. Os pichadores constituem um grupo marginal que intervém no meio urbano atual, praticando uma ação considerada crime, mas que está longe de ser contida. Portanto, a intenção desse trabalho é focar nas efervescências sociais representadas na pichação, por meio da moda, como forma de comunicar e expressar a identidade e a identificação desse grupo.

No estudo das subjetividades do cotidiano e das efervescências sociais, segundo o sociólogo Michel Maffesoli (2010, 2011, 2012), o individualismo pregado na modernidade dá lugar ao sentido de coletividade. Começam a emergir grupos subterrâneos considerados marginais, com força incontável, fazendo com que não seja mais possível ter uma cultura regente, um poder maior que controle a sociedade dentro de padrões considerados “corretos”. Observa-se, então, a pichação como parte dessa efervescência, que teve seu princípio nas comunidades periféricas, mas que hoje toma novas proporções.

Analisando o comportamento dos pichadores e os motivos que levam a esse grupo praticar uma ação considerada crime, é possível perceber que em sua maioria a pichação é realizada para expressar uma identidade, um sentimento de pertença em relação ao grupo, uma forma de dizer “eu estive aqui”. É nessa forma de comunicação do “eu” que há um cruzamento com a moda. Por meio dos estudos de Lars Svendsen (2010), pode-se considerar que a moda é um mecanismo de expressão da individualidade em meio a pluralidade cultural que se vive atualmente. As roupas funcionam como uma ampliação da identidade e dessa forma são capazes de comunicar significados diversos por meio da simbologia que representam. Percebe-se a moda como um fio condutor de efervescências sociais, nesse caso, potencialidades provindas da pichação.

Além do aparato teórico que sustenta esta pesquisa, somente é possível analisar e refletir sobre as experiências do que foi vivido se for adotada uma metodologia que leve em conta essas subjetividades eminentes tão relevantes quanto aos dados quantitativos. Assim, a sociologia compreensiva atende aos anseios deste estudo permitindo uma investigação sociológica, não totalizante ou reducionista.

Dessa forma, dirige-se para o âmbito prático. Isso, pois a partir do estudo teórico, foi possível entender que os pichadores formam uma potente tribo que mesmo provindo das margens, carrega anseios sobre a sociedade atual e cada vez mais adquire voz. Com isso, tomou-se a pichação como temática central para a criação de uma marca de roupas, devido a sua emergência na sociedade e a participação cultural que adquiriu. Criou-se então a coleção Pixo Reto, que expressa os códigos dos pichadores por meio das roupas, com uma estética *street*, tendo a expressão da personalidade como tema principal. A coleção se apropria dos valores de efervescência social de Michel Maffesoli, para que os pichadores mostrem suas identidades por meio das roupas, saindo das

sombras e fazendo-se “aparecer” na sociedade como tribo, experimentando visibilidade social.

2 Referencial teórico

2.1 Pichação como crime *versus* potência instituinte

Na sociedade contemporânea, é visível a vontade incessante de fazer-se aparecer. A pichação, realidade existente principalmente nas grandes cidades, permeia uma efervescência social eminente cujo sentimento principal é o de pertencer. Os *rolês* de cada dia significam riscos a serem tomados, mas que constroem a identidade daqueles que o praticam. É enquanto a cidade adormece que o piche ganha vida. Os pichadores andam à margem da sociedade, se aventuram nos mais altos edifícios para expressar algo, polemizar e dizer: “eu estive aqui”. Segundo Poato et al., “Um culto, quase adorado (na sombra) por milhões de adeptos que, possivelmente, teriam muita dificuldade em explicar o porquê dessas palavras gratuitamente lançadas onde ninguém as quer” (2006, p. 24).

Segundo o sociólogo Maffesoli (2010), o grupo é criador de pertencimentos que determina o indivíduo. Ou seja, a integração do indivíduo em um ou vários grupos sociais resulta em sua personalidade. O fato de pertencer a um grupo de pessoas em comum gera uma afirmação e segurança sobre a identidade de cada um. Conforme Poato et al. (2006), os pichadores lutam por esse reconhecimento em prol de satisfazer seus desejos narcisistas “cuja essência é ser único, diferente, superior aos demais e a fim de esconder um ‘Eu’ empobrecido e desqualificado, esperando receber em troca, de quem passa, um olhar que assim o desminta” (POATO et al., 2006, p. 43). Dessa forma, o pichador dará o melhor de si para provar-se aos demais e, assim, obter a identificação de si mesmo. Poato et al. (2006) relaciona essa busca por reconhecimento perante o parâmetro social e familiar em que o indivíduo está inserido, evidenciando que, em algum momento, o olhar paterno foi efêmero, deixando uma cicatriz na personalidade do indivíduo.

Esse parâmetro social não decorre de hoje. Para Maffesoli (2010), os tempos atuais são reflexo do que ocorreu no passado e do que ocorre ainda hoje por intermédio de novas tecnologias. O autor atribui essas práticas grupais e tecnológicas ao termo *tribalismo pós-moderno*, ou seja, a vontade de expressar algo por meio da pichação vem de um profundo sentimento de injustiça dos pichadores para com a sociedade. Segundo Poato et al. (2006, p. 49) “as primeiras palavras de ordem escritas por artistas e rebeldes surgiram nos anos 60, 70 e meados dos 80”, cuja repressão da ditadura despertava no povo o anseio de se expressar clandestinamente pelos centros urbanos.

A origem da pichação também está atrelada ao movimento do *Hip Hop*. Segundo Poato et al. (2006), nascido nos subúrbios nova-iorquinos na década de 70, o *Hip Hop* configura um movimento social coletivo que engloba manifestações em diversos meios artísticos. É nesse cenário que nasce no Brooklyn um dos maiores nomes do grafite, Jean Michel Basquiat. Com origem de classe média, Basquiat adquiriu fama mundial, se tornando grande referência na precursão do grafite (Fretz, 2010).

Poato et al. (2006) ainda relata que a manifestação social do *Hip Hop* chegou ao Brasil em meados dos anos 80, devido à crise econômica e aumento da população pobre do país. Para Poato et al. (2006), o *Hip Hop* perpassa um combate à exclusão dos negros da sociedade e representa, acima de tudo, uma luta pela cidadania, pela consciência e pela participação política daqueles que têm pouco acesso à informação, tal como os pichadores, que utilizam a pichação como forma de afrontar o poder para expressar uma indignação comum.

Poato et al. (2006) comparam a origem da linguagem da pichação e do grafite na cidade de São Paulo a uma inflamação nos muros e espaços públicos. Relata que essa inflamação “apresenta o sintoma de uma urbanidade corrompida e banalizada pelos diversos meios contemporâneos, mas também é o próprio bálsamo curativo apresentando a própria arte nas ruas, e para todos” (POATO et al., 2006, p. 48-49). Essa comparação vai ao encontro da teoria abordada por Maffesoli (2010) sobre os tempos pós-modernos. Maffesoli (2010) cita que a pós-modernidade traz à tona efervescências sociais significantes e marginais, até então descartadas pela visão racionalista e progressista da era moderna que tinha como foco apenas o mantimento da ordem, da estabilidade social e um mundo livre de caos. Para Maffesoli (2010), a pós-modernidade apresenta-se de maneira pluralista, em constante movimento e fluidez, enfatizando que essas questões imprevisíveis, que antes eram pouco abordadas e visíveis, emergem na sociedade atual.

A pichação e o grafite, por muito tempo, foram igualados, marginalizados e mal vistos pela sociedade. Entretanto, com o passar dos anos, o conceito de grafite foi se transformando e assumindo uma estética mais artística até representar uma nova forma de arte. Para Poato et al. (2006, p. 21), “o *graffiti* (in)surge negando qualquer circuito cultural que não seja a própria cidade, seu cotidiano, seus fluxos maquínicos, financeiros, comerciais e, acima de tudo, sociais. O *graffiti* está à mercê, à mercê da cidade.”. Na década de 80, duas assinaturas ganharam fama pelas ruas de São Paulo: Juneca e Pessoinha. Segundo Poato et al. (2006), Juneca marcou a transição de pichador para grafiteiro, passando a fazer os seus grafites baseados nos acontecimentos políticos da época e ainda sofrer perseguição de Jânio Quadros, que queria a todo custo prendê-lo.

Aos poucos, as portas do poder público foram se abrindo para os grafiteiros, até a prática ser considerada arte pela massa social. Segundo Poato et al. (2006), o grafite deixa de simbolizar um ato rebelde e passa a assumir um caráter poético produzindo visualidade, dividindo o espaço urbano com a poluição visual da publicidade. Porém, é necessário questionar até onde o grafite é considerado arte. Ações como a do prefeito João Dória, que cobriu de cinza alguns murais dos Gêmeos, os quais são uns dos mais conceituados grafiteiros da atualidade, tornam esse questionamento pertinente. A ação faz parte do projeto criado pelo prefeito intitulado “Programa São Paulo Cidade Linda”, que tem como objetivo manter o bem-estar da cidade (MARTINS, 2017). Essa atitude serve para demonstrar que o grafite ainda sofre repressão e exclusão no meio artístico, por mais que expresse a individualidade e identidade daqueles que o praticam. A pichação, por sua vez, continua ainda mais à margem da sociedade que o grafite, sendo associada à

violência, ao vandalismo e à desordem. Uma prática criminosa que deve ser contida, longe de ser compreendida também como um ato de expressão em meio urbano.

Figura 1 – Ação de cobertura de um dos grafites dos Gêmeos.



Fonte: Cidade Cinza (2017).

Obtém-se então, de um lado, a sociedade e o poder público que criminalizam a pichação. Do outro, uma potência instituinte com ideais de expressão; uma tribo ambientada em locais excluídos dos padrões modernos. Maffesoli (2010) retrata a sociedade sob duas óticas: a do poder e a da potência. O poder instituído (que detém o poder) que é característico da modernidade; e o outro, a potência instituinte, que emerge do cotidiano banal pós-moderno.

Segundo Maffesoli (2010), enquanto na modernidade se adota uma organização social baseada em um poder central, que tem como objetivo manter a ordem e o controle da massa, na pós-modernidade, de forma silenciosa e imprevisível, emergem do subterrâneo as potências instituintes. Essas potências causam o que o autor chama de efervescências sociais, ou seja, não há mais controle do que rege a sociedade. Logo, o marginalizado ganha espaço no cenário atual. Frente a isso, a pichação condenada pelo público, banalizada e violenta, emerge como potência instituinte, cuja formação do grupo ultrapassa a delimitação geográfica, passando a ser um “território simbólico” (MAFFESOLI, 2010, p. 224).

Existe uma força que orbita nas tribos sociais, a qual Maffesoli (2010) intitula como “força coletiva”, e que opera como a capacidade de indignação em comum. Movidos por um sentimento partilhado, pelo emocional, explica-se que a pichação seria o retrato da sociedade atual. Não é uma questão banal, existe um motivo para tais atos, uma força que não pode ser mascarada cada vez que se tapa a pichação feita em um muro. Isso não é um empecilho para a paralisação desse movimento, pois há muitos sentimentos comuns por trás de uma pichação, inclusive o pertencimento. Assim, a pichação é incontrolável, obscura, cheia de significados e percorre silenciosa, porém visível e com fluidez, os centros urbanos.

Dessa forma, é possível fazer uma analogia entre a potência instituinte e o caos. Maffesoli (2011) vai em contraponto à modernidade que tentava evacuar o caos do mundo. Segundo o autor, tudo que engloba a existência humana provém do caos; o caos do sentimento, das emoções, que resultará em formas de expressão no corpo social. A pichação como potência instituinte transita como caos na sociedade, sendo vista como causadora de desordem, seja no âmbito social ou urbano, podendo ser incentivadora da violência e agressão ao patrimônio público. É necessário, porém, compreender que a pichação nasce do caos específico de cada indivíduo, e se difunde em meio a ele.

2.2 O mundo pós-moderno e as efervescências sociais

Na Era Moderna, período que antecede a pós-modernidade, o indivíduo era o foco; o pensamento era voltado para o futuro com visões de progresso que os avanços tecnológicos e científicos proporcionavam. Chega-se ao momento em que o indivíduo não é mais a razão do meio social. A racionalidade pregada na modernidade, em que tentava-se bloquear os sentidos de liberdade, o simbolismo do prazer, do sentimental e o caos, tudo isso entra em declínio para dar lugar ao estudo do coletivo, do ser humano em comunidade, em que o “estar em conjunto” torna-se o foco da pós-modernidade. Maffesoli (2010), por sua vez, em seus estudos sobre o tempo pós-moderno, coloca em voga essas potências subterrâneas que emergem de forma imprevisível na sociedade.

Segundo Poato et al. (2006, p. 42), a população que vive a “cultura da pobreza” vive “a pós-modernidade sem nunca ter vivido a modernidade”. Isso significa dizer que, por estar à margem da sociedade, sem ter tido condições de escolarização, profissionalização e oportunidades, estes não puderam desfrutar dos benefícios oferecidos pela modernidade. Eles almejam ter objetos de status, mas pelo fato da sofrida situação de exclusão social isso se torna um empecilho para a realização de tal sonho. Em entrevista ao livro “O *Graffiti* na cidade de São Paulo e sua vertente no Brasil”, um pichador relata que “o que queremos é viver bem, ter nossa roupa e nosso tênis de marca. O homem vale pelo que ele tem.” (POATO et al., 2006, p. 37), ou seja, os pichadores se originam, na sua maioria, em meio a uma camada desfavorecida pela modernidade, o que enfatiza esse anseio pela ostentação descrita pelo pichador. Complementando, Poato et al. (2006, p. 42) descrevem que “seus desejos habitam as estrelas, mas seus pés pisam esgotos a céu aberto.”. Na figura 1, é possível observar como essas efervescências interagem com o cotidiano. A placa de “Pare” recebe uma intervenção sob forma de pichação, cuja expressão social representa a esperança.

Figura 2: Intervenção da pichação em placa de trânsito.



Fonte: Afeto Musical (2018a).

Maffesoli (2010, p. 224) configura a sociedade pós-moderna como uma “multidão de aldeias que se entrecruzam, se opõem, se entreajudam, ao mesmo tempo que permanecem elas mesmas”, e afirma que o formato organizacional do mundo pós-moderno se dá por meio das tribos. O sociólogo define as tribos como grupos sociais que transitam facilmente pela sociedade e estão em constante mudança. Assim, ocorre a busca do indivíduo por conectividades e sentimentos em comum com os outros indivíduos que possuem o mesmo pensamento ideológico, sendo diante de uma indignação comum que resulta o tribalismo social.

Segundo Maffesoli (2010), a constituição das tribos se dá por meio do sentimento de pertença, em que o indivíduo precisa se sentir aceito no grupo, por meio do pertencimento. O fato de pertencer a uma tribo lhe traz a sensação de segurança e de autoafirmação. O autor ainda explica que o sentimento de pertença se dá por meio dos rituais de iniciação que permitirão ao indivíduo ser aceito ou rejeitado pelos membros do grupo. É possível perceber esses “rituais iniciativos” analisando o grupo dos pichadores, por exemplo, onde o reconhecimento de cada indivíduo por parte do grupo é proporcional à sua disposição de escalar o prédio mais alto, arriscar-se sem medidas, pichar nos locais mais inusitados, apegar-se ao perigo.

O processo de tribalização está diretamente relacionado com a cidade e o meio urbano. Maffesoli (2010) define que a cidade é o objeto onde o indivíduo se enraíza, busca por refúgio e proteção. Isso porque a demarcação do território não se dá apenas pelo “espaço concreto”, pois pode ser uma “*cosa mentale*” – um território simbólico (MAFFESOLI, 2010, p. 224). Dessa forma, a construção de um espaço em que habitam indivíduos comuns entre si pode ultrapassar o limite físico, tornando-se algo representativo. Segundo o autor, as tribos têm a tendência de enfatizar aquilo que está próximo, ocorrendo o que se chama de “espírito de máfia”: quando é priorizado o que faz parte da tribo ou os que circundam o seu meio de atuação; e que isso ocorre devido a

existência de “localismos” – quando se origina diversos clubes dentro de um mesmo bairro.

A existência de diversas tribos faz com que se estabeleça uma grande rede denominada, de acordo com Maffesoli (2010), como a “rede das redes”. Maffesoli (2010, p. 236) configura esse termo como “uma sequência de cruzamentos e entrecruzamentos múltiplos”. A estrutura em rede permite a constante interação entre diferentes grupos, em que a troca de informação se dá pelos indivíduos que participam de diversos outros grupos. O autor também ressalta que, participando de diversas tribos, cada sujeito assume diferentes “máscaras”, com a finalidade de se adequar aos parâmetros de cada grupo (MAFFESOLI, 2010). É possível, nesse momento, fazer uma analogia com a difusão do preconceito e indagar-se o porquê ele acontece para com diversos casos na sociedade, entre eles, a pichação. A comunicação rápida entre uma tribo e outra faz com que essas ideias sejam levadas para diversos grupos, se tornando algo viral que influencia o psicológico de cada indivíduo. Maffesoli (2010, p. 238) compara as redes como uma “construção que, como certas pinturas, valorizam todos os elementos, sejam eles os mais minúsculos ou os mais insignificantes”. Com essa metáfora, o autor valoriza as potências instituintes como um elemento importante e potencial na construção das redes, podendo ter voz e espaço, tal como o grafite e a pichação.

2.3 A moda e a pichação

Ao longo da história, alguns estudiosos definiram conceitos a respeito da moda, quanto à sua origem, sistema e princípios. Contudo, são poucos os filósofos de renome que a citam em suas obras e a veem como um campo a ser estudado, sob o aspecto científico. No decorrer do tempo, o conceito de moda vem sendo aperfeiçoado na medida em que se desenvolve. Svendsen (2004) faz um compilado de todas essas teorias e presume ser a moda um ciclo ágil, cuja efemeridade de um produto constitui sua principal característica. O produto entra em voga, permanece em um curto período de status como tendência e, rapidamente, é substituído por algo novo, e não necessariamente algo que nunca foi criado. Svendsen (2004) relata que a moda nada mais é do que uma “reciclagem do passado”, em que os estilos anteriores são recriados e adaptados, gerando diferentes variações sobre um mesmo produto. O autor vai mais além ao dizer que, em decorrência da extrema velocidade que essa reciclagem adquiriu, a própria moda se anula, tornando-se ausente (SVENDSEN, 2004, p. 36). Essa visão está relacionada aos tempos pós-modernos.

A velocidade incontrolável da moda se deve ao fato de a sociedade estar em constante mudança, adquirindo um caráter pluralista em que a moda caminha por entre essa diversidade, como mecanismo de expressão de identidade e identificação. Segundo Simmel (2008), a moda funciona como um sistema de classes, em que as classes inferiores almejam imitar as classes superiores e estas, por outro lado, buscam sempre se distanciar dos que estão abaixo, fazendo com que uma nova moda surja, dando continuidade a seu ciclo. Relacionado a isso está a teoria do “gotejamento”, descrita por Svendsen (2004), também conhecida como *trickle down*, que consiste nas tendências que são

ditadas pelas classes superiores e as classes inferiores, por sua vez, se apropriam dessas tendências. Segundo Svendsen (2004), o indivíduo da classe mais baixa tentará se destacar por meio da moda e, assim, adquirir um status social visível por meio de suas roupas. Svendsen (2004) também explica que o “eu” se torna mais variante, devido à grande velocidade do ciclo da moda. Pode-se relacionar essa efemeridade do “eu” com a tribalização, segundo Maffesoli (2010). A partir do momento em que o indivíduo se assume em diversos grupos, incorporando máscaras, este buscará na moda as maneiras de expressar a sua individualidade.

Pode-se dizer que, antes do modernismo, o conceito de “gotejamento” predominava. Porém, com o advento da modernidade e o surgimento das modas urbanas, isso fez com que as classes superiores, muitas vezes, se espelhassem nas inferiores. Com as novas tecnologias e a produção em massa, a moda passou por um processo de democratização, em que seu consumo se tornou mais acessível para todas as classes. A distinção de classes ainda permanece, porém, muito mais difícil de ser diferenciada em meio às ruas.

Dessa forma, é obtido um meio urbano em que classes superiores adquirem a moda de rua, enquanto as classes inferiores se apropriam das eminentes, por conta da facilidade da imitação. Atrelado a essa realidade social nota-se, também, o individualismo que se desenvolve na modernidade, fazendo com que padrões de gosto se tornem cada vez mais individuais (SVENDSEN, 2004). Observa-se, então, uma pluralidade de gostos, em que não parece possível ostentar um padrão geral, dito como aquele definitivo e verídico. Como na pós-modernidade predomina uma sociedade pluricultural, em que o coletivo sobressai ao individual, ou seja, as relações individuais dependem da inserção do indivíduo em um ou vários grupos sociais (tribos), percebe-se uma dualidade presente na moda. Waizbolt (2000, p. 12) divide esse dualismo entre inveja e aprovação. Na “inveja” o indivíduo almeja diferenciar-se dos outros; já na “aprovação” predomina o sentimento coletivo da similarização.

Svendsen (2004) categoriza a moda em três nichos: moda de luxo, industrial e de rua. Nesse estudo, o foco maior está na moda de rua, porém se faz necessário explicar brevemente sobre os outros dois setores. A moda de luxo seria aquilo que é feito sob medida, alta-costura e valores extremos direcionados para uma minoria de clientes exclusivos e de poder aquisitivo elevado. A moda industrial é a produção em massa e com um consumo mais acessível. Já a moda de rua, segundo Svendsen (2004, p. 64), “é criada a partir de várias subculturas”, ou seja, não há mais na sociedade uma cultura dominante capaz de ditar gostos e sim diversas tribos com suas culturas particulares. É notável que a moda se apropria desses grupos emergentes, como forma de mostrar uma realidade social e difundir o que é pouco abordado, o marginal. O reverso também ocorre quando os grupos se apropriam da moda para expor sua identidade e pertencimento ao grupo, utilizando-a como mecanismo de comunicação do “eu”.

Sendo assim, se torna interessante explicar a respeito do significado da roupa. Para Svendsen (2004), as roupas são capazes de comunicar e compartilhar ideias que despertam pressuposições de

terceiros a respeito de quem as está usando. O autor define que, devido à pluralidade pós-moderna, é impossível atribuir um único significado a uma peça de roupa, sendo essa definição algo subjetivo. A roupa, portanto, possui muito mais caráter estético do que significativo, fazendo com que, por meio dela, o indivíduo busque dizer: “olhe para mim!” (SVENDSEN, 2004, p. 83). Portanto, essa vontade de chamar a atenção por meio de valores estéticos vai ao encontro da pichação que também tem como intuição deixar sua marca por todos os locais percorridos para que possam dizer: “Eu estive aqui”.

3 Metodologia

Esta pesquisa tem por intuito revelar como a moda pode refletir potencialidades e efervescências culturais e sociais por meio da roupa. Focar o olhar nas simbologias subjetivas e abstratas é um grande desafio nas pesquisas acadêmicas. Fugindo da linearidade racional, e utilizando a sociologia compreensiva, é possível perceber que há muito a ser observado no que de fato pode ser considerado excludente. É nas entrelinhas que extraímos como as coisas são, e não como devem ser. Maffesoli (2011) sugere que se trabalhe por meio da análise de empirismos e especulações levando em consideração elementos diversos da prática social. A ideia desse trabalho vai além de propor um tema e uma coleção, mas em entender a pichação como um fenômeno social repleto de simbolismos e efervescências, levando em conta a razão sensível e as emoções compartilhadas que a permeiam. Somente uma sociologia do cotidiano é capaz de permitir essa captação do fôlego social e transformá-la em conhecimento, sendo que este também se constrói por meio de vivências e experiências cotidianas.

4 A Moda e a Pichação: uma proposta de coleção

O projeto de coleção descrito a seguir é um trabalho autoral desenvolvido no componente curricular de Desenvolvimento de Coleção Final e apresentado em forma de desfile na disciplina de Eventos, na sexta fase do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Araranguá. A proposta consistia na criação de uma coleção cápsula tendo como temática geral o termo “*manuscritos*”. A partir do significado dessa palavra ou o que ela representa, os acadêmicos da sexta fase deveriam encontrar um tema de coleção específico, podendo ele guiar a algo conceitual ou comercial.

Desde o início, pretendia-se desenvolver algo atual. Portanto, procurou-se o desprendimento de relações antigas estabelecidas em primeira instância quando se pensava na palavra “*manuscritos*”. O desafio do designer é criar peças que carreguem conteúdo e de alguma forma despertem o desejo de compra do público consumidor. Por essa razão, a coleção assumiu cunho comercial. Pensando na atualidade e estabelecendo a conexão com o tema “*manuscritos*” chegou-se no tema da “pichação”, que nada mais é do que uma forma manuscrita de se expressar no meio urbano. Partindo da palavra “pichação”, deu-se início à pesquisa do tema que levou à criação da coleção.

Marginais, fora da lei, seres errantes, provedores de violência, um grupo emergente, que extrapola os limites geográficos, afronta o poder público. Uma potência subterrânea, pré-julgada pela sociedade,

originada em locais onde predomina a pobreza e o sentimento de injustiça por não obter os benefícios da modernidade. Uma efervescência social que cada vez mais sai das sombras para se expor na sociedade e dizer o que querem dizer. Com essa coleção, procurou-se apropriar da efervescência que constitui a pichação e o sentimento de expressão da identidade e consequentemente, identificação.

O primeiro passo do processo de criação foi coletar imagens para a montagem do *moodboard* de tema. Imagens que serviram como inspiração para os elementos da coleção. Nele, foram inseridas fotos das pichações da cidade de São Paulo, berço da pichação no Brasil.

Figura 3: Moodboard de tema de coleção



Fonte: elaborado pela autora (2017).

Como a coleção teria foco comercial, decidiu-se, junto com ela, criar uma marca fictícia para aumentar ainda mais o universo do projeto. Com isso, criou-se a marca *The Tagger*, termo em inglês designado aos pichadores. A coleção por sua vez se intitulou Pixo Reto, nome dado ao tipo de código criado pelos pichadores unicamente no Brasil. O pixo reto constitui uma tipografia específica desenvolvida pelos pichadores em São Paulo, mas que ganha adaptações em outros estados brasileiros, se tornando a principal forma de comunicação quando o assunto é pichar.

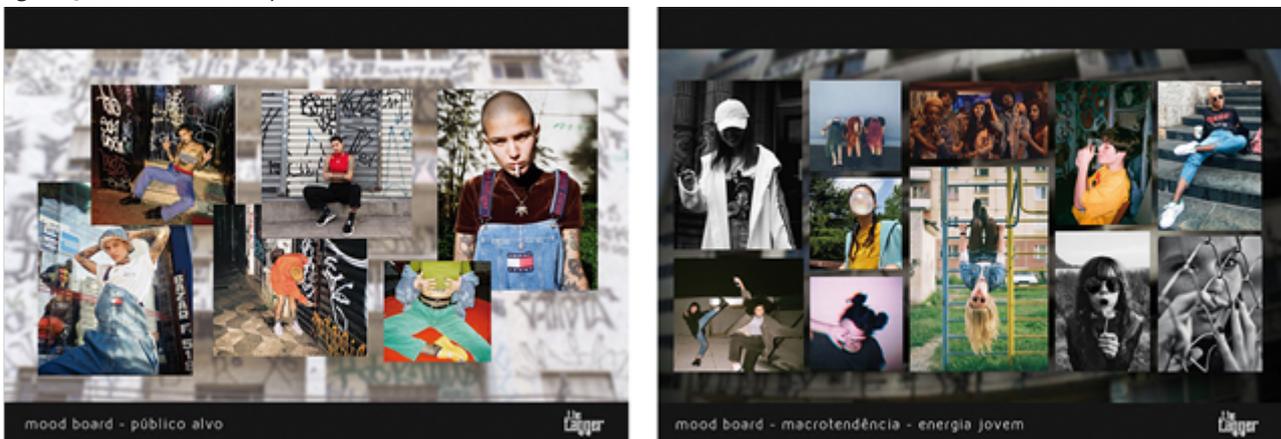
Figura 4: Painel de Identidade visual da coleção (logotipo da marca)



Fonte: elaborado pela autora (2017).

Em seguida, definiu-se o público-alvo e a macrotendência. O público-alvo está voltado a jovens que seguem o comportamento *Be Real*, em que o jovem questiona os padrões sociais de beleza, não se enquadrando nestes parâmetros. Esse *target* pede por diversidade e inclusão, rejeita a vida perfeita e abraça suas imperfeições. Atrelado ao *target* está a macrotendência da Energia Jovem, a qual define a juventude não mais como uma idade, mas, sim, como um estado de espírito. Todos querem parecer jovens para sempre.

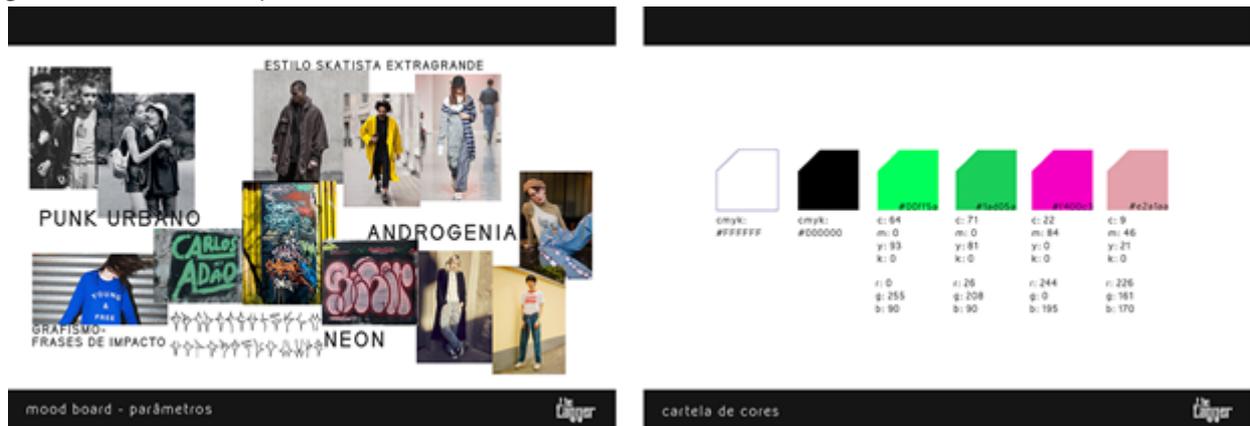
Figura 5: Moodboards de público-alvo e macrotendência



Fonte: elaborado pela autora (2017).

A etapa seguinte foi traçar os parâmetros que permearam a coleção. Foram eles: *punk* urbano, estilo skatista/extragrande, androgenia, neon e grafismo-frases de impacto. Esses padrões servem para afunilar ainda mais a coleção em uma unidade. Por meio desse painel, juntamente com o painel de tema, retirou-se a cartela de cores da coleção. Um dos pichadores mais conhecidos de São Paulo é o Carlos Adão, que tem sua assinatura pichada em diversos pontos da cidade, sempre em fundo preto com a escrita em verde. Portanto, escolheu-se o verde como cor principal da coleção. Como cores secundárias destacam-se a cor rosa, o preto e branco.

Figura 6: Moodboards de parâmetros e cartela de cores



Fonte: elaborado pela autora (2017).

Para a criação da coleção, resolveu-se inserir o design de superfície. Com inspiração na tipografia do Pixo Reto, desenvolveu-se a estampa *full print* em três variações de cores para compor os *looks*. A partir dessa estampa, gerou-se uma estampa localizada com o “P” de “pixo”. Criou-se também uma terceira estampa, localizada, com a frase “*I love my pussy*”, desenvolvida à mão livre. Essa frase simboliza a aceitação do “eu” interior e a afirmação da sua identidade para o mundo.

Figura 7: Estampas da coleção Pixo Reto



Fonte: elaborado pela autora (2017).

Com inspiração nos parâmetros traçados e na temática escolhida, a coleção Pixo Reto ganhou forma. Os *looks* assumiram uma estética *street* com a pegada agênero que o *oversize* (modelagem ampla) oferece. Os tamanhos *over* também proporcionam o conforto e mobilidade para o público que está em constante movimento. O uso de bolsos largos e pochetes facilitam a praticidade que o público preza. A transparência também se faz presente na coleção com a malha vazada e organza cristal, como forma de simbolizar o sentimento de aceitação das imperfeições e expor isso ao mundo. As *t-shirts*, ribanas, zíperes e amarrações também aderem ao estilo urbano com um toque de diferenciação que o uso do plástico, couro e as estampas exclusivas possibilitam.

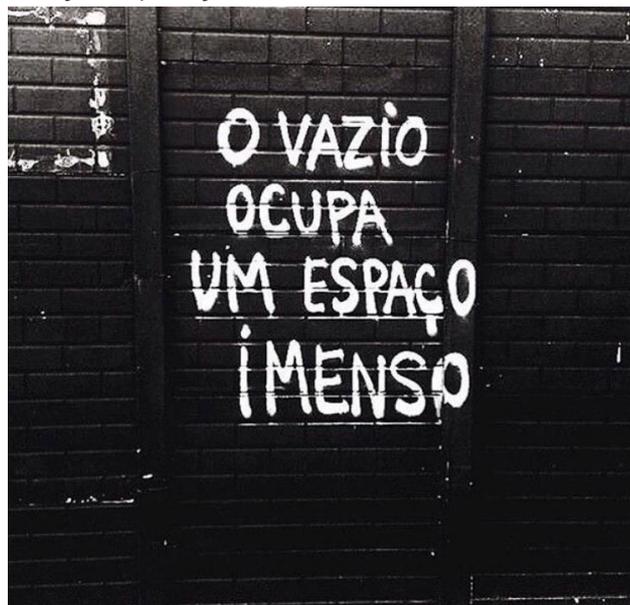
Figura 8: *Line Up* da coleção Pixo Reto



Fonte: elaborado pela autora (2017).

Sendo assim, mais do que o tema de uma coleção, os simbolismos sociais da pichação trazem, através das roupas, toda a carga simbólica e social que permeia esse mundo deslocado e marginal. Por mais que sejam consideradas ações criminosas, as pichações aparecem “do dia para a noite” nos lugares mais improváveis dos centros urbanos, escancarando suas inquietações e refletindo essas manifestações marginais, que compõem uma parte da sociedade que não quer calar, nem se manter esquecida. Eles querem ser vistos e se expressar, eles querem pertencer. Mesmo que muitas vezes suas representações não sejam bem-vindas, elas existem e representam uma efervescência incapaz de ser controlada, contida ou ignorada. Elas, simplesmente, estão ali. Por isso, através da moda, essa coleção é capaz de representar esses sentimentos intrínsecos que borbulham, se esgotam e ressurgem por aí, paralelamente ao que já existe, ao que já soa como regra, como certo, o “deve-ser”, e vêm para mostrar que nada pode ser tão fechado, denso e racional nos tempos pós-modernos.

Figura 9: Intervenção de pichação em muro urbano.



Fonte: Afeto Musical (2018b).

Para finalizar, a figura 8, fruto de uma pichação em muro urbano, corrobora com os objetivos desta pesquisa, cujo caráter compreensivo

traz possibilidades e não apresenta resultados concretos, sendo um discurso do social, porém, cheios de potencialidades e reflexos sociais.

5 Conclusões

A moda adquiriu diferentes conceitos ao longo de sua existência passando de uma moda elitizada para uma moda democrática. Hoje, com a pós-modernidade, segundo Svendsen (2004), destaca-se a moda de rua, que se apropria das subculturas, do que vem do meio urbano. A relação entre as classes de Simmel (2008) também se faz presente no cenário atual, porém, com uma maior dificuldade de identificá-las. Isso se dá pelo fato de que a sociedade de hoje é pluralista, ou seja, existe uma diversidade de culturas, grupos, tribos, diferentes entre si, mas que convivem juntos formando a massa social.

O indivíduo, por sua vez, atua em várias tribos e assume diferentes máscaras, segundo Maffesoli (2010). Para obter o reconhecimento de si mesmo, o indivíduo precisa pertencer a um grupo e, para isso, o mesmo deve aderir às normas do grupo para ser aceito. É nesse momento em que ocorre um cruzamento com a moda. O estereótipo influencia na questão da aceitação, pois a roupa é capaz de transmitir significados, atribuídos de forma subjetiva e comunicar a identidade do indivíduo com o meio exterior, permitindo-lhe a identificação.

Com a coleção criada e apresentada neste artigo, foi possível compreender como a moda pode se apropriar de uma potência instituinte, que é o exemplo da pichação e como esta borbulha principalmente no fervor das grandes cidades. Cada vez mais, a pichação intervém no meio urbano e a moda se torna capaz de canalizar essa efervescência, levando-a à tona, fazendo-a aparecer, sendo um fio condutor para a materialização desses fortes anseios sociais.

Neste estudo, tratou-se de duas grandes potencialidades. A pichação e a moda. O entrecruzamento entre ambas está na capacidade de expor sentimentos partilhados e subjetivos latentes de uma sociedade pós-moderna, da qual apresenta escoamentos e ressurgências que ameaçam a ordem e o poder. A pichação, vista pela lei como crime, envolve “banalidades” extremamente relevantes sob o ponto de vista social, ou seja, existe implicitamente nas pichações, questões de pertencimento, aceitação social, atos subversivos ao sistema que, na maioria das vezes, são interpretados como vandalismo e dano ao patrimônio público, havendo um apagamento do seu verdadeiro sentido. A moda, por outro lado, considerada volátil, superficial e efêmera, sofre rótulos por ser um fenômeno adaptável que reflete o social antes que qualquer outro. Ambas, pichação e moda, passam por análises interpretativas rotuladas que impedem um olhar atencioso sob questões que são, nada mais e nada menos, do que grandes efervescências sociais e potências instituintes. Voltar o olhar para o inoportuno, para a frivolidade, para o inaceitável, como nos orienta a sociologia compreensiva, pode ser, sim, uma grande riqueza.

Referências

AFETO MUSICAL. **Intervenção de pichação em muro urbano**. 11 maio 2018a. Instagram: @afetomusical. Disponível em:

<<https://www.instagram.com/p/BipVY16gdKT/?igshid=1t3sqhri10f29>>
Acesso em: 31 maio 2018.

AFETO MUSICAL. **Intervenção de pichação em placa de trânsito**. 23 abr. 2018b.
Instagram: @afetomusical. Disponível em:
<<https://www.instagram.com/p/Bh6utYYhU6n/?igshid=nz8we1nfs744>>
Acesso em: 31 maio 2018.

CIDADE CINZA – Trailer. 2017. 1 vídeo (2:04). Publicado pelo canal Filmes do YouTube.
Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=55erHw7EtV0>. Acesso em: 26 jun. 2018.

FRETZ, Eric. **Jean-Michel Basquiat: a Biography**. California: Greenwood, 2010.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum: introdução à sociologia compreensiva**.
Porto Alegre: Sulina, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

MAFFESOLI, Michel. **Saturação**. Tradução: Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2012.

MARTINS, Júnia. **Cinza nos muros: gerenciamento da produção de grafite e da criminalização da pichação na cidade de São Paulo**. 2017. Disponível em:
<<http://anaisfolkcom.redefolkcom.org/index.php/folkcom/article/view/69/66>>. Acesso em: 26 jun. 2018.

POATO, Sergio; RIBEIRO, Binho; GITAHY, Celso; ESTRELLA, Chaberlly; SCANDIUCCI, Guilherme; JANDIRA OLIVEIRA DA SILVA, Iracema; SCHÜMANN, Rolf; TINHO. **O graffiti na cidade de São Paulo e sua vertente no Brasil: estéticas e estilos**. São Paulo: Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. Núcleo Interdisciplinar do Imaginário e Memória. Laboratório de Estudos do Imaginário, 2006.

SIMMEL, George. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Texto & Gráfica, 2008.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

WAIZBORT, Leopoldo. **George Simmel sobre a moda: uma aula**. 2008. Disponível em:
<www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wpcontent/uploads/2015/01/03_IARA_Simmel_versao-final.pdf>. Acesso em: 13 maio 2018.

Artigo enviado em: 13/07/2020. Aprovado em: 08/10/2020.