

[artigos]



Angels with dirty faces: punk, moda e iconoclastias contemporâneas

Angels with dirty faces: punk, fashion, and contemporary iconoclasms

PAULA GUERRA¹

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2377-8045>

[*resumo*] Neste artigo propomos uma análise da génese da moda *punk* portuguesa. Devido à sobrevalorização da realidade londrina, o vestuário *punk* pode revelar, à primeira vista, um carácter de homogeneidade. Contudo, através da consideração de diferentes realidades e contextos sócio-históricos, é possível estabelecer uma visão mais cuidada do que foi e do que é a moda *punk*. Em Portugal, no tempo posterior a quatro décadas de ditadura, esta moda constituiu-se como forma de disrupção. Através de um conjunto de entrevistas a atores-chave da cena *punk* portuguesa, procuraremos analisar de que forma esta moda disruptiva foi acionada e, ainda, como se distingue de outras realidades.

[*palavras-chave*] **Moda. Punk. Do-it-yourself.**

[*abstract*] In this article we propose an analysis of the genesis of Portuguese punk fashion. Due to the overvaluation of the London reality, punk clothing reveals, at first glance, a character of homogeneity. However, through the consideration of different socio-historical realities and contexts, a more careful view of what punk fashion really was and is today may be established. In Portugal, at the time of its emergence from four decades of dictatorship, this fashion constituted a form of disruption. Through a set of interviews with key actors of the Portuguese punk scene, we will try to analyze how this disruptive fashion was triggered and, also, how it can be distinguished from other realities.

[*keywords*] Fashion. Punk. Do-it-yourself.

Recebido em: 03-04-2019.

Aprovado em: 09-05-2019.

¹ Socióloga, professora e investigadora. Universidade do Porto – Faculdade de Letras e Instituto de Sociologia. Portugal. E-mail: paula.kismif@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9747905616898171>.

Too Fast To Live, Too Young To Die, Let's Dress

A moda e o *punk*. Poucos estilos provocam tanto apelo e aversão. A aversão foi inclusivamente procurada pelos próprios *punks*, o que torna o apelo ainda mais forte. É um ciclo. Portanto, não é de estranhar que existam inúmeros livros, artigos, peças jornalísticas, livros de fotografias etc. sobre esta temática. Ironicamente, e numa vertente pouco *punk*, esta avalanche de informação sobre estética *punk* acabou por cristalizar uma indumentária *punk* que, como veremos, apareceu tardiamente na trajetória *punk*, com uma força visual tão impactante que ainda hoje perdura. Cria-se e recria-se num círculo ininterrupto desde o final dos anos 1970. O *punk* potenciou a inovação na moda e no imaginário visual contemporâneo num espectro de ressurreição e morte incessantes (GUERRA, 2017; GUERRA; STRAW, 2017). Em termos de ideário, o *punk* assume-se como um movimento contestatário nas dimensões artística, económica e social. Foi, nas sociedades ocidentais, um marco de rutura e de reposicionamento face à estrutura social existente acompanhado de uma banda sonora e de um imaginário visual. Foi bem mais do que uma simples *t-shirt* ou uma música. Tratou-se de uma atitude insubmissa que quebrou o *status quo* e deu visibilidade a uma juventude insatisfeita e descrente no futuro (COLEGRAVE; SULLIVAN, 2002).

E qual era o contexto que permitiu o surgimento do *punk*? A génese do *punk* é frequentemente interpretada pelo contexto de crise económica que atinge violentamente as nações ocidentais na ressaca do embargo da Opaep² e o subsequente aumento dos preços de petróleo. Nessa altura, afundam-se na Grã-Bretanha os últimos bastiões da sua economia: a indústria automóvel e a indústria têxtil passam por enormes dificuldades, tal como as indústrias ligadas ao carvão e à metalurgia. Os preços sublevavam-se, os salários estagnavam e o desemprego aumentava. Hebdige (2018) interpretou o estilo *punk* como uma resposta visual à crise socioeconómica da Inglaterra durante o final da década de 1970. Analisemos mais detalhadamente essa resposta visual (GUERRA, 2013; SILVA; GUERRA, 2015).

Assim, o propósito deste artigo é analisar as características subversivas e disruptivas da moda e da estética *punk* em Portugal. Quais as suas especificidades e semelhanças com a realidade britânica que mencionámos anteriormente? Como foi reapropriada num país pequeno e completamente isolado por 40 longos anos de ditadura? Como abordaremos de forma mais detalhada ao longo do texto, o contexto sócio-político português era bastante diferente. Em 25 de abril de 1974 ocorre a Revolução dos Cravos, que significa o fim de regime do Estado Novo, após 48 anos de ditadura³. Tinha ocorrido uma revolução política, mas faltava uma revolução cultural e nos costumes. A moda é um exemplo paradigmático nisto. Logo a seguir à revolução do 25 de abril de 1974, a moda não tinha sofrido uma mudança significativa. Existia uma indumentária, por assim dizer, normativa. Para os homens, as cores não destoavam muito: azul, preto ou branco. O que chegava do estrangeiro era caro

² Organização dos Países Árabes Exportadores de Petróleo.

³ Após 48 anos de regime ditatorial (1926-1974), conhecido como Estado Novo, militares de baixa patente do Movimento das Forças Armadas (MFA) efetuaram um golpe militar no dia 25 de abril de 1974 que fez o regime cair. Esta revolta ficou conhecida como a Revolução dos Cravos, pois alguns populares ofereceram esta flor aos soldados, que as colocavam no cano das espingardas.

e muitas vezes tardio. A realidade queirosiana⁴ 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).

Por outro lado, os dados aqui apresentados e discutidos são o resultado de uma longa pesquisa que se estendeu de 2012 até 2017. Foi levado a cabo um conjunto de 214 entrevistas, semi-estruturadas ou biográficas, realizadas entre 2013 e 2015, a atores que se auto-representam como *punks* ou ligados ao desenvolvimento de cenas *punk* portuguesas. Os 214 entrevistados do projeto Kismif⁵ têm em comum a participação, presente e/ou passada, na cena *punk* portuguesa: ou como músicos, ou como promotores, editores, críticos e outros intermediários, ou como consumidores. As entrevistas foram orientadas por um guião com mais de 50 entradas categoriais. As entrevistas foram transcritas e objeto de análise de conteúdo clássica e/ou de outros tratamentos de discurso de pendor quantitativo e/ou qualitativo. A amostra foi construída pelo método da bola de neve, seguindo as redes de contactos entre os atores, a partir de uma base inicial referenciada pela equipa de investigação. O objeto analítico foi estabelecido através dos contactos fornecidos pelos entrevistados, o que deu à pesquisa uma extensiva amplitude territorial. A nossa metodologia foi enformada pela análise de conteúdo categorial para desta forma apreendermos os significados e propósitos das ações sociais, privilegiando, desta forma, perspetivas qualitativas e intensivas.

Moda, anti-moda e solipsismos

Um das grandes preocupações sociológicas é aferir como se processa a difusão da moda. É de cima para baixo ou vice-versa? É um processo estruturado ou a soma de acontecimentos e ações fortuitas que colocam um estilo na ribalta? Crane (1999) considera que atualmente se trata de um processo altamente complexo devido à dispersão geográfica dos vários atores envolvidos e da enorme variedade de produtos produzidos. São duas as teorias sociológicas mais conhecidas sobre este tema. O modelo clássico foi postulado por Simmel

⁴ Eça de Queiroz foi um romancista português do século XIX. Inserido na chamada Geração de 70, foi um dos principais adeptos do realismo em Portugal. São famosas as suas descrições irónicas e sem contemplações da vida social portuguesa, especialmente das classes altas e do seu provincianismo. É quase unanimemente considerado como um dos escritores portugueses mais importantes de todos os tempos. Alguns dos livros mais conhecidos são, por exemplo, *O crime do Padre Amaro*, *Os Maias*, *O primo Basílio*, entre outros.

⁵ O projeto “Keep It Simple, Make It Fast!” (doravante, Kismif), cofinanciado por fundos nacionais através da Fundação para a Ciência e a Tecnologia e o por fundos Feder (através do programa operacional Compete), desenvolvido no Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, em parceria com o Griffith Centre for Cultural Research da Universidade de Griffith e a Universitat de Lleida. O Kismif conta ainda com a participação das Faculdades de Economia e de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, da Faculdade de Economia e do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra e das Bibliotecas Municipais de Lisboa. Para mais detalhes, consultar <http://www.punk.pt/pt/>.

(2014). Uma novidade estilística seria primeiro adotada pelas classes altas e progressivamente espalhar-se-ia pelas restantes classes sociais. As modas surgiam nas casas de alta-costura e durante um período de tempo aí reinavam. Rapidamente este estilo começava a ser imitado quer pelos pares quer por outras classes sociais. Porém, quando a moda atingia o fundo da estrutura social, esta estava esgotada. A moda encontra-se aqui associada ao estatuto social. A legitimidade que comporta apenas é convertível em capitais se a sua expansão for restrita. Quando o fechamento social se quebra, a legitimidade perde-se. Tratar-se-ia de um modelo *top-down*.

A segunda teoria pauta-se pelo oposto. Defende um modelo *bottom-up*. Os novos estilos surgiriam nas classes mais baixas e seriam progressivamente adotadas por grupos sociais mais elevados da escala social (FIELD, 1970). O prestígio deixa de estar mormente associado ao estatuto social e sim à idade. Os novos estilos de moda surgem de grupos de jovens. Subculturas e tribos juvenis, acima de tudo. Estas subculturas possuem formas características de se vestirem, o que atrairia a atenção da indústria de moda e a imitação de outros grupos sociais e faixas etárias (POLHEMUS, 1994). Não só dos mais jovens surgiriam estas novidades: também de grupos artísticos e minoritários, como os homossexuais.

Em ambos os modelos, os processos de difusão foram acelerados pelos média. No século XIX, a moda demorava algum tempo a se difundir, não só no país de origem, mas para o exterior. Com os meios de comunicação em massa, todo o processo sofreu uma profunda aceleração. O primeiro modelo foi dominante nas sociedades ocidentais até à década de 1960, quando fatores demográficos e sociais acentuaram a influência dos jovens em todas as classes sociais. Os *baby boomers*⁶ foram uma geração com possibilidades económicas impensáveis para os seus pais e isso influenciou várias esferas, nomeadamente a moda. Desde então, o segundo modelo explica de forma melhor a realidade da moda nas sociedades ocidentais.

Antes de falarmos nas subculturas e no *punk* em particular, é importante analisarmos em que contexto a moda *punk* surgiu. Enfim, como era a moda na década de 1970 no mundo anglo-saxónico? Para Steele (1997), o estilo da década de 1970 foi uma espécie de filho bastardo dos anos 1960. Pautou-se por uma revolta confusa contra o seu ascendente. Uma coisa precisa de ser dita. Na década de 1970, a moda não estava na moda. Ou melhor, a anti-moda estava na moda. Pretendia-se uma liberdade para usar o que se quisesse, onde se quisesse.

A moda da década de 1970 pode ser dividida em duas fases: a primeira, de 1970 até 1974, caracterizada pela continuação de muitas características do final de 1960, como fantasias retro, roupa chocante e influências étnicas. Valerie Steele (1997) chama a esta fase de "*late hippie diffusion*". A segunda fase, de 1975 a 1979, em que a moda se torna simultaneamente mais dura e mais conservadora. Ao nível da *street fashion*, a paz e amor dos *hippies* foi

⁶ Trata-se de um termo que engloba todos aqueles nascidos entre o fim da Segunda Guerra Mundial e meados dos anos 1960. Foi uma geração que implicou profundas mudanças sociais e culturais, bem como um período de afluência material.

subitamente substituída pelo sexo e violência *punk*. Por outro lado, na alta-costura, predominava o estilo decadente do *terrorist chic*⁷. Ao mesmo tempo, e paradoxalmente, existia a procura de uma uniformidade em torno de indumentárias *dress-for-success*⁸ (STEELE, 1997, p. 281). Foram duas as principais tendências desta década: a androginia e o *punk*. Isto é explicado pela contínua importância da música ao nível da moda. Da mesma forma que os *mods*⁹ e *hippies* criaram estilos próprios, também o *punk* o fez. Um estilo agressivo, de confronto, com uma indumentária marcada por referências ao sadomasoquismo. Acima de tudo era contra os resquícios *hippies* que ainda existiam (GUERRA, 2013, 2014; HEBDIGE, 2018; CLARKE *et al.*, 1997). O *punk* era revolta. As roupas eram cortadas, perfuradas com alfinetes, decoradas com imagens de suásticas ou tampões. Foi um choque. Rapidamente, do choque se passou para uma grande influência no mundo da moda. Com o *punk*, passou a ser espúrio procurar estabelecer separações rígidas entre a anti-moda e a moda (STEELE, 1997; MCKAY, 1996).

Apesar de fazer parte de um contexto mais amplo de produção cultural, e como consequência de estrangimento de tempo e de espaço, focar-nos-emos, muito resumidamente, unicamente na importância de Vivienne Westwood. Em 1971, Vivienne Westwood e Malcolm McLaren alugaram as traseiras do Paradise Garage no 430 Kings Road. Inicialmente com o nome Let it Rock, vendiam discos de *rock'n'roll* e roupas ao estilo *teddy boys* elaboradas por Vivienne. Aí começaram dez anos intensos de criatividade subversiva. Independentemente das diversas encarnações da loja de Vivienne e Malcolm, o catalisador comum das suas criações será a atitude revolucionária e anárquica e a luta por uma nova estética. Em 1973 houve uma nova mudança de nome: Too Fast To Live, Too Young To Die. Mas é no ano seguinte, em 1974, que a loja passa a ter o nome que a celebrou: Sex (WESTWOOD; KELLY, 2015; MULVAGH, 2011). Aqui, sublevando qualquer medida de confortabilidade e de comodismo social, Westwood opera 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. Operando incisões, rasgos e violações, Vivienne inaugura um empirismo inaudito que desconstrói a própria organização mercadológica de um mercado do pronto-a-vestir, apropriando-se de *t-shirts* pretas compradas em massa e remasterizando-as, costumizando-as. Nestas *t-shirts*, Westwood executa o que viria a ser o visual do *punk*, inseparável das urgências da época (UNSWORTH; MOONEY, 2019).

É possível identificar hoje toda a matricialidade cultural e simbólica das criações de Vivienne Westwood. Por exemplo: de uma pequena loja em Kings Road para Paris, Vivienne

⁷ É um termo derivado da expressão “*radical chic*” postulada pelo novelista Tom Wolfe. Era uma crítica às posições (supostamente) radicais de celebridades. Relativamente ao “terrorista chic”, falamos da apropriação de símbolos e acessórios de grupos terroristas para o mundo da moda.

⁸ Trata-se de roupa executiva.

⁹ Uma subcultura juvenil britânica que surgiu no final da década de 1950 e que teve o seu apogeu na primeira metade da década de 1960.

Westwood potencializou sua influência no mundo da moda ao ir gradativamente incorporando-se a um circuito. Muitas vezes acusada de se vender ao sistema que antes criticava, Vivienne Westwood Label tornou-se entre as décadas de 1980 e 1990 um empreendimento global e milionário; a despeito da sua virtual pertença à lógica capitalista de produção, a estética agressiva e irônica de Vivienne ainda carrega aquele antigo ruído de (in)contestação, transmutando o espaço sacrossanto da passarela em plataforma de debate e protesto (WESTWOOD; KELLY, 2015; CLARKE; HOLT, 2016). Alexander McQueen, John Galiano, Rei Kawakubo, Imitation of Christ, Miguel Androver e ultimamente a “nova safra” de estilistas americanos atuantes na Europa, são alguns dos muitos nomes envolvidos na popularização e celebração de um culturalismo visual *pós-punk*, e que uma vez fagocitados pela indústria cultural criativa ratificam os seus próprios espaços de desfile como plataformas de massificação de uma ideologia – menos – mas ainda sim problematizadora dos *males do mundo*. Por isso Theresa May – a atual primeira ministra inglesa – vestia um “clássico” *tartan* de Westwood na sua tomada de posse em 2016.

I swear I was there: subculturas, estilos e estéticas

Hebdige (2018) sustenta que, após a Segunda Guerra Mundial, ocorreu uma profunda modificação na forma como as classes sociais eram vivenciadas em Inglaterra. Especialmente devido a fatores estruturais em mudança: os meios de comunicação social, o trabalho, o lazer e a educação, o aumento de poder de compra dos mais jovens, entre outros. Um dos efeitos destas mudanças consistiu na fragmentação dos discursos sobre o que significava pertencer à classe operária. Estes discursos passaram a ser feitos em moldes diferentes dos tradicionais. Na perspectiva do *Centre for Contemporary Cultural Studies*, a ênfase recaía na forma como as subculturas procuravam a solução para os problemas que afetavam os jovens das classes operárias. Soluções que não conseguiam ultrapassar o facto de esses indivíduos se situarem numa posição subalterna na estrutura social. Esta tensão, especialmente marcante numa sociedade hierarquizada como a inglesa, espelhava-se sob a forma de estilo subcultural (HEBDIGE, 2018).

As subculturas podem definir-se através de conceitos como os de *bricolage* e homologia. O primeiro remete-nos para os novos significados que as subculturas atribuem aos objetos, enquanto o segundo se relaciona com a ligação, a homologia entre a dimensão simbólica e a dimensão material das subculturas. Dito de outra forma, os objetos associados a uma dada subcultura adquirem um significado próprio para os seus membros, refletindo ou exprimindo os seus valores explícitos e implícitos (GUERRA; QUINTELA, 2018). Considerando a subcultura *punk*, Hebdige (2018) explora a sua dimensão de recusa e de revolta contra as condições socioeconómicas em que os jovens das classes operárias viviam, salientando que esta se afirmava sobremaneira pelo estilo que funcionava metaforicamente como uma arma face à classe dominante, bem como o facto de que nenhuma subcultura conseguiu uma

maior rutura com as normas de indumentária e nem nenhuma subcultura provocou tão ativamente que a desaprovação social caísse sobre si.

É necessário salientar que o ato de vestir ou usar alguma peça de vestuário não é, por si só, sinónimo de estilo. É preciso que exista um processo de estilização, uma organização consciente de objetos, um reposicionamento e recontextualização, que os retira do seu contexto original e possibilita, desta forma, novas leituras e resistências. É justamente através deste processo de estilização que as subculturas comunicam as suas mensagens e significados proibidos, bem como a sua identidade coletiva (HEBDIGE, 2018, 2012; GUERRA; QUINTELA, 2018).

Tomando o conceito gramsciano de hegemonia, pode afirmar-se que as subculturas se tornam formas simbólicas de resistência, consubstanciando o que podemos designar por guerra semiótica. Hebdige (2018) celebrenemente o evidencia, ao afirmar que as subculturas podem ser vistas como um ruído incómodo, dissonante e divergente face à nota dominante. Uma resistência sob – um duplo – ataque: por um lado, o da reapropriação e subsequente venda do estilo da subcultura por parte do mercado; e, por outro lado, o da redefinição e interpretação ideológica, por parte dos média (HESMONDHALGH, 2005). Posto tudo isto, podem estas subculturas acabar por ser incorporadas na cultura dominante a que se opõem? Como é sabido, de todas as vezes que uma nova subcultura espetacular surge, ocorre uma sequência de amplificação e uma reação que, habitualmente, varia entre dois extremos: o medo e o fascínio. Esta sequência de amplificação termina invariavelmente com a desativação e a massificação do estilo da subcultura em questão. Sofre um enquadramento no que Geertz (1964) apelida de mapa das realidades sociais densas ou, nas asserções de Hall (1977): um quadro dominante de significados. Este é um processo que se consubstancia em duas dimensões: uma mercantil, em que existe a conversão dos vários símbolos de uma determinada subcultura em produtos massificados; e outra ideológica, a da “rotulagem” e “redefinição”, por parte dos grupos dominantes e seus aparelhos, como os meios de comunicação social, a polícia, o sistema judicial (HEBDIGE, 2018). Pode se acrescentar que Hebdige (2012) também se preocupou com as dinâmicas de evolução das subculturas, discutindo a questão nodal da autenticidade das criações artísticas. Muitas das subculturas surgem como substituição de subculturas anteriores, que desapareceram através da sua assimilação por parte da cultura dominante, num contexto de mercantilização dos aspetos que a compõem (roupa, música etc.), transformando-se em objetos massivamente produzidos e introduzidos no estilo de vida hegemónico e redefinindo o seu estatuto desviante.

A grande questão é até que ponto esta é uma perspetiva realista? Será que existiu uma homogeneidade no estilo *punk*? Será que todos os *punks* dominavam os códigos estéticos subversivos? Será que todos os pontos conseguiam traçar os antecedentes teóricos da sua roupa, do surrealismo ao situacionismo? Cartledge (1999), apoiando-se na sua experiência como *punk* em Sheffield na década de 1970, refuta as principais linhas apontadas pela teoria subcultural. Existe a necessidade de rebater a visão simplista que nos é oferecida do *punk*. Primeiro, uma perspetiva, textual e visual, que se centra na cidade de Londres e as

suas bandas, atores e lojas *avant-garde*; a segunda centra-se na leitura do estilo *punk* enquanto forma de resistência ideológica. Ambas as perspectivas foram importantes na criação de uma iconografia *punk* fixa. O problema é que estas leituras implicam uma linearidade que secundariza as diferenças espaciais. Cria-se assim uma narrativa em que o estilo *punk* é caracterizado por uma homogeneidade, pela simples razão de que se focaliza unicamente uma cidade e um pequeno conjunto de pessoas. A verdade é que nas culturas urbanas de então a homogeneidade não existia. E se analisarmos as pequenas cidades afastadas dos grandes centros, e se formos analisar as suas lojas de roupa, bares e discotecas, é possível apreender como um novo código cultural juvenil, o *punk*, foi evoluindo e se manifestando através de um processo de consumo. As produções culturais locais foram marcadas pelo cruzamento entre as representações mediáticas da moda *punk* e o *ethos* DIY.

O contacto inicial com o *punk* efetuava-se, grosso modo, através das bandas e dos média musicais. Com isto emergiu uma indumentária, que dependia de um saber-fazer DIY, bem como de compras nas poucas lojas de roupa disponíveis e de encomendas por correio. Assim, em locais de pequena dimensão, o fluxo de informações sobre moda dependia de um conjunto de espaços, como bares e discotecas. Os jovens iam ver bandas *punk* e isso fornecia-lhes um padrão que podiam imitar. Outra fonte de informação eram revistas, em que era possível, primeiro, encontrar fotos de *punks* e retirar daí ideias e influências; segundo, nestas revistas existia publicidade a roupa e acessórios *punk* (CARTLEDGE, 1999). Tudo isto fazia com que a moda *punk* local crescesse e se modificasse, mas sempre ligada com um sistema cultural mais amplo. Existia uma síntese entre o *mainstream* e o *underground*. Para uma maior facilidade, Cartledge (1999) postulou cinco fases da moda *punk*: (1) em 1975, experimentava-se um estilo pré-*punk*, influenciado por David Bowie e Roxy Music, e por experimentações DIY; (2) entre 1975-1978, o foco orientou-se para um estilo exclusivo de Londres e de lojas como a Sex e Seditonaries; (3) entre 1976-1979, emergiu um estilo *dark* urbano que coexistiu com o anterior, baseado em experimentações e alterações DIY, como sandálias de plástico, *t-shirts* feitas em casa com *slogans* ou nomes de bandas, roupa militar etc.; (4) de 1979 em diante, na indumentária *punk* mais conhecida, em parte derivada da indumentária rock, assume proeminência o casaco de cabedal, Dr. Martens¹⁰ e calças *bondage*¹¹, entre outras coisas; (5) de 1980 em diante, praticamente a mesma coisa que o ponto anterior, apenas com moicanos cada vez mais exagerados, *piercings* e modificações corporais mais extremas, bem como um estilo mais marcado por doutrinas políticas.

Como vemos, existiram diversas fases estilísticas, dependendo do tempo e do espaço em que nos situamos. Todavia, o estilo icónico *punk* é o de 1979. Adotado já tardiamente, o seu estatuto de ícone está associado ao choque que provoca, o que lhe permitiu ser facilmen-

¹⁰Marca de calçado inglesa. O calçado que produz foi especialmente popular com um conjunto de sub-culturas juvenis, como os *skinheads* ou *punks*.

¹¹Calças xadrez com vários zíperes nas pernas.

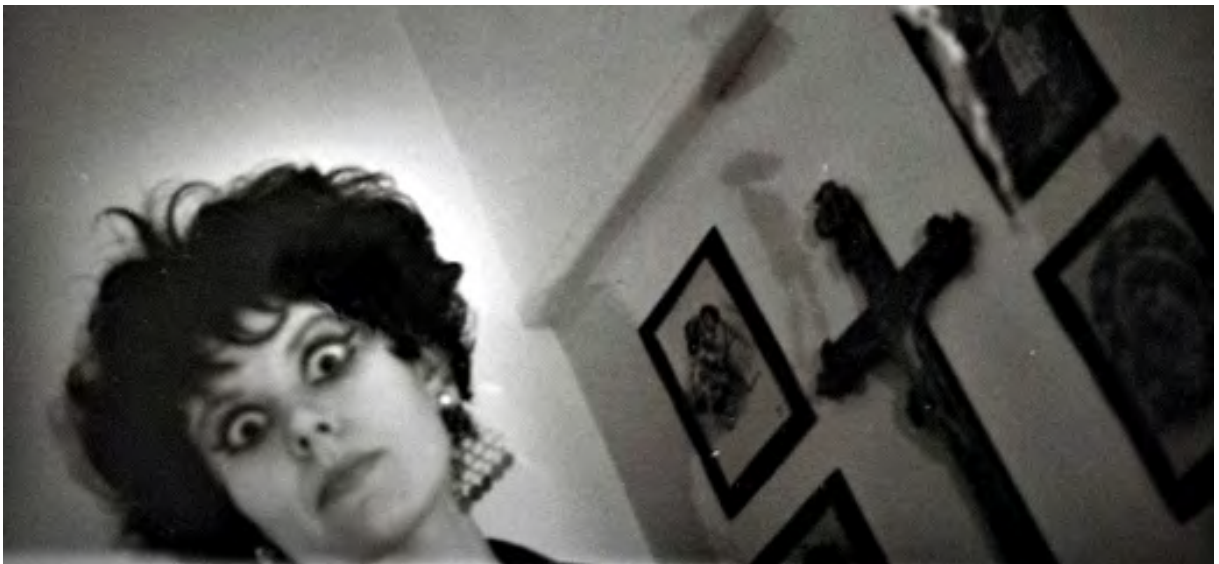
te vendável para os média e até turistas. Tratou-se de uma imagem tão repetida que acabou por criar a imagem de um estilo *punk* homogêneo. A consequência foi que esta imagem se sobrepôs às restantes, que eram menos apelativas, mas mais usuais no dia-a-dia dos *punks* britânicos. Como Laing (1989, p. 95) refere, o moicano, as calças *bondage* e o caso de cabedal tornaram-se uma *commodity punk*. E os próprios *punks* acabaram por internalizar esta imagem como expressão de uma cultura juvenil específica. Quando Hebdige (2018) se centra na análise da reconversão de significado, o que está a fazer é a focalizar-se num pequeno conjunto de agentes com formação artística. A verdade é que grande parte dos *punks* não estava consciente das interpretações semióticas dos alfinetes ou do estilo *punk* no geral, nem da influência Situacionista ou de quem estes situacionistas tinham sido. Na aceção de Cartledge (1999), os *punks* não estavam a par do legado simbólico e dos precedentes artísticos da moda *punk*. Para a maioria, o valor da roupa *punk* estava no choque que provocava e na alteridade que possibilitava.

Um mundo de aventuras num país fechado

O estilo é uma característica crucial nas cenas *punk*. A realidade portuguesa provou não ser diferente. Mas o contexto social em que cresceu, sim, foi bastante distinto. É bom recordar que Portugal, na década de 1970 (e perdurou praticamente até a década de 1990), pautava-se por uma exiguidade de bens culturais e estilísticos. Se era assim nas principais cidades do país, imagine-se como seria em cidades médias e pequenas. Isto levou a que o *punk* português apostasse acima de tudo na filosofia DIY. A exiguidade de bens culturais e estilísticos não respondia às suas necessidades subculturais. Tinham de os criar. Não estamos a falar de discos ou locais de diversão (que também eram reduzidos), mas sim de coisas bem mais prosaicas, como vestuário pronto-a-vestir. Por vezes, simples calças e *t-shirts* (GUERRA, 2013, 2014, 2015; GUERRA; SILVA, 2014). Tudo isso levou a que as opções estéticas dos *punks* portugueses se pautassem por diferentes estratégias dos seus pares ingleses, europeus ou americanos. Nota-se uma maior incidência, por exemplo, de práticas DIY (GUERRA, 2017). Isto é, se não existiam locais onde se pudesse comprar vestuário, fazia-se em casa. Uma outra questão ajudava a isto, e que pode ser explicada pelo “amor pelo necessário” de Pierre Bourdieu (2010): Portugal era então um país empobrecido. E ao contrário da juventude europeia e americana, a portuguesa possuía recursos financeiros bastante exíguos. Daí a necessidade de ser criativo, como veremos plasmada nos excertos que acionaremos (GUERRA, 2013).

Uma primeira análise permite estabelecer duas formas diferentes de acesso ao estilo *punk* (GUERRA, 2010, 2013). Primeiro de tudo, é preciso salientar que nos primórdios do *punk* em Portugal, mais do que uma reivindicação classista, o que se pretendia era a afirmação de uma mudança de valores mais transversal, que envolvia uma abertura da juventude portuguesa a novas músicas, a novas estéticas, a novas formas de sociabilidade.

FIGURA 1 – COMPOSIÇÃO DE FOTOGRAFIAS DE ONDINA PIRES
ENTRE 1989 E 1990 NA DISCOTECA TORPEDO EM LISBOA



FONTE: Arquivo Kismif. Cedidas por Ondina Pires.

A génese deste movimento ocorreu em Lisboa e em pequenos grupos de jovens de classe média/alta, cujas viagens aos Estados Unidos e Reino Unido permitiram-lhes o contacto com novos sons e estéticas, nomeadamente o *punk*. Não é despidendo que o epicentro da cena *punk* lisboeta tenha sido Alvalade, uma zona da cidade habitada por famílias de classe média urbana. Eram jovens que tinham a possibilidade de viajar e assistir a festivais no estrangeiro, bem como importar discos, revistas e moda *punk* (SILVA; GUERRA, 2015). Existia a conversão de um capital cultural em capital subcultural. No caso português, acentuado pela escassez de bens e infraestruturas subculturais.

Portanto, a primeira forma de acesso à estética *punk* era uma forma direta: nas viagens ao estrangeiro adquiriam o vestuário (bem como discos e revistas) *punk*. É de realçar que esta forma de acesso é extremamente reduzida em número. De igual modo, era extremamente valorizada (figura 1). A *allure* de ter umas Dr. Martens oficiais, mesmo se em segunda mão, não era de desvalorizar. Era um capital subcultural objetivado (THORNTON, 1995). O seu acesso era tão difícil que não é de estranhar a reação que provocavam: muitos diziam que não largaram as botas durante dias (figura 2). Certos entrevistados ainda guardam estes acessórios décadas após a compra.

Era quase inacessível. Quando alguém tinha possibilidade ou posses para viajar, era quase que idolatrado por ter, por conseguir esse tipo de coisas. Eu, pelo menos, idolatrava... Mas como era muito difícil o acesso a essas coisas, elas ainda se tornavam mais valiosas, mais ambicionadas, mais desejadas. E depois quando conseguíamos era assim um prazer imenso. Lembro-me quando comprei as minhas primeiras Dr. Martens, que foram compradas em segunda mão, não me lembro onde, aquilo foi um prazer imenso, foi uma coisa realmente extraordinária para mim [sorriso], foi muito bom! (Helena, 48 anos, bacharelato, dona de loja de roupa, Lisboa)¹²

“Então quando a gente é puto, ‘As minhas botas’. Eu quando comprei as minhas primeiras Dr. Martens quase que dormia com elas. Hoje nem consigo quase vestir as botas” (Raúl, 36 anos, frequência universitária, chefe de estação de metro, Loures)¹³.

A ida ao estrangeiro era um acontecimento partilhado com todos. Aqueles que ficavam em Portugal, mas que tinham dinheiro para gastar, pediam aos que iam para trazer isto ou aquilo. De simples atores passavam a intermediários subculturais da cena (figura 3). De igual modo, o facto de Portugal ser um país de emigração ajudava a obtenção de bens culturais que

¹² Entrevista concedida por Helena. Entrevista 60. [20 jan. 2015]. Entrevistadora: Paula Guerra. Lisboa, 2015. Arquivo.mp3 (88 min.).

¹³ Entrevista concedida por Raúl. Entrevista 136. [11 jan. 2014]. Entrevistadora: Paula Guerra. Lisboa, 2014. Arquivo.mp3 (91 min.).

eram escassos no país. Uma particularidade é que, como a emigração portuguesa na época era essencialmente em países francófonos, os bens vinham de mercados que normalmente não associamos à estética *punk*: França, Bélgica etc.

Fazíamos, ou mandávamos vir de fora. Quem podia mandava vir de fora. Eu cheguei a mandar vir umas botas [risos] [...] De vez em quando, eu ia para a Bélgica, ter com os meus pais. Em 1986 fazia carregamentos de roupas também para aqui (Joana, 49 anos, licenciatura, artista plástica, Porto)¹⁴.

Ai eu lembro-me que a minha mãe foi a Paris passar férias e eu pedi-lhe: “Traz-me um cinto de balas mãe! Traz-me um cinto de balas mãe!”. E eu lembro-me que ela contou-me que tinha andado imenso com um primo meu, que andou com ela a ajudá-la para verem se conseguiam encontrar e lá me trouxe o cinto de balas que custou trinta euros na época. Foram seis contos. Trinta euros na época! Foi bué de dinheiro! Ainda o guardo até hoje. Obviamente que não me desfaço dele (Virgínia, 48 anos, licenciatura, atriz/professora, Lisboa)¹⁵.

Uma outra forma de contacto direto com o estilo *punk* era efetuado em Portugal: através das poucas lojas que importavam este material. Os preços, devido às taxas alfandegárias, eram proibitivos. Mas o papel destas lojas não é de desvalorizar. Não só para aqueles que iam comprar, mas também para quem ia observar as últimas novidades de Inglaterra e, não tendo o dinheiro, ia a pensar em alternativas para criar algo semelhante. Com ou sem dinheiro, estas lojas eram um marco perante o cinzento estético português. E não deixaram de ficar na memória coletiva dos *punks* portugueses. Como, por exemplo, a loja de discos Rastilho¹⁶, que também vendia acessórios como *patches* e picos, que depois eram cosidos pelos *punks*. Uma das mais conhecidas foi a loja de roupa Porfírios, situada na cidade de Lisboa. Inaugurada em 1965, era talvez o único espaço especializado em roupa jovem em Portugal. Neste caso não se tratava de roupa importada, já que tudo era feito em Portugal, mas sim uma imitação às novidades que ocorriam em Carnaby Street. Era um local chave para as então incipientes culturas juvenis portuguesas tomarem conhecimento do que acontecia no estrangeiro.

¹⁴ Entrevista concedida por Joana. Entrevista 71. [10 jun. 2014]. Entrevistadora: Paula Guerra. Porto, 2014. Arquivo.mp3 (53 min.).

¹⁵ Entrevista concedida por Virgínia. Entrevista 123. [23 jan. 2014]. Entrevistadora: Paula Guerra. Lisboa, 2014. Arquivo.mp3 (43 min.).

¹⁶ Trata-se de uma das principais lojas de *merchandising* de bandas/marcas de roupa em Portugal. Iniciou a sua atividade em 1996. Em 1999 fundou a Rastilho Records, que é atualmente uma das principais editoras independentes portuguesas. Para mais detalhes, consultar: <https://www.rastilho.com/>.

Na altura havia uma distribuidora que era a Rastilho, que já existe há bastante tempo, e comprávamos lá os *patches* e cosíamos nós. Eu cosia tudo à mão. Cosíamos tudo. [...] Só cheguei a fazer, em blusões, pintar com uma tinta branca que havia, a gente pintava diretamente nos blusões de cabedal. Nos casacos era tudo remendos. Comprávamos os remendos e cosíamos. Basicamente, era assim (Lázaro, 37 anos, 3.º ciclo do ensino básico, ajudante funerário, Guarda)¹⁷.

Mas depois nesta altura também não havia viagens a Londres. Com esta idade não podíamos, éramos menores. Íamos aos Porfírios comprar os casacos, os bicos ali ao do pé do Martim Moniz. Depois púnhamos os bicos, os crachás comprávamos também na Ladra ou nos Porfírios. O Porfírios é que tinha o casaco que a gente gostava, mas depois tínhamos todos as botas de tropa da Feira da Ladra (Tobias, 46 anos, frequência universitária, técnico de design gráfico e comunicação/artista de vídeo, Almada)¹⁸.

FIGURA 2 – MARIA RITA EM 1984 EM CAMPO DE OURIQUE, LISBOA



FONTE: Arquivo Kismif. Cedida por Maria Rita.

¹⁷ Entrevista concedida por Lázaro. Entrevista 56. [12 abr. 2014]. Entrevistadora: Paula Guerra. Guarda, 2014. Arquivo.mp3 (95 min.).

¹⁸ Entrevista concedida por Tobias. Entrevista 139. [10 out. 2013]. Entrevistadora: Paula Guerra. Almada, 2013. Arquivo.mp3 (106 min.).

Analisando este caldo estético, não podemos deixar de referir as (lentas) mudanças que simultaneamente iam acontecendo na moda portuguesa, muito influenciadas pelas novidades e sensibilidades *punk* e *pós-punks*. Primeiro, a loja Maçã, fundada em 1972 pela estilista Ana Salazar¹⁹, em que vendia roupa importadas de Londres; a revolução cultural dos anos 1980 que ocorreu no Bairro Alto, com a fundação de espaços míticos como o Frágil²⁰. Enfim, uma revolução em que a coisa passou a ser um lugar para a exibição de uma nova estética. Associado a isto surge também o evento *Manobras de Maio*²¹. A 17 de maio de 1986, na rua do Século ocorreu um fenómeno cultural numa cidade que aos poucos entrava no cosmopolitismo. Tratava-se de um palco que servia como *passerelle* para manequins profissionais e amadores. Uma moda que se afastasse do elitismo das *passerelles* no Ritz e dos *monos*. O caso do *Manobras* em muito se assemelhava a um concerto *punk*: o público estava praticamente em cima dos manequins. Não existiam barreiras, nem nada que separasse o público dos manequins (GUERRA, 2018).

Cidades, percursos e recursos ou a luz ao fundo do túnel do cosmopolitismo estético

Porém, continuava a ser uma realidade distante das possibilidades de grande parte dos *punks* portugueses. Estes pautavam-se pela segunda estratégia de consumo estético: o DIY. 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 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. Assim, em Portugal, o que acontecia era uma verdadeira peregrinação por um circuito de roupa em segunda mão. Compradas essas roupas, procurava-se ou imitar ou criar um estilo a partir das poucas informações que conseguiam vislumbrar em revistas e/ou *fanzines*. Em alguns casos estamos perante o exercício de uma grande imaginação para se encontrar alternativas para objetos que seriam excessivamente caros no mercado ou, ainda, para dessa forma pouparem dinheiro para outros consumos, nomeadamente discos.

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

¹⁹ Estilista portuguesa. Foi uma das responsáveis pela renovação da moda portuguesa na década de 1970. É de salientar a importância da sua loja *Maçã*, que fundou em 1972, na cidade de Lisboa.

²⁰ Fundado em 1982, por Manuel Reis, no Bairro Alto (um dos mais conhecidos bairros lisboetas. Desde o século XIX que este bairro se encontra associado a uma ideia de boémia e saídas noturnas). Rapidamente se tornou o ponto de referência da noite lisboeta e um espaço de modernismo e cosmopolitismo.

²¹ Um acontecimento cultural marcante na cidade de Lisboa. A sua primeira edição foi em 1986 e foi tendo lugar intermitentemente até aos anos 2000. Tinha como objetivo, juntamente com tudo o que acontecia no Bairro Alto, tornar a moda mais *arty* e próxima das pessoas. No fundo, procurar dar corpo a uma forma de moda que ainda não existia em Portugal.

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.

FIGURA 3 – TERESA MILHEIRO EM 1989 NO JARDIM DOS CORUCHÉUS EM ALVALADE, LISBOA



FONTE: Arquivo Kismif. Cedida por Bárbara Cabral.

Como falamos brevemente na introdução, Portugal teve serviço militar obrigatório até 2004. Era uma das *bêtes noires* do *punk* português, que produziu inúmeras canções de protesto. Ironicamente, a conscrição militar implicava grandes quantidades de material militar que nem

sempre era necessário, ou que não podia ser usado de novo pela tropa, e que acabava por ser escoado para comerciantes de lojas em segunda mão. Era aqui que os *punks* portugueses conseguiam arranjar as botas militares, para substituírem as caríssimas Dr. Martens; os casacos de cabedal, já que os da Porfírios não ficavam em conta para todos; as calças militares que depois eram trabalhadas, entre outros artigos militares. Nenhum local, contudo, tem a importância da Feira da Ladra e da Feira da Vandoma²². Eram locais de intensa sociabilidade e cruciais para a moda *punk*. Apesar de um entrevistado caracterizar a Vandoma como um local “dantesco”, esta era, na cidade do Porto, o “único espaço – agora pensando nisso – possível onde estas sete ou oito pessoas se podiam encontrar e ter um espaço para sentar e falar um bocado. Era mais ou menos o único sítio possível, porque não havia outro” (Frederico, 49 anos, licenciatura, tradutor *freelancer*, Gijón, Espanha)²³. O mesmo pode ser dito sobre a Feira da Ladra lisboeta: um ponto de encontro, geralmente ao sábado de manhã e, ao mesmo tempo, o único local disponível para as suas compras, nomeadamente roupa em segunda mão que em seguida reapropriavam (SILVA; GUERRA, 2015). Uma lógica DIY que remetia, primeiro, para uma afirmação de individualidade e, segundo, para um amor pelo necessário, consequência da ausência de alternativas no pronto-a-vestir ou no vestuário que diferisse, mesmo que pouco, do padrão normal, como podemos ver nas figuras 1 e 2.

Mas eu lembro-me que ia ao Porto *n* vezes, comprava uma cena que era de São Vicente²⁴. Epá, uma daquelas cenas que as pessoas dão roupa e depois tu podes ir lá comprar. Comprávamos um quilo de roupa assim antiga que procurávamos, trazia-se e depois muitas coisas costurávamos ou colávamos qualquer coisa. Sim, lembro-me que houve uma altura em que fazíamos isso. Tudo super-barato. [...] Porque não encontravas à venda roupa com a qual nós nos identificássemos ou que gostássemos, então acabávamos por comprar e alterar e modificar aquilo tudo (Benedita, 43 anos, licenciatura, professora, Coimbra)²⁵.

Vamos à Feira da Ladra comprar calças de militar e as botas da tropa, não se vai às lojas. Com mil escudos ou nem isso fazia-se a festa. Compravas umas calças militares, chegavas a casa, a tua mãe cortava-te as calças e tinhas uns calções camuflados, não ias dar setenta ou oitenta euros, ninguém pensava nisso, nem

²² São as maiores *flea markets* portuguesas. A Feira da Vandoma tem lugar na cidade do Porto aos sábados de manhã. A Feira da Ladra, que ocorre todas as terças e sábados na cidade de Lisboa, tem uma história secular: pensa-se que exista desde o século XIII.

²³ Entrevista concedida por Frederico. Entrevista 41. [08 dez. 2013]. Entrevistadora: Paula Guerra. Porto, 2013. Arquivo.mp3 (168 min.).

²⁴ Trata-se do bairro de S. Vicente de Paulo, situado em Campanhã, freguesia da cidade do Porto. Foi construído na década de 1950 e foi parcialmente demolido em 2007.

²⁵ Entrevista concedida por Benedita. Entrevista 23. [11 jul. 2014]. Entrevistadora: Paula Guerra. Coimbra, 2014. Arquivo.mp3 (34 min.).

havia dinheiro para isso. Comprava-se as boinas, comprava-se blusões, as camisas, camisolas interiores dóceis, isso engloba basicamente tudo (André, 41 anos, licenciatura, técnico de informática, Lisboa)²⁶.

Após as compras em segunda mão, entrava-se na fase da experimentação (MCROBBIE, 1997), por vezes uma experimentação *suis generis*. Como o gel era caro, usava-se sabão e açúcar. Não havia cintos com pregos, ia-se ao ferreiro. A este processo de experimentação tem de se associar um cuidado culto da imagem. As horas perdidas a colocar o cabelo levantado; o trabalho coletivo de se preparar para sair à noite ou especialmente nas ocasiões de concertos *punks são disso sintomáticos como podemos observar nas figuras 1 e 2*. Ou as saídas coletivas pelas cidades, com claros intuitos de chocar as pessoas. Mas também, por um lado, um exercício de apropriação do espaço público, que em muitos casos lhes estavam vedados e, por outro lado, uma forma de defesa contra os ataques que lhes eram dirigidos quando andavam sozinhos ou em pequenos números.

Lembro-me de termos ido para o concerto da Nina Hagen no Pavilhão de Alvalade²⁷ e de nos encontrarmos todos no Jardim dos Coruchéus, estava aí a fazer os penteados, a fazer os moicanos, alguém levou máquina de rapar o cabelo e o pessoal...Havia um culto da imagem que se perdeu um bocadinho, que se perdeu... (Virgínia, 48 anos, licenciatura, atriz/professora, Lisboa)²⁸.

Dos primeiros sítios onde nos encontrávamos era aqui em Lisboa, na Praça do Comércio²⁹, quando havia ainda carros estacionados na Praça do Comércio. Nós encontrávamo-nos ali, na estátua, e depois íamos passear por Lisboa inteira. Era tipo aquela onda dos *punks* a passear pela rua, íamos mostrar-nos [risos] (Tobias, 46 anos, frequência universitária, técnico de design gráfico e comunicação/artista de vídeo, Almada)³⁰.

²⁶ Entrevista concedida por André. Entrevista 11. [25 jan. 2013]. Entrevistadora: Paula Guerra. Lisboa, 2013. Arquivo.mp3 (54 min.).

²⁷ Originalmente um pavilhão desportivo do Sporting Clube de Portugal, fundado em 1976. Entretanto demolido, foi um dos principais locais de concertos em Portugal nas décadas de 1970 e 1990, especialmente de bandas internacionais.

²⁸ Entrevista concedida por Virgínia. Entrevista 123. [23 jan. 2014]. Entrevistadora: Paula Guerra. Lisboa, 2014. Arquivo.mp3 (43 min.).

²⁹ Uma das principais praças da cidade de Lisboa. Situa-se na Baixa lisboeta e junto ao rio Tejo.

³⁰ Entrevista concedida por Tobias. Entrevista 139. [10 out. 2013]. Entrevistadora: Paula Guerra. Almada, 2013. Arquivo.mp3 (106 min.).

Aqui via-se quer o individualismo, quer o mimetismo *punk*, o que não é de estranhar. Numa sociedade em que pouca informação havia sobre o exterior, era compreensível que os *punks* seguissem as poucas informações sobre moda *punk* que conseguissem obter. Com isto seríamos tentados a reconhecer a existência de apenas uma indumentária *punk*. Não estaríamos, porém, mais longe da realidade. Mas tocámos aqui numa discussão que permeia a cena *punk*. De um lado, *punks* que falam de uma “farda *punk*” no sentido da existência de uma determinada estética que os tornava reconhecíveis: uma questão importante para as subculturas juvenis, isto é, a capacidade de reconhecer os códigos subculturais e saber que ali temos alguém que partilha as nossas sensibilidades estéticas e subculturais, uma forma de diminuir a ansiedade ontológica de cada um. Por outro lado, outros falam da “farda *punk*” como uma forma de restringir o individualismo *punk*. Rapidamente se descamba em hierarquias espúrias e num policiamento estético – a antítese do movimento *punk*. Numa bela escolha de palavras, um entrevistado apelidou de “pequenos ditadores” aqueles que não aceitavam desvios ao “guião” do que consideravam ser o vestuário *punk*. É de salientar o alívio que muitos sentiram quando descobriram que podiam ser *punks* fora desse guião, que não tinham de andar com pesados casacos de cabedal e botas militares no pico do verão para serem *punks*.

Mas esses sábados de manhã, na Vandoma, acabámos por reconhecer-nos por uma determinada estética que ainda era muito tímida, mas que já levava esses pequenos pontos identificativos e num Porto tão esteticamente asqueroso era fácil reconhecer os pequenos sinais de *apunkalhamento* (Frederico, 49 anos, licenciatura, tradutor freelancer, Gijón, Espanha)³¹.

Há pessoal que acha que se não fores X, Y, Z não és *punk*. Se não tiveres uma crista e um casaco X não és *punk*, mas isso são os otários que eles próprios não são *punks*, porque são intolerantes. Quando, supostamente, ser *punk* é o pessoal ser todo diferente, andar como quiser [...] Porque, depois essas pessoas acabam por impor alguma coisa. Supostamente, anda um gajo aqui para não me impores o que quer que seja. Sim e há aí pequenos ditadores (Emanuel, 41 anos, frequência do ensino secundário, motorista, Lisboa)³².

Sold out sell-outs? Reações sociais e legado da anti-moda

Além da importância destas práticas para o fortalecimento de um sentimento de pertença, indispensável para a génese e perpetuação do *punk* em Portugal, é necessário referir

³¹ Entrevista concedida por Frederico. Entrevista 41. [08 dez. 2013]. Entrevistadora: Paula Guerra. Porto, 2013. Arquivo.mp3 (168 min.).

³² Entrevista concedida por Emanuel. Entrevista 53. [14 maio 2014]. Entrevistadora: Paula Guerra. Lisboa, 2014. Arquivo.mp3 (38 min.).

a resposta da sociedade às inovações estéticas, a estas asserções de individualidade e de rejeição ao *mainstream*. Como já fomos mencionando ao longo deste artigo, as reações eram grosso modo negativas, apenas variavam qualitativamente, desde olhares fixos, ironias, insultos ou agressões até a expulsão de espaços públicos, como cafés. Isto agravava as dificuldades que estes jovens sentiam para encontrar locais onde pudessem usufruir de uma vivência subcultural, especialmente à noite. Os espaços, em si, já eram reduzidos. A maior parte não lhes interessava; alguns, que lhes interessavam, barravam-lhes a entrada. Na cidade do Porto, por exemplo, isto fez os *punks* apostarem nas tradicionais tascas da cidade, uns dos poucos espaços em que podiam celebrar as suas sensibilidades *punks* (GUERRA; XIAO, 2018). Isto se agravava se falarmos das mulheres *punks*: não eram poucos os casos de assédio. As roupas curtas e provocantes eram em muitos casos entendidas como convites (GUERRA *et al.*, 2017). Tudo isto não deixou de provocar problemas a estes jovens: com a família ou com desconhecidos na rua, mormente num Portugal pouco acostumado à diferença. Não podemos também deixar de falar do desejo de muitos de chocar e de forçar os limites de muitos *punks* (GUERRA, 2013). Assim, e como acima referido, este embate com uma sociedade conservadora e mesmo reacionária, além de ser um vislumbre de um recém-cosmopolitismo, serviu também para reforçar os laços de pertença e de união grupal.

Tenho episódios, de estar na rua, no Montijo, e os velhos, um deles a escarrar no chão, e assim com o pé, diz: “Paneleiro!”. Só por causa do aspeto. Tive incidentes por causa das coisas mais estapafúrdias. Uma vez, vinha da casa de um amigo meu, por volta das duas da manhã [...] E para um carro da polícia, metem-me dentro do carro e levam-me para o posto. Tive a noite toda a ser agredido e a chamarem-me nomes, à espera que uma senhora aparecesse lá, quando acordasse. Eu estava a ser acusado de ter mandado pedras para um prédio, não sei onde. [...] Havia um certo abuso policial, por causa do aspeto (Inocência, 48 anos, ensino secundário, editor de discos, Montijo)³³.

Na aldeia... porque nós íamos muitas para casa da minha avó que era em Sintra, saíamos de Benfica para Sintra, parava tudo, parava! Eles tinham acidentes! E então quando resolvemos levar para lá os amigos todos, aquilo era fascinante, era muito giro. E então, pronto, tínhamos aquela coisa de, antes de sair de casa, ligarmos muito àquela coisa da estética, “como é que vou” ou, quando é para um concerto, “o que é que eu vou vestir”... ainda hoje se calhar é um bocado assim, mas naquela altura... (Teresa, 49 anos, ensino secundário, designer de joias/artesanato urbano e bijuterias, Oeiras)³⁴.

³³ Entrevista concedida por Inocência. Entrevista 100. [14 jun. 2015]. Entrevistadora: Paula Guerra. Lisboa, 2015. Arquivo.mp3 (167 min.).

³⁴ Entrevista concedida por Teresa. Entrevista 117. [20 nov. 2013]. Entrevistadora: Paula Guerra. Oeiras, 2013. Arquivo.mp3 (58 min.).

Acima mencionámos que a estética *punk* servia como indicador de pertença grupal e como uma forma de segurança ontológica. Numa sociedade que não os via com bons olhos, o reconhecer de acessórios *punks* servia como um reforço da identidade grupal e individual (UNSWORTH; MOONEY, 2019). Afinal, nada é mais complicado do que olhar para o lado e não ver ninguém que nos acompanhe. Mas como ficou tudo isto quando todos são *punks*? Melhor dizendo, quando a roupa *punk* se massificou? Hoje em dia é fácil comprar uma *t-shirt* dos Ramones, um cinto com pregos ou calças de ganga justas pretas em qualquer Zara. Isto implica uma profunda mudança na identidade grupal. A estética deixa de chocar, talvez o seu principal valor, e deixa de ser específica desse grupo. Perante isto vislumbramos um processo simultâneo de valorização/desvalorização. Valorização das suas trajetórias e capitais subculturais, primeiro de tudo. Como é fácil de entender, é importante sentir que o seu passado, as suas longas trajetórias, tiveram um propósito. É aqui que entra a narrativa da inovação, dos primeiros. Sim, é verdade, toda a gente usa calças de gangas justas. Sim, até apresentadores usam moicano. Sim, o DIY está na moda e existem programas de televisão sobre isso. Mas fomos nós quem começamos. Ainda antes de estar na moda. Na década de 1970, quando sair à rua assim vestido era uma aventura que não se sabia como acabaria – se com insultos, agressões ou todos na esquadra. Quando as raparigas se riam de nós quando nos viam de calças rasgadas. Quando o reaproveitar roupa antiga não era *vintage*, mas coisa de pobres.

O individualismo era uma das características do *punk*. O ser diferente, não seguir normas e regras (o que nem sempre era assim a nível estético, como vimos). Então a ideia de uniformidade é difícil de digerir para os *punks* portugueses. Especialmente quando “andam todos iguais” a eles. É irónico, já que um dos principais argumentos dos *punks* portugueses era o embate contra a uniformidade estética de Portugal. Nem por sombras pensariam que um dia a sua estética estaria em todo o lado. Assim, quando o choque desaparece, existe uma revalorização do passado, do seu papel na história, o de uma abertura de mentalidades que a sociedade, especialmente em meados da década de 1990, acabou por cooptar. É a fusão da melancolia de um tempo perdido, e que não voltará, com o orgulho, especialmente quando os mais jovens reconhecem o papel que os mais velhos tiveram na abertura de possibilidades estéticas atuais.

Por outro lado, existe a desvalorização da adoção acrítica do estilo *punk*. São intermináveis as ironias sobre os “ridículos” que usam *t-shirts* dos Ramones ou dos Sex Pistols sem saber que se tratam de bandas. Ou usar Dr. Martens sem saber o papel subcultural que estes detiveram desde meados da década de 1960, ou sem saber a alegria que implicava ter uns nas décadas de 1970 e 1980. E sem valorizarem o papel dos pioneiros nesta abertura estética. No fundo, é o estabelecimento de fronteiras entre os verdadeiros e os falsos *punks*. Uma tentativa de fechamento social que permita preservar os seus capitais e a valorização das suas trajetórias subculturais.

Quer dizer, depois aqueles ridículos – com algumas dessas bandas não acontecerá, mas com outras acontece e bastante... e com algumas já há bastante tempo, sei lá, principalmente com os Ramones ou os Sex Pistols – aqueles ridículos que compram H&M, ou assim multinacionais do género, e tens *t-shirts* dos Ramones à venda, ou aqueles absurdos que há hoje em dia, pessoas que se calhar nem sabem que os Ramones são uma banda, acham que aquilo é uma marca de roupa [...]. (Igor, 34 anos, ensino secundário, naturopata, Lisboa)³⁵.

Se antigamente era mais fácil tu criares essa diferença, porque era mais visível, agora é muito mais difícil, porque não é tão visível, já não se faz tão na roupa. Agora até o Raul Meireles usa uma crista. Antes era mais fácil tu criares a diferença esteticamente [...] Acho que é muito mais difícil ser *punk* agora do que há 20 ou 30 anos atrás, exatamente porque é muito mais difícil marcares a tua diferença, mas não quer dizer que seja impossível. Dá trabalho. Agora será que as pessoas querem ter esse trabalho? (Edmundo, 40 anos, ensino secundário, eletricista principal, Coimbra)³⁶.

O último moicano: vida, morte e metamorfoses do *punk*

Numa sociedade marcada por quatro décadas de ditadura, o *punk* surgiu como uma lufada de ar fresco. As representações da década de 1970 são unânimes nas descrições do país como cinzento e atávico. À revolução política faltava fazer uma revolução cultural e nos costumes. Enfim, fazer chegar o cosmopolitismo tão ansiado. O *punk* foi parte essencial na introdução desse cosmopolitismo, com todas as dificuldades que enumerámos: dificuldade de acesso a bens culturais, escassez de recursos financeiros e antagonismo social (SKRBIS; WOODWARD, 2013). Todavia, isso permitiu que o *punk* português se constituísse de uma forma muito específica, centrado no DIY: na estética, nos concertos, nas edições de discos etc.

A nível estético, o *punk* situou-se na vanguarda do que existia em Portugal, um país sem tradição do pronto-a-vestir e sem uma Carnaby Street. Isso levou à principal característica do *punk* português: o DIY. A necessidade de criar as próprias roupa e estilo. Uma infinidade de tempo gasto à procura de roupa em segunda mão pelas várias feiras e, depois, a juntar e cortar peças. Dificuldades, ainda mais acrescidas pelo contexto social nacional pouco dado à manifestação de alteridade estética, que não deixaram de criar, como se viu pelas citações apresentadas, um sentimento durável de pertença, de se fazer parte de um grupo.

Esta primeira influência começou a ter vislumbres de roupas mais alternativas, fosse nas lojas de Ana Salazar, no Manobras ou na nova boémia do Bairro Alto. Em todos estes exemplos, a influência dos punks era visível. Apenas na década de 1990 a situação muda

³⁵ Entrevista concedida por Igor. Entrevista 65. [23 out. 2013]. Entrevistadora: Paula Guerra. Lisboa, 2013. Arquivo.mp3 (69 min.).

³⁶ Entrevista concedida por Edmundo. Entrevista 28. [18 jul. 2014]. Entrevistadora: Paula Guerra. Coimbra, 2014. Arquivo.mp3 (49 min.).

significativamente. Surgem as lojas de pronto-a-vestir, a roupa torna-se menos clássica e mais alternativa. Paradoxalmente para o *punk*, isto foi um problema. Como chocar a sociedade quando a resistência foi cooptada pelo mainstream? Isto está cristalizado na melancolia e ironia dos *punks* quando falam da apropriação da moda *punk*. Independentemente de tudo, a disrupção que causaram na sociedade portuguesa serviu para colocar um conjunto de questões sociais em debate: veganismo, sexismo, racismo e a celebração da diferença (ADORNO, 1981). E a valorização disto, quando chega, é extremamente satisfatória, como um entrevistado que orgulhosamente refere o momento em que amigos dos seus filhos o elogiaram (e aos seus companheiros de então) pelo que lutou nas décadas de 1970/1980 e que lhes permitia, agora, vestirem-se como quisessem (BELL; HOWE, 2019).

Referências

ADORNO, Theodor W. Perennial fashion – jazz. In: ADORNO, Theodor W. Tradução Shierry Weber Nicholzen. **Prisms**. Cambridge: MIT Press, 1981. p. 119-132.

BELL, Celeste; HOWE, Zoe. **Dayglo: The Poly Styrene Story**. Londres: Omnibus Press, 2019.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**. Uma crítica social da faculdade do juízo. Tradução Pedro Elói. Lisboa: Edições 70, 2010.

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.

CLARKE, Jean S.; HOLT, Robin. Vivienne Westwood and the Ethics of Consuming Fashion. **Journal of Management Inquiry**, v. 25, n. 2, p. 199-213, 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1056492615592969?journalCode=jmia>. Acesso em: 26 jun. 2019.

CLARKE, John *et al.* Subcultures, Cultures and Class. In: GELDER, Ken; THORNTON, Sarah (ed.). **The Subculture Reader** Londres: Routledge, 1997. p. 100-111.

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

CRANE, Diana. Diffusion Models and Fashion: A Reassessment. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 566, n. 1, p. 13-24, 1999. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1056492615592969>. Acesso em: 26 jun. 2019.

FIELD, George A. The Status Float Phenomenon: The Upward Diffusion of Innovation. **Business Horizons**, v. 1, n. 4, p. 45-52, 1970. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0007681370901576>. Acesso em: 26 jun. 2019.

GEERTZ, Clifford. Ideology as a Cultural System. In: APTER, David E. (ed.). **Ideology and Discontent**. Nova Iorque: Free Press, 1964.

GUERRA, Paula; QUINTELA, Pedro. O resto ainda é Hebdige. In: HEBDIGE, Dick. **Subcultura**. O significado do estilo. Lisboa: Maldoror, 2018. p. 5-71.

GUERRA, Paula; SILVA, Augusto Santos. Music and more than music: The approach to difference and identity in the Portuguese *punk*. **European Journal of Cultural Studies**, v. 18, n. 2, p. 207-223, 2014. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1367549414563294>. Acesso em: 26 jun. 2019.

GUERRA, Paula; STRAW, Will. I wanna be your punk: o universo de possíveis do *punk*, do D.I.Y. e das culturas underground. **Cadernos de Arte e Antropologia**, v. 6, n. 1, p. 5-16, 2017. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cadernosaa/1189>. Acesso em: 26 jun. 2019.

GUERRA, Paula; XIAO, Jian. A Comparison between Portuguese and Chinese Punks: A Genealogy, Style, and Space. In: XIAO, Jian (ed.). **Punk Culture in Contemporary China** Singapore: Palgrave Macmillan, 2018. p. 177-199.

GUERRA, Paula. “Just can’t go to sleep”: DIY cultures and alternative economies from the perspective of social theory. **Portuguese Journal of Social Science**, v. 16, n. 3, p. 283-303, 2017. Disponível em: <https://www.ingentaconnect.com/content/intellect/pjss/2017/00000016/00000003/art00002>. Acesso em: 26 jun. 2019.

GUERRA, Paula. **A instável leveza do rock: gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal**. Porto: Afrontamento, 2013.

GUERRA, Paula. **A instável leveza do rock: gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)**. 2010. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2010. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/56304/3/volume2000129546.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2019.

GUERRA, Paula. E nada mais foi como dantes: fragmentos contraculturais e seus estilhaços no pós-Abril de 1974 em Portugal. **Teoria e Cultura**, v. 13, n. 1, p. 195-214, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/TeoriaeCultura/article/view/12396.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2019.

GUERRA, Paula. Keep it rocking: the social space of Portuguese alternative rock (1980–2010). **Journal of Sociology**, v. 51, n. 1, p. 615-630, 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1440783315569557>. Acesso em: 26 jun. 2019.

GUERRA, Paula. Punk, expectations, breaches, and metamorphoses. **Critical Arts**, v. 28, n. 1, p. 195-211, 2014. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02560046.2014.883697>. Acesso em: 26 jun. 2019.

GUERRA, Paula *et al.* 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: <http://revistes.ub.edu/index.php/lectora/article/view/Lectora%202017.23.2>. Acesso em: 26 jun. 2019.

HALL, Stuart. Culture, the Media and the “Ideological Effect”. In: CURRAN, James *et al.* (ed.). **Mass Communication and Society**. Londres: Arnold, 1977.

HEBDIGE, Dick. Contemporizing ‘subculture’: 30 years to life. **European Journal of Cultural Studies**, v. 15, n. 3, p. 399-424, 2012. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1367549412440525>. Acesso em: 26 jun. 2019.

HEBDIGE, Dick. **Subcultura: o significado do estilo**. Tradução Paula Guerra e Pedro Quintela. Lisboa: Maldoror, 2018.

HESMONDHALGH, David. Subcultures, scenes or tribes? None of the above. **Journal of Youth Studies**, v. 8, n. 1, p. 21-40, 2005. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13676260500063652>. Acesso em: 26 jun. 2019.

LAING, David. **One Chord Wonders: Power and Meaning in Punk Rock**. Milton Keynes: Open University Press, 1985.

MCKAY, George. **Senseless Acts of Beauty: Cultures of Resistance since the Sixties**. Londres: Verso, 1996.

MCROBBIE, Angela. Second-hand dresses and the role of the ragmarket. In: GELDER, Ken; THORNTON, Sarah (ed.). **The Subculture Reader**. Londres: Routledge, 1997. p. 191-199.

MULVAGH, Jane. **Vivienne Westwood: An Unfashionable Life**. Nova Iorque: HarperCollins, 2011.

POLHEMUS, Ted. **Street Style: From Sidewalk to Catwalk**. Londres: Thames & Hudson, 1994.

SILVA, Augusto Santos; GUERRA, Paula. **As palavras do punk**. Lisboa: Alêtheia, 2015.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda**. Tradução Fernando Baptista Leite. Lisboa: Textos & Grafia, 2014.

SKRBIS, Zlatko; WOODWARD, Ian. **Cosmopolitanism: Uses of the Idea**. Londres: Sage, 2013.

STEELE, Valerie. Anti-Fashion: The 1970s. **Fashion Theory**, v. 1, n. 3, p. 279-295, 1997. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/136270497779640134>. Acesso em: 26 jun. 2019.

THORNTON, Sarah. **Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital**. Londres: Polity, 1995.

UNSWORTH, Cathi; MOONEY, Jordan. **Defying Gravity: Jordan's Story**. Londres: Omnibus Press, 2019.

WESTWOOD, Vivienne; KELLY, Ian. **Vivienne Westwood**. Londres: Picador, 2015.