

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE MODA

RENATA DENICOL CERATTI

JIMI HENDRIX
Além da roupa

Porto Alegre
2021

RENATA DENICOL CERATTI

JIMI HENDRIX

Além da roupa

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Moda, pelo Curso de Bacharelado em Moda da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Orientadora: Prof^a. Dra. Gisele Becker

Porto Alegre

2021

A minha mãe pelo exemplo de garra e perseverança,
ao meu pai (*in memoriam*) que mesmo longe, sempre
esteve perto e as minhas avós (*in memoriam*) pelo
legado.

AGRADECIMENTOS

A minha mãe pelo reconhecimento, apoio e exemplo, sei o quanto foi difícil para ela apoiar e compreender essa decisão, com certeza não teria conseguido sem ela, sem as madrugadas em que me auxiliou a terminar meus projetos, gratidão mãe;

A minha tia Luiza pela atenção e carinho, por me ajudar de última hora apenas como uma mãe faria por uma filha;

Ao amigo Lucas pela disponibilidade, por aceitar o convite de ser meu modelo sem pestanejar;

Ao meu irmão Arthur pelos conselhos;

A minha orientadora Gisele, peça fundamental nesta jornada, sem ela este trabalho não teria sido possível.

Carta a uma fã:

O que os outros pensam não importa enquanto sua mente, sua fala e seus pensamentos continuarem livres. Não deixa que ninguém a force a negar suas próprias ideias e sonhos. Tenho muito interesse em conhecer você. Acho que seria ótimo ter uma conversa bem longa com você. Você parece ser bem diferente das outras garotas que escrevem para a gente. Penso que a sua cabeça está no lugar. Mas!!! – nunca mais se chame de estúpida na VIDA. É a sua vida. Ninguém vai morrer no seu lugar, então, pelo amor de Deus, viva a sua vida e a de mais ninguém.

Amo você para sempre,

Jimi Hendrix (HENDRIX, 2014, p.106).

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo de estudo compreender significados existentes por trás do traje de palco adotado pelo músico Jimi Hendrix na década de 1960. Para tanto foram analisados os principais movimentos culturais ocorridos no período e que, de alguma forma, contribuíram para a construção da persona Jimi no palco. Dessa forma, buscou-se demonstrar possíveis impactos que o meio provoca nas escolhas realizadas pelo músico, embora este se posicionasse verbalmente de forma neutra, alheio as diversas manifestações que permeavam a cultura em que estava inserido, conforme se irá verificar no decorrer do trabalho. Frisa-se, contudo, que esta é uma pesquisa básica e exploratória que não possui como intuito e nem pretensão explorar de forma pormenorizada as escolhas do músico, mas sim trazer à tona informações relevantes que contribuem para compreensão deste universo que significa vestir-se. Assim, buscou-se analisar as conexões entre o vestuário de Jimi Hendrix e a década de 60, o significado por trás de suas escolhas com o intuito de criar uma marca de moda capaz de transmitir os principais valores trazidos pelo músico com o seu traje de cena, refletidos em um projeto de coleção de vestuário para a mesma.

Palavras-chave: Traje de cena. Contracultura. Jimi Hendrix. Moda.

ABSTRACT

This work aims to study the meanings behind the stage costume adopted by musician Jimi Hendrix in the 1960s. For this, the main cultural movements that occurred in the period were analyzed and, in some way, contributed to the construction of the Jimi persona on stage. Thus, it sought to demonstrate possible impacts that the environment causes on the choices made by the musician, although the musician was verbally positioned in a neutral way, oblivious to the various manifestations that permeated the culture in which he was inserted, as will be verified during the work. It should be emphasized, however, that this is a basic and exploratory research that does not intend or presume to explore in detail the choices of the musician, but rather to bring to the fore relevant information that contributes to the understanding of this universe that means to dress. Thus, we sought to analyze the connections between Jimi Hendrix's clothing and the 1960s, the meaning behind his choices in order to create a fashion brand capable of transmitting the main values brought by the musician with his stage costume, reflected in a clothing collection project for the same.

Keywords: Scene costume. Counterculture. Jimi Hendrix. Fashion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Menina correndo nua e queimada durante a Guerra Fria	36
Figura 2 - Marthin Luther King discursando na Marcha para Washington.....	40
Figura 3 - Convenção Democrata em Chicago,1968	44
Figura 4 - Panteras Negras	46
Figura 5: Panteras Negras em protesto pacífico	47
Figura 6 - Card de Woodstock.....	50
Figura 7 - Helicópteros levando comida no evento.	52
Figura 8 - Jovens cobertos de lama durante o festival de Woodstock.	53
Figura 9 - Casal nu caminhando pelo festival de Woodstock.....	55
Figura 10 - Símbolo do movimento hippie.....	55
Figura 11 - Jimi Hendrix em Woodstock.....	56
Figura 12 - Mulher com mascarará de gás em mãos.	60
Figura 13 - Julian, Victoria Ormsby-Gore e David Milaric, lançadores de tendência em um dia chuvoso em Londres, 1968.	61
Figura 14 - Homens vestindo o traje conhecido como La bela figura.....	62
Figura 15 - Início da carreira dos Beatles, John Lenon com paletó sem lapela, 1963.	63
Figura 16 - Patrick Litchfield com paletó de smoking bordado, 1968.	65
Figura 17 - Jimi Hendrix Experienced em canal de TV Alemão, 1967.	66
Figura 18 - Capa da Revista “Temia Music” com David Bowie	68
Figura 19 - Mick Jagger, 1967.....	69
Figura 20 - Jimi Hendrix como típico membro do Peacock Revolution.	70
Figura 21 - Maharishi e Beatles juntos.	75
Figura 22 - Performance de Jimi Hendrix no Show de The Dick Cavett Show, 1969	77
Figura 23 - Jimi Hendrix tocando no exército na década de 1960.....	81
Figura 24 - Jimi com Little Richard	82
Figura 25 - Jimi Hendrix Experience no Clube Big Apple em Munich, Germany, 1966.	84
Figura 26 - Capa do Album Eletric Ladyland divulgada na Europa	87
Figura 27 - Capa do Album Electric Ladyland divulgada nos Estados Unidos	87
Figura 28 - Jimi e King Curtis no início de 1966.....	91
Figura 29 - Jimi Hendrix em Londres, 1966.	93

Figura 30 - Jimi Hendrix no <i>backstage</i> em Londres, 1967.	94
Figura 31 - Ladyland, retrato de Jimi Hendrix tirado por David Montgomery em 1968.	95
Figura 32 - Jimi Hendrix num show em Nova York, 1970.	96
Figura 33 - Produtos da marca SpiritHood	99
Figura 34 - Produtos da marca Makida.	100
Figura 35 - Moodboard inspiracional da marca Be Wild.....	102
Figura 36 - Moodboard inspiracional do público-alvo.	103
Figura 37- Identidade visual Be Wild	104
Figura 38 - Moodboard da loja conceito.	105
Figura 39 - Moodboard inspiracional do produto	106
Figura 40 - Sacolas da marca Be Wild	107
Figura 41 - Caixa para roupas Be Wild	107
Figura 42 - Quadro exemplificativo da promoção.....	109
Figura 43 - Perfis pesquisados.....	113
Figura 44 - Breve análise dos perfis, principais publicações.....	114
Figura 45 - Questionário – 1ª pergunta.	115
Figura 46 - Persona.....	121
Figura 47 - Moodboard da persona.	122
Figura 48 - Brainstorm.....	124
Figura 49 - Moodboard do tema de coleção.....	124
Figura 50 - Cartela de cores.....	126
Figura 51 - Cartela de materiais	128
Figura 52 - Cartela de aviamentos	129
Figura 53 - Elementos de estilo.....	130
Figura 54 - Quadro do mix de coleção	131
Figura 55 - Croqui 01 – Coleção Verão do Amor	133
Figura 56 - Croqui 02 – Coleção Verão do Amor	134
Figura 57 - Croqui 03 – Coleção Verão do Amor	135
Figura 58 - Croqui 04 – Coleção Verão do Amor	136
Figura 59 - Croqui 05 – Coleção Verão do Amor	137
Figura 60 - Croqui 06 – Verão do Amor	138
Figura 61 - Croqui 07 – Coleção Verão do Amor	139
Figura 62 - Croqui 08 – Verão do Amor	140

Figura 63 - Croqui 09 – Verão do Amor	141
Figura 64 - Croqui 10 – Coleção Verão do Amor	142
Figura 65 - 1/2 Quadro de coleção do Verão do Amor para marca Be Wild	143
Figura 66 - 2/2 Quadro de coleção Verão do Amor para marca Be Wild	144
Figura 67 - Looks escolhidos para serem prototipados.....	144
Figura 68 - Ficha técnica – saia do Look 03.....	146
Figura 69 - Quadro sobre Maria de Bona.....	147
Figura 70 - Fotografias dos materiais/aviamento utilizados na confecção das roupas	147
Figura 71 - Quadro dos equipamentos/utensílios utilizados na confecção das roupas.	148
Figura 72 - Imagens da prova das roupas no ateliê de Maria.	149
Figura 73 - Imagens da artesã Luiza, seu ateliê e o material por ela utilizado.....	150
Figura 74 - Imagens sobre a locação das fotos em Carlos Barbosa	151
Figura 75 - Quadro inspiracional da maquiagem.....	152
Figura 76 - Moodboard inspiracional das fotografias.....	153
Figura 77 - Imagens dos bastidores da produção de moda.	153

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 - Foto da Campanha Verão do Amor	154
Fotografia 2 - Foto da Campanha Verão do Amor	155
Fotografia 3 - Foto da Campanha Verão do Amor	156
Fotografia 4 - Foto da Campanha Verão do Amor	157
Fotografia 5 - Foto da Campanha Verão do Amor	158
Fotografia 6 - Foto da Campanha Verão do Amor	159
Fotografia 7 - Foto da Campanha Verão do Amor	160
Fotografia 8 - Foto da Campanha Verão do Amor	161
Fotografia 9 - Foto da Campanha Verão do Amor	162

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Questionário - 2ª pergunta.....	116
Gráfico 2 - Questionário - 5ª pergunta.....	117
Gráfico 3 - Questionário - 8ª pergunta.....	119
Gráfico 4 - Questionário - 9ª pergunta.....	119
Gráfico 5 - Questionário - 11ª pergunta.....	121

LISTA DE SIGLAS

EUA	Estados Unidos da América
LSD	Dietilamida do Ácido Lisérgico
URSS	União das Repúblicas Socialistas Soviéticas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 METODOLOGIA	19
3 CULTURA, CONTRACULTURA E TRAJE DE CENA	23
3.1 Cultura	23
3.2 Contracultura	25
3.3 Traje de Cena	29
4 CENÁRIO: JIMI HENDRIX E A DÉCADA DE 1960	32
4.1 Guerra Fria	33
4.2 Direitos Civis	38
4.3 Panteras Negras	45
4.4 Woodstock	48
5 O TRAJE MASCULINO NA DÉCADA DE 1960	58
5.1 Peacock Revolution	59
5.2 Hippies	72
6 JIMI HENDRIX: TRAJETÓRIA E TRAJE DE CENA	79
6.1 História	79
6.2 O traje de palco de Jimi Hendrix	90
7 PROPOSIÇÃO DE MARCA DE MODA: BE WILD	98
7.1 Pesquisa de concorrentes	98
7.1.1 Marca SpiritHoods – Faux Fur Fashion	98
7.1.2 Makida Moda	100
7.2 Identidade de marca	101
7.3 Preço	104
7.4 Praça	105
7.5 Produto	106
7.6 Promoção	108
8 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO	110
8.1 Briefing	111
8.1.1 Pesquisa contextual	111
8.1.2 Pesquisa não contextual	122
8.1.3 Contrabriefing	123
8.2. Coleção de moda	123

8.2.1 Cartela de cores	126
8.2.3 Cartela de materiais	127
8.2.4 Cartela de Aviamentos	128
8.2.5 Elementos de estilo	129
8.2.6 Mix de coleção	131
8.2.7 Croquis	132
8.2.8 Fichas técnicas.....	145
8.2.9 Confeção da coleção	146
8.2.10 Comunicação da coleção	150
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	164
REFERÊNCIAS.....	166
APÊNDICE A – FORMULÁRIO “MODA E EXPRESSÃO”	173
APÊNDICE B – FICHAS TÉCNICAS.....	175

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho visa compreender possíveis significados das escolhas de Jimi Hendrix na composição de seu traje de cena. Busca-se, neste sentido, elucidar de que forma o contexto em que o músico estava inserido pode ter contribuído para suas escolhas de vestuário, ainda que de forma não proposital, bem como traçar compreensões acerca de peças de roupas utilizadas pelo músico em palco durante a década de 1960.

Autodidata no meio musical, Jimi Hendrix é apontado como um dos grandes ícones da década de 1960 e acabou influenciando gerações. Contemporâneo de músicos como Beatles, Janes Joplin, Mick Jagger e Bowie, o músico que tocou em eventos como Woodstock, impactava não apenas pelas suas performances nada convencionais no palco que muitas vezes culminavam em guitarras pegando fogo ou quebradas, mas principalmente pela ousadia e liberdade em seu vestuário, reflexo também do meio cultural vivido.

Descendentes de negros e índios norte-americanos, o músico misturava informações das duas descendências em seus figurinos, para criar a persona¹ que iria se destacar nos palcos. Com escolhas nada óbvias, Jimi se expressava no palco, transmitia sem falar aquilo que acreditava e assim protestava de forma “silenciosa”. Diversas são as passagens em sua biografia na qual se depreende que o músico pretendia se colocar como neutro frente ao arcabouço de eventos que marcavam a década de 60.

Assim, o problema de investigação deste estudo busca questionar as escolhas feitas por Jimi Hendrix ao vestir o seu traje de palco, compreender os significados por trás das roupas e o que o músico era capaz de transmitir ao usá-las, bem como o impacto que o meio no qual estava inserido provocava sobre este processo.

Como objetivo geral deste estudo, pretende-se a criação de uma coleção de moda desenvolvida com peças para os gêneros feminino e masculino, voltada para uma marca projetada pela autora deste estudo a partir dos significados abordados

¹ “Persona: substantivo feminino [Psicologia] Segundo C.G.Jung, refere-se à personalidade que o sujeito apresenta aos demais como sendo real, no entanto pode ser uma versão muito contrária à verdadeira. Personagem literário em que o autor se faz presente e/ou se incorpora. Figura ou imagem que um indivíduo assume e apresenta aos demais.[Por Extensão] Marketing. Representação simplificada dos clientes ideais de uma empresa.” (PERSONA..., [2021?])

neste trabalho. Considera-se, nesta etapa, não apenas aspectos relativos à vestimenta de Jimi Hendrix como também a atmosfera cultural do período, diante do impacto que ensejou nos trajes do músico. Desta compreensão surgiu a marca Be Wild, que pretende trazer para a sociedade contemporânea a liberdade de ser quem se é.

A fim de responder ao questionamento proposto, fez-se necessário atender aos seguintes objetivos específicos:

- a) Compreender os conceitos de cultura, contracultura e traje de cena;
- b) compreender a década de 1960 e os principais eventos que marcaram a trajetória de Jimi Hendrix;
- c) elucidar os movimentos que possivelmente impactaram a construção do vestuário de Jimi Hendrix;
- d) analisar a trajetória de Jimi Hendrix, vida e vestuário;
- e) desenvolver uma marca de roupas capaz de descrever o espírito por trás do vestuário de Jimi e criar uma coleção inicial que represente o espírito do tempo vivido bem como referências ao que o músico representou. .

Assim, após compreendermos as definições metodológicas deste estudo no capítulo dois, partimos para as reflexões teóricas deste trabalho. A fim de compreender as escolhas de Jimi, inicialmente, no terceiro capítulo explorou-se os conceitos de cultura, contracultura e traje de cena, elementos essenciais para entender o que a roupa pode vir a significar e os impactos que o meio possuiu na construção da persona Jimi Hendrix, uma vez que a atuação do músico se dá em meio a um cenário político e cultural marcado por contrapontos e por manifestações contraculturais, que acabam por romper com padrões e estereótipos no cenário da moda.

No quarto capítulo, foi feita uma breve análise dos principais eventos que impactaram a vida do músico e a década de 60. Sem dúvida, a década de 1960 é um dos períodos mais ricos em termos de mudanças e eventos políticos e sociais, nela iniciou-se a Guerra Fria, a qual eclodiu após o término da 2ª Guerra Mundial e durou aproximadamente 44 anos.

A Guerra Fria, além de marcar o conflito entre o capitalismo e o socialismo, foi um dos principais eventos que motivou o advento dos movimentos denominados por Roszak (1972) como de contracultura, pois rejeitavam a cultura anterior e estabeleciam novas métricas.

Contemporaneamente, a luta pela igualdade de direitos civis, com o ajuizamento de ação como *Brow x Board of Education*, discursos como “I have a dream” de Marthin Luther King e o surgimento dos Panteras Negras, deixavam claro que a população negra não iria mais aceitar que os negros fossem vistos como cidadãos de segunda classe.

Além disso, a sangrenta Guerra do Vietnã, denunciada por ex-soldados, aliada as inúmeras baixas, intensificou os movimentos em prol da paz e contra a guerra. Neste cenário, surge a ideologia Hippie pregando a paz, o amor e a liberdade. Liberdade compreendida em diversos aspectos: sexual; gênero e expressão.

Assim, em 1969 é realizado o Festival de Woodstock conhecido até hoje por sua magnitude, falta de estrutura e por simbolizar o espírito de uma época, a busca dos jovens pela paz e amor. Woodstock foi um dos eventos que deu origem a expressão “Verão do Amor”, nele os jovens que protestavam pela igualdade dos direitos civis uniram-se aos jovens que protestavam contra a guerra e buscavam a paz em perfeita harmonia.

É no meio de todas estas mudanças, conflitos e revoltas que a carreira artística de Jimi Hendrix desponta e o músico, de descendência afro e *cherokee*, começa a se destacar nos palcos, após ser agenciado por Chas – ex-integrantes dos Animals – e começar a tocar em Londres.

No quinto capítulo é explorado o universo masculino na década de 60 no que concerne ao vestuário, isto é, as tendências de moda que marcaram as escolhas de Jimi. Em síntese, são abordados no capítulo movimentos como o Peacock Revolution e Hippie. Inicialmente se discorre acerca do Peacock Revolution, movimento que iniciou em Londres e que possuía como objetivo trazer à tona a exuberância para o vestuário masculino, reescrevendo a ideia de masculinidade vigente, deixando-a mais fluída. Posteriormente, aborda-se o movimento Hippie, o qual, contrariando o consumo exacerbado e visando a liberdade, pregava a utilização de peças *handmade*, étnicas e coloridas, como forma de exercício da individualidade, liberdade e honra.

Jimi, em que pese se manifeste em sua biografia, conforme será abordado no presente estudo, como neutro ao período histórico em que estava vivendo, estava imerso em um movimentado cenário político e cultural. Consideramos, neste estudo,

traçar as conexões entre estes aspectos, identificando o músico como possivelmente afetado pelo espírito da época.

No sexto capítulo é feita uma breve análise da curta e intensa trajetória do músico, os principais eventos que marcaram sua vida, tais como: a primeira guitarra, a morte da mãe, sua mudança para Londres, alguns de seus principais álbuns e sua trágica morte aos 27 anos vítima de overdose, fazendo com que ele seja conhecido como um dos integrantes do Clube dos 27². Seu vestuário também é objeto de análise do capítulo que busca elucidar as escolhas promovidas pelo músico ao se vestir e definir seu traje de palco.

Assim, com o auxílio de autores como Carvalho (2016) e Treptow (2013) no sétimo capítulo foi criada uma marca de moda na tentativa de traduzir a visão de Jimi Hendrix para o cenário contemporâneo, desta forma a marca Be Wild, surge como uma resposta a necessidade de assumirmos a nossa real identidade e nos tornarmos aquilo que nascemos para ser, assim como Jimi fez.

Posteriormente, no oitavo capítulo, a partir do *briefing* - criação de uma coleção de roupas para a marca Be Wild – foi realizada uma pesquisa contextual e não contextual, formulado um *contrabriefing* e, assim, concebido o tema de coleção Verão do Amor. A coleção Verão do Amor desenvolvida com base na metodologia de Treptow (2013) surgiu de uma forma fluída, romântica e sexy, com *looks* femininos e masculinos, influenciada pelo vestuário e ideais de Jimi Hendrix e a ruptura do paradigma de masculinidade trazido pelo músico, bem como pelos movimentos Hippie e Peacock Revolution que o impactaram.

Por fim, salienta-se que para a construção do trabalho adotou-se a metodologia Aplicada, Exploratória e Dedutiva baseada em fontes bibliográficas, documentários, livros e filmes, os quais construíram a base teórica para a análise dos principais eventos que marcaram a vida de Jimi Hendrix e contribuíram para a construção de seu traje de cena.

² “O Clube dos 27 é um termo que se refere à crença de que um número anormalmente alto de músicos da música popular morreram aos 27 anos,[1] frequentemente pelo uso excessivo de bebidas alcoólicas ou drogas, ou meios violentos como homicídio ou suicídio.[2] Em abril de 2021, foi lançado o álbum Lost Tapes of the 27 Club, que foi produzido por inteligência artificial para sintetizar vozes em canções que os músicos do clube não puderam gravar.[3]” (CLUBE..., [2021?]).

2 METODOLOGIA

Inicialmente, cumpre consignar que este trabalho foi formulado no intuito de compreender, como o próprio título deste Trabalho de Conclusão sugere "Jimi Hendrix: Além da roupa", significados por trás das escolhas de vestuário de Jimi Hendrix. Frente ao problema exposto adotou-se a metodologia científica para a proposição de reflexões quando ao questionamento apresentado. Conforme Trujillo Ferrari (1974 *apud* PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 24):

[...] o método científico é um traço característico da ciência, constituindo-se em instrumento básico que ordena, inicialmente, o pensamento em sistemas e traça os procedimentos do cientista ao longo do caminho até atingir o objetivo científico preestabelecido.

Ao adotarmos a metodologia científica em uma pesquisa acadêmica, consideramos um conjunto de procedimentos previamente estabelecidos de maneira a buscarmos embasamento para as discussões propostas, conforme elucidado na introdução deste estudo. Primeiramente, fazemos considerações acerca da natureza desta pesquisa. Neste sentido, a mesma pode ser considerada Aplicada. Este trabalho, conforme salientado, tem como intuito compreender as escolhas de Jimi e a partir delas criar uma marca de moda e uma coleção para esta, ou seja, aplicar o conhecimento adquirido no mundo contemporâneo, entendimento compartilhado por Rodrigues (2007, p. 2) ao afirmar que na pesquisa Aplicada “[...]os conhecimentos adquiridos são utilizados para aplicação prática voltados para a solução de problemas concretos da vida moderna”,

Entende-se ainda que esta pesquisa tem caráter exploratório, ou seja, busca-se familiaridade com o problema, através de pesquisa bibliográfica escrita, filmes e documentários. Para Prodanov e Freitas (2013) a pesquisa exploratória tem como:

[...] finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento, isto é, facilitar a delimitação do tema da pesquisa; orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir um novo tipo de enfoque para o assunto. Assume, em geral, as formas de pesquisas bibliográficas e estudos de caso.

Logo, neste trabalho a pesquisa exploratória tem como objetivo definir e delimitar o problema a partir dos dados coletado, viabilizando sua posterior aplicação

na criação de uma marca e coleção de moda conforme descrito ao final do capítulo anterior e como será visto de forma pormenorizada nos capítulos sete e oito.

Para a coleta de dados utilizou-se a pesquisa bibliográfica e documental que conforme Almeida, Guindani e Sá-Silva (2009, p.6) as quais, embora possuam como objeto de investigação o documento, diferenciam-se quanto ao formato deste.

A pesquisa documental é muito próxima da pesquisa bibliográfica. O elemento diferenciador está na natureza das fontes: a pesquisa bibliográfica remete para as contribuições de diferentes autores sobre o tema, atendendo para as fontes secundárias, enquanto a pesquisa documental recorre a materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou seja, as fontes primárias. Essa é a principal diferença entre as pesquisa documental e pesquisa bibliográfica.

Assim, como pesquisa bibliográfica foram utilizados livros e artigos para elucidar os principais conceitos explorados neste trabalho, assim como compreender a década de 1960 e suas vicissitudes e o músico Jimi Hendrix. Obras como Jimi Hendrix por ele mesmo (HENDRIX, 2014), na qual é possível ler-se cartas do músico para o seu pai, bem como pensamentos por ele anotados em seus diário, auxiliam a compreensão de quem foi Jimi. Além disso, o livro The Ultimate Illustrated History (GAAR, 2017) além de descrever de forma pormenorizada os principais acontecimentos da vida de Jimi, reproduz diversas fotografias do cantor nos mais diversos momentos de sua vida. Sendo que, livros como Contracultura (ROZAK, 1972) e Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991 (HOBSBAWM, 1995) contribuem para a compreensão do momento histórico em que a carreira de Jimi se desenvolveu.

Além das fontes bibliográficas, a consulta de documentários foi importante para este estudo, onde identificamos uma aproximação com a lógica da fonte documental e primária. Embora apresentem reflexões que passam pelo crivo de roteiristas e diretores, apresentam aos espectadores elementos que documentam a trajetória, neste caso, de Jimi Hendrix. Assim, compreendemos este estudo como essencialmente bibliográfico, mas onde o contato com as fontes originais também se dá por meio dos documentários. Neste sentido, pode-se frisar o filme Hendrix (2000) e o documentário Jimi Hendrix - Cada Caso um Caos (2020), como as principais fontes acerca da vida de Jimi. Além disso, documentários como "Hippies" Sexo Drogas e Rock and Roll (2018) e Panteras Negras Todo Poder Para o Povo (2018) ilustram os principais movimentos de contracultura da época. Para além dos filmes

citados, vídeos com apresentações de Jimi, tais como as gravações de sua presença no festival de Woodstock entre outras da mesma natureza, nos permitiram visualizar atitudes e comportamentos do músico no palco, interação com o público, elementos que se tornam alinhados com sua proposta de vestimenta. Enquanto filmagens de época descoladas de análise por serem originais, podem ser aqui entendidas como fontes primárias documentais.

Importante considerar aqui no capítulo de metodologia que se realizou, inclusive, uma pesquisa de campo através da análise de perfis de potenciais consumidores da marca na plataforma Instagram, bem como aplicação de um questionário encaminhado de forma digital através do Google Forms, a fim de coletar algumas informações capazes de auxiliar na concepção de um tema de coleção.

A partir dos elementos apontados, entende-se esta pesquisa como qualitativa, onde consideramos informações não mensuráveis de forma quantitativa. De acordo com os termos de Prodanov e Freitas (2013, p. 70):

Pesquisa qualitativa: considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Esta não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. Tal pesquisa é descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Assim, através do alinhamento entre as leituras, filmes e documentários localizados sobre o tema, foi possível se estabelecer importantes contrapontos entre as diversas visões acerca dos mesmos fatos que marcaram não apenas a vida do cantor e sua carreira, mas a década de 1960.

Por fim, para a criação da marca adotou-se o método Dedutivo. Na lição de Prodanov e Freitas (2013, p. 27):

O raciocínio dedutivo tem o objetivo de explicar o conteúdo das premissas. Por intermédio de uma cadeia de raciocínio em ordem descendente, de análise do geral para o particular, chega a uma conclusão.

Isto significa que para fins deste trabalho partiu-se de uma análise geral para que, posteriormente, pudesse se deduzir determinadas premissas. Isso se verifica na medida em que, inicialmente, foram coletados dados acerca dos principais

movimentos que impactaram a década de 1960 e a vida de Jimi Hendrix para, a partir deste conhecimento, deduzir o que ele buscava comunicar ao seu vestir e, na sequência, com base nestas premissas propor uma marca de moda alinhada com o as premissas identificadas.

Por derradeiro, frisa-se que para o desenvolvimento da coleção de moda objeto deste trabalho foi utilizada a metodologia dos autores Carvalhal (2016) e Treptow (2013) levando-se em consideração a vida de Jimi Hendrix e o contexto em que estava imerso, conforme se irá abordar de forma pormenorizada nos capítulos que seguem.

3 CULTURA, CONTRACULTURA E TRAJE DE CENA

Ícônico, Jimi Hendrix, ficou conhecido como o mestre da guitarra elétrica, não apenas por ser autodidata e por improvisar *riffs* nunca vistos na guitarra, mas principalmente por sua performance nos palcos. Alinhado com o espírito revolucionário da época, ao subir no palco Jimi exercitava toda a sua liberdade, fosse através de suas roupas ou da maneira como utilizava seus movimentos para extrair o máximo que conseguia de sua guitarra, o músico entrava em uma espécie de transe ao performar, de tal forma que muitas vezes sequer se lembrava do que havia feito no palco (HENDRIX, 2014). Parte importante desta performance é justamente o objeto de estudo deste trabalho: o traje de cena do músico.

A liberdade do cantor refletia-se principalmente no seu vestuário: camisas de babados, calças justas e bocas de sino, além de bandanas, eram algumas dos elementos utilizadas por Jimi ao se vestir para transmitir seu livre arbítrio. Estes elementos, entretanto, não são elementos particulares, mas relacionados a um dado cenário cultural que também será trazido neste texto mais adiante. Assim, compreender os conceitos de cultura, contracultura e traje de cena, tornam-se imprescindíveis para entender o motivo pelo qual a liberdade era tão importante para o músico e de que forma os trajes por ele utilizados traduziam esse objetivo.

3.1 Cultura

O conceito de cultura possui diversas acepções, para Brant (2009):

Em sua concepção mais longínqua a matriz latina *colere* trazia o significado de cultivar, habitar, proteger e honrar com veneração. Desse radical podemos reconhecer dois desdobramentos *colonus* que traz a ideia de habitação e *cultus* que nos remete a cultivo ou cuidado, bem como seus significados medievais subsidiários: honra, adoração, já convergidos para radicalização do temor divino e da moral na sociedade personificação do Senhor no feudo. Mas também *couture* no francês antigo, por exemplo, associado à lavoura, cuidado com o crescimento natural.

Cultura pode ser compreendida basicamente sob duas concepções diversas. Sob uma primeira concepção, cultura pode ser entendida como tudo aquilo que se refere a uma nação, povo, grupo de pessoa, ou seja, relacionasse as características dos agrupamentos. Neste sentido, falamos em cultura grega, romana, asteca, ou seja, “[...]em cada caso dar conta das características dos agrupamentos a que se

refere, preocupando-se com a totalidade dessas características, digam elas respeito às maneiras de conceber e organizar a vida social ou a seus aspectos materiais”.(SANTOS, 2017). Sob uma segunda concepção, a cultura diz respeito a um domínio da vida social, uma esfera, “[...] ao conhecimento, às ideias e crenças, assim como às maneiras como eles existem na vida social.” (SANTOS, 2017). Desta forma, ao falarmos em cultura francesa, por exemplo, podemos estar fazendo referência a sua culinária, educação, língua, entre tantos outros elementos da cultura francesa. (SANTOS, 2017).

É necessário, contudo, termos sempre em mente que a cultura não é algo estanque, mas que se altera no tempo e no espaço. Inclusive, a preocupação com o conceito de cultura é longínqua, os gregos já se questionavam acerca dos motivos que levavam os povos a se portarem de formas diferentes uns ou dos outros, ou seja, os motivos que os ensejavam a acreditar em uma determinada religião, a agir de uma determinada forma, etc (SANTOS, 2017).

Nos tempos modernos, a preocupação com o conceito de cultura surgiu no século XVIII na Alemanha, no intuito de expressar a unidade da nação que, politicamente, encontrava-se separada. No século XIX, com o processo de expansão de nações e incorporações pela potências europeias a discussão acerca do conceito de cultura se intensifica no intuito de compreender os povos e nações subjugadas. (SANTOS, 2017).

Conforme SANTOS (2017):

Assim a moderna preocupação com cultura nasceu associada tanto a necessidades do conhecimento quanto às realidades da dominação política. Ela faz parte tanto da história do desenvolvimento científico quanto da história das relações internacionais de poder. Esta é uma relação muito íntima. De fato, o próprio entendimento moderno do que seja uma nação tem muito a ver com as discussões sobre cultura. Vamos pensar um pouco mais sobre isso, já que é importante para discutir sobre cultura em países como o nosso.

Para compreendermos a cultura que permeava os Estados Unidos (EUA) na década de 1960 precisamos compreender o conceito de identidade cultural. “A identidade cultural de um povo é geralmente reconhecida por seus elementos unificadores, como território, língua e religião” (BRANT, 2009). Conquanto, sob o ponto de vista das políticas públicas, esta identidade atrela-se de certa forma ao nacionalismo, a qual busca legitimar a unificação política formulada pelo Estado.

Neste sentido, cumpre se destacar os principais fatores que permeavam a sociedade na década de 1960 nos EUA, quais sejam: o advento da industrialização, a guerra fria e conseqüente corrida armamentista e espacial; tais eventos, acabavam por afetar diretamente a cultura norte-americana, entendida por Roszak (1972), conforme aprofundado no capítulo que segue, em uma sociedade “tecnocrata”.

Compreender o significado de cultura faz-se necessário para entender o que significou o denominado movimento de contracultura o qual possuía entre seus expoentes e disseminadores o músico Jimi Hendrix, compreendido como um rebelde que desafiava os valores vigentes, seja através de suas performances ou até mesmo na forma de se vestir, objeto deste trabalho.

3.2 Contracultura

Na década de 1960, os jovens americanos, descontentes com a guerra do Vietnã, com as injustiças raciais e a pobreza, demonstrando um total desprezo pelo sistema social vigente, passaram a refutar os valores sociais vigentes e a inauguraram um movimento de “Contracultura”, expressão cunhada por Roszak em 1969.

Conforme, Oliveira ([2021?], p. 11):

A DÉCADA DE 1960 foi marcada por grandes conflitos e mobilizações sociais, nas quais a questão da liberdade era fundamental. Além do combate contra a opressão econômica e política, colocou-se em debate a questões sexual, o racismo, a emancipação da mulher, os direitos humanos, a liberdade de expressão, entre outras questões. A perspectiva de uma revolução social colocava-se para além da transformação do sistema econômico e político. O confronto de gerações tomou dimensões jamais imaginadas. A juventude questionava o modo de vida, propondo uma nova estética, novas roupas, novo comportamento, novas atitudes. Do 'flower power' dos hippies à 'imaginação no poder' as ruas de Paris, passando pelos Black Panthers, a juventude (operários e estudantes) elaborou diferentes níveis de perspectiva de mudança social e de libertação.

Rozak (1972), por sua vez, afirmava que o descontentamento dos jovens era, basicamente, contra o advento da "tecnocracia", o domínio da técnica, a coordenação de todas as coisas da sociedade, com vistas a eliminar fissuras e torná-la mais eficiente, compreendendo-se como sociedade eficiente aquela que rende mais lucros.

Segundo Roszak (1972, p.12):

Chegamos assim à era da engenharia social, na qual o talento empresarial amplia sua esfera de ação para orquestrar todo o contexto humano que cerca o complexo industrial. A política, a educação, o lazer, o entretenimento, a cultura como um todo, os impulsos inconscientes e até mesmo, como veremos, o protesto contra a tecnocracia - tudo se torna objeto de exame e de manipulação puramente técnicos. o que se procura criar é um novo organismo social cuja saúde dependa de sua capacidade para manter o coração tecnológico batendo regularmente.

Sob esta perspectiva, todas as decisões tomadas, fossem elas relativas à educação dos filhos, saúde mental, sexualidade, recreação eram feitas com base num olhar eminentemente técnico, de forma a reafirmar a necessidade de conhecimento científico e, de certa forma deslegitimar aqueles que não tinham acesso à ciência em tomar decisões sozinhos (ROSZAK, 1972).

Fato é que os jovens cansados dos valores fixados, do capitalismo exacerbado (com a inserção dos trabalhadores na cadeia de consumo, a partir do século XX diante da baixa no preço dos produtos causada pelo desenvolvimento técnico), da dominação imposta, com sede de liberdade e igualdade passaram a se rebelar e estabelecer através de meios alternativos uma outra forma de existir (OLIVEIRA, [2021?]).

Conquanto, para Roszak (1972), o motivo pelo qual os jovens encabeçaram o movimento de contracultura era simples, eles não padeciam da passividade de seus pais, que, em razão das mazelas sofridas durante a guerra, passaram a assumir uma postura permissiva, que aceitava as coisas como eram sem contestá-las. E, mais, diferentemente de seus pais que tiveram que trabalhar e se resignar ao trabalho e limites impostos pela sociedade, para sobreviverem, foram criados de forma permissiva, gozando de diversos privilégios, como acesso à educação, a bens, sem que necessitassem trabalhar para isso. O que teria nutrido neles uma certa infantilização, um despreparo para o mundo real, e, assim, sentimento de rebeldia ao se depararem com a realidade e as limitações impostas pela sociedade.

Talvez, esta tenha sido a percepção de Jimi Hendrix para negar que fazia parte do movimento hippie. Afinal, ao contrário da maioria dos jovens adeptos ao movimento, Hendrix se desenvolveu dentro de um contexto de dificuldade, permeado por faltas e restrições que serão posteriormente explicadas em capítulo próprio, contexto que ensejou a criação de uma personalidade muito mais voltada a se desenvolver profissionalmente, do que simplesmente se rebelar contra o sistema vigente (HENDRIX, 2014).

Suze Rotolo, por sua vez, disse:

The 1960s were an amazing time, an eventful time of protest and rebellion. An entire generation had permission to drink alcohol and die in a war at eighteen, but it had no voting voice until the age of twenty-one. Upheaval was inevitable. Talk made music, and music made talk. Action was in the civil rights marches, marches against the bomb, and marches against and escalating war in Vietnam. It was a march out of time, too - out of the restricted and rigid morality of the 1950s. The Beats had already cracked the façade and we, the next generation, broke through it.¹ (*apud* EVANS; KINGSBURY, 2009)

Para Mikael Gilmore - jornalista norte americano - em entrevista para a revista *Cult*: "Nos anos de 1960, o espírito de oposição foi além das visões políticas, implicava a possibilidade de amar a vida em si de formas radicalmente diferentes. Sendo que, muitas foram as formas encontradas pelos jovens para demonstrar a sua insatisfação com o sistema vigente. Questionado sobre qual seria a maior fonte de expressividade da contracultura na década de 1960, Gilmore (GILMORE, [2021?], p. 20) disse, sem sombra de dúvidas, que foi a música, pois ela era capaz de transmitir ideias de forma instantânea

Naquela época, você podia sentir a música no ar. Podia ver seu poder imediato de mudar o modo como as pessoas pareciam e se mexiam, o que falavam e no que acreditavam, como viviam e os riscos que estavam dispostas a correr. E a música soava como mudança: ela produzia sons jamais feitos que não só simbolizavam como incorporavam a transformação.

As músicas populares da época eram ousadas e utilizadas como instrumento de rebelião, performances como a de Jimi Hendrix no encerramento de Woodstock, na qual ele interpretou o hino dos EUA, com barulhos de bombas e tiros, salientam a visibilidade que o movimento de contracultura possuía através da música. Aponta-se, aqui, para a possibilidade de que, muito embora o músico não se reconhecia publicamente como adepto oficial do movimento hippie ou dos Panteras Negras, encontrava-se provavelmente alinhado com os ideais por eles buscados por questões identitárias e por estar imerso no espírito do tempo do período: Jimi buscava liberdade, a expansão de sua consciência e a igualdade, ainda que não

¹ A década de 1960 foi um momento incrível, um momento agitado de protesto e rebelião. Uma geração inteira tinha permissão para beber álcool e morrer em uma guerra aos dezoito, mas não podia votar até os 21 anos. A revolta era inevitável. Falar fez música, e a música fez falar. A ação estava nas marchas pelos direitos civis, marchas contra a bomba e marchas contra e escalada de guerra no Vietnã. Foi uma marcha fora do tempo, também - fora das restrições e moralidade rígida dos anos 1950. Os Beats já tinham rachado a fachada e nós, a próxima geração, rompemos com ela. (tradição livre).

declarasse isso de forma expressa, o fazia através de suas performances, utilizando-se muitas vezes de seu traje de cena para deixar claros os seus ideais (HENDRIX, 2014; GILMORE, [2021?]).

O partido dos Panteras Negras, por exemplo, está conectado ao cenário contracultural do período: pregavam a ruptura do sistema vigente e prezavam pela construção de "[...] uma cultura negra, uma consciência negra... uma alma negra totalmente incompatível com a sociedade branca e agressivamente orgulhosa disto." (ROSZAK, 1972, p. 34). Os hippies, também, inclusive, fortemente influenciados pela religião oriental, pregavam a construção de uma sociedade baseada na paz, no amor e na liberdade: "They not only took issue with the lifestyle of their parents, but also with racial inequality, sexual discrimination, and civil rights²." (FASHION, 2012, p. 374).

Salienta-se que a influência da religião oriental sob a contracultura é vista por Roszak (1972, p.54) como uma influência positiva:

Temos aqui uma tradição que contesta radicalmente a validade da cosmovisão científica, da supremacia da cognição cerebral, do valor da pujança tecnológica; mas que o faz no mais tranquilo e comedido dos tons, com humor, com ternura, e até mesmo com uma dose de astuciosa argumentação.

Neste sentido é que os líderes espirituais surgem e tomam espaço perante o movimento hippie, assim como o consumo de substâncias como o LSD, compreendidas enquanto recurso expansor de consciência. O uso do fármaco surge como uma forma de resposta e ao mesmo tempo de fuga de uma sociedade jovem cansada dos problemas sociais, das limitações que vê dia a dia. Afinal, os jovens buscavam uma nova perspectiva, um novo olhar para encarar o mundo (ROSZAK, 1972).

Outro movimento de contracultura da época que merece ser citado é representado pelos Beats, movimento basicamente literário que trouxe a poesia para o mundo, para a vida cotidiana, para os jovens, autores como Ginsberg, por exemplo, trouxeram à tona temas como a liberdade sexual, política, individual e, até mesmo, poética, tal abertura auxiliou a aceitação de músicos como Jimi Hendrix. Afinal, as performances do músico foram marcadas por sua sexualidade,

² "Eles não só tiveram problemas com o estilo de vida de seus pais, mas também com desigualdade racial, discriminação sexual e direitos civis". (tradução livre)

individualidade e liberdade poética, Jimi performava da maneira como fazia sentido para ele e vestia-se conforme entendia adequado, rompendo com antigos padrões de masculinidade, tema que será posteriormente aprofundado (GARCIA LOPES, [2021?], p. 60; HENDRIX, 2014). Portanto, compreendendo a vestimenta de Hendrix como parte da construção de sua persona pública, faz-se importante também entender o conceito de traje de cena.

3.3 Traje de Cena

A origem do traje de cena remonta ao teatro Dionisico que ocorria em Atenas. O vestuário dos atores, na época, era constituído basicamente de uma túnica, denominada *chitôn* e um manto largo denominado *chkamyde*. Além da veste, os atores utilizavam máscaras feitas de argamassa e recobertas de gesso para auxiliar na caracterização do personagem (MALHADAS, [2021?]).

Conforme Pereira (2012, p.223): “O termo traje tem sua origem etimológica na palavra portuguesa arcaica *trager*, do verbo trazer: trazer algo para si, que de alguma forma guarda pertinência no que diz respeito a criar identidade [...]”. Sendo que, muitas vezes a expressão traje de cena é substituída pelo termo figurino.

O traje de cena ou figurino precisa necessariamente ser capaz de emocionar, transformar, passar uma ideia, servir de caracterização do sujeito e, para tanto, o traje é criado a partir do corpo e utiliza-se dos tecidos, texturas, formas e silhuetas para construir o traje e assim transmitir de forma hábil as características da persona (LIMA JÚNIOR, 2012).

Para a escolha de um figurino assertivo é necessário que o designer/figurinista reconheça o cenário em que se insere e os objetivos que se busca com o traje. Compreender o meio faz-se necessário para prever possíveis interpretações realizadas pelos telespectadores, ao passo que saber a mensagem que se quer passar com a imagem é fundamental para apontar as escolhas que deverão ser feitas. O traje de cena introduz o personagem, antes mesmo que ele se manifeste, confere o tom da conversa através da imagem e, portanto, todas as escolhas importam. Conforme Lima Júnior (2012, p. 194):

A escolha do tecido ou outra categoria de matéria-prima para a confecção de peça de roupa deve estar em consonância com sua proposta, seja ela voltada para uma vestimenta de um figurino, seja como peça de uma

coleção de moda. Tão importante quanto o figurino compreender a alma do personagem é o design de moda reconhecer o usuário. Em ambos os casos pensa-se essa roupa para um corpo, e o contato com os materiais usados culmina nas sensações que podem vir a ser por provocadas por ele.

Essa compreensão acerca do usuário para a confecção do figurino é imprescindível, pois o primeiro contato do personagem com o público, a primeira impressão é promovida através da imagem e, conseqüentemente, pela análise da roupa do ator (LIMA JUNIOR, 2017). Os tecidos, por exemplo, são um dos elementos utilizados para formulação de um figurino assertivo, ao cobrir a nudez do corpo é necessário que a escolha guarde relação com a performance que será realizada e, ao mesmo tempo, transmita a plateia o seu apelo. Lima Junior (2017, p. 195) aduz:

Com o que afirma o autor, é possível pensar a escolha de tecidos que compõem um figurino também relacionando-se com os sentimentos e as emoções da personagem, associando sensações que contribuam com o trabalho do ator além de darem à plateia a referência estética, formal, cromática e até mesmo tátil, por meio da visão, para que ela possa reconhecer a personagem quando da entrada do ator em cena (LIMA JUNIOR, 2017, p. 195).

A escolha de tecidos, portanto, relaciona-se com os códigos que eles assumem. O jeans, por exemplo, conforme Lima Júnior (2017, p. 192), após ser utilizado pelo ator James Dean passou a ter: “[...] conotações como a de liberdade, que virou sinônimo de calça velha e desbotada, como anunciado em uma marca de jeans.”

O traje de cena relaciona-se diretamente com a performance que é realizada pelo sujeito. O palco é o local em que o artista está presente de corpo e alma, é uma construção realizada pelo personagem mental e fisicamente, e depende do retorno da plateia (VIANA, 2012). Jimi escolhia suas roupas traduzindo liberdade, singularidade e, ao mesmo tempo, embora não admita em sua biografia, reflete apelo político próprio dos tensos momentos da Guerra Fria, conforme poderemos inferir nos capítulos que seguem a partir das possibilidades de análise traçadas. Não é raro deparar-se com imagens do cantor usando roupas com tecidos nobres como veludo, cetim, seda, o que demonstrava o sucesso do músico. A escolha de calças justas impactava e trazia ao palco a sua virilidade e a liberdade sexual. Blusas de babados, com mangas amplas e, muitas vezes, com estampas psicodélicas mostravam um novo gênero masculino, fluído, afastado das convenções sociais, dos

ternos de três peças. O cabelo *blackpower* deixava clara sua origem e, ao mesmo tempo, as pautas políticas trazidas à luz pelos Panteras Negras acerca da igualdade de direitos, luta, no caso de Jimi, muitas vezes silenciosa, pela sua liberdade em ser quem era. Entende-se a moda como expressividade, manifestação de identidade, mas também enquanto produto cultural de um meio vivido, para além de elementos relativos a trajetórias pessoais. A leitura do traje de cena de Jimi, portanto, tem ponto de vista construído neste estudo por um cruzamento destes elementos.

Desta forma, a fim de compreender as escolhas formuladas por Jimi ao eleger seu vestuário faz-se necessário aprofundar o conhecimento acerca dos principais acontecimentos que marcaram a sua trajetória durante a década de 1960, tema que será abordado de forma pormenorizada, sem a pretensão de exaurir o assunto, no próximo capítulo.

4 CENÁRIO: JIMI HENDRIX E A DÉCADA DE 1960

Compreendidos os conceitos iniciais pertinentes a este estudo, faz-se necessário entender ainda o cenário cultural e político que fornecem não apenas o pano de fundo da atuação artística de Jimi Hendrix, como nos permite também filtrar determinadas escolhas de vestuário adotadas pelo artista, estabelecendo um *Zeitgeist*¹ do momento. Jimi Hendrix foi um dos grandes expoentes da década de 1960 nos Estados Unidos da América (EUA), cantor, compositor e guitarrista, o músico ficou conhecido pela forma inovadora com a qual tocava a guitarra elétrica. Performático, Jimi com seu talento e vestuário, levava multidões a loucura, fosse tocando com os dentes, improvisando riffs, ou até mesmo tocando fogo em sua guitarra. Uma de suas performances mais conhecidas foi o seu show de encerramento em Woodstock. Na ocasião, o músico interpretou com sua guitarra elétrica o hino dos Estados Unidos combinado com barulhos de bomba e disparos, como mencionamos anteriormente, o que pode ser interpretado enquanto demonstração de descontentamento e repudia a participação norte-americana na guerra do Vietnã, ao desconstruir um dos mais sagrados símbolos patrióticos dos EUA em um contexto de ânimos tão acirrados politicamente.

O músico que aprendeu a tocar guitarra ouvindo a rádio, utilizava seu vestuário como forma de expressão, rompendo com padrões pré-estabelecidos de masculinidade e exercitando a sua singularidade, demonstrando quem era e para que estava ali. Para Jimi exercitar sua individualidade era uma necessidade intrínseca de seu ser e demonstrava sua potência de agir, destacando-o no palco, assim como sua música. Vestir e tocar eram compreendidas pelo músico como formas de expressão (HENDRIX, 2014).

Questionado em uma entrevista sobre para onde a moda estaria se encaminhando, Hendrix (2014, p. 56) respondeu:

Não sei, e não dou a mínima, se você quer saber. Pode ser que as pessoas se vistam com lençóis de várias cores, como nos tempos antigos. E não me

¹ “Zeitgeist significa espírito de época, espírito do tempo ou sinal dos tempos. É uma palavra alemã. O Zeitgeist é o conjunto do clima intelectual e cultural do mundo, numa certa época, ou as características genéricas de um determinado período de tempo. O conceito de Zeitgeist foi introduzido por Johann Gottfried Herder e outros escritores românticos alemães. Em 1769, Herder escreveu uma crítica ao trabalho do filósofo Christian Adolph Klotz, introduzindo a palavra Zeitgeist.” (ZEINGEIST..., 2013)

façam essas perguntas idiotas sobre se uso cueca ou não. Acho que vocês deviam ter arranjado outra pessoa para fazer essa entrevista.

E complementou dizendo:

AS PESSOAS ME PERGUNTAM se esse cabelo e essas roupas são só para chamar atenção, mas isso não é verdade. Eu sou assim mesmo. Não gosto de ser mal interpretado por nada e nem por ninguém, então, se quero usar uma bandana vermelha e calças turquesa e se quero deixar o cabelo crescer até os tornozelos, é assim que eu sou. Todas essas fotos que vocês têm visto, em que estou de smoking e gravata-borboleta, tocando na banda de apoio de Wilson Pickett, são de quando eu tinha medo e vergonha de ser eu mesmo. Meu cabelo e minha mente estavam domados (HENDRIX, 2014. p. 56).

Depreende-se, portanto, que para Hendrix (2014) vestir-se era muito mais do que simplesmente colocar uma roupa, seguir padrões, para ele vestir-se era uma forma de se comunicar, de mostrar a sua singularidade, de romper padrões. Sendo que, ao afirmar que o “Meu cabelo e minha mente estavam domados[...]”, o músico demonstra a sua liberdade ao se vestir.

Desta forma, compreender o contexto em que Jimi se desenvolveu, ou seja, o momento político, social, em que o músico estava submerso na década de 1960, faz-se necessário para entender o significado de seu vestuário, a origem do comportamento subversivo do ídolo que acabou ficando conhecido não apenas pelo seu jeito único de tocar, mas, também de se vestir.

4.1 Guerra Fria

Com o fim da Segunda Guerra Mundial ocorrido em 1945, os Estados Unidos com receio de que iria ingressar em um novo período de recessão, como o que havia experimentado após a primeira guerra mundial, decidiu travar um conflito contra a União Soviética iniciando a denominada Guerra Fria, no ano de 1947, sob o governo do Presidente Harry Trumam. A guerra, marcada pela disputa ideológica entre o Capitalismo e o Comunismo, perdurou por aproximadamente 40 anos e extinguiu-se apenas em 1991 com a extinção da União Soviética (HOBSBAWM, 1995).

Quando o conflito foi travado, a União Soviética exercia sua hegemonia sobre parte do mundo e não tentava ampliar suas fronteiras, diferentemente dos EUA que além de exercer o controle da maior parte do mundo, pois partidário da política

capitalista, buscava, de forma incessante, dominar as regiões que se encontravam sob o domínio da União Soviética (HOBSBAWM, 1995).

Assassinatos e espionagem, eram procedimentos comuns dentro do que se denominou “paz fria” e perdurou até 1970. A expressão “paz fria” justifica-se pelo fato de que ambas as potências valiam-se da diplomacia e do bom senso para evitar conflitos armados e, mais, utilizavam-se da ameaça de utilização de armas nucleares como o mecanismo para evitar conflitos (HOBSBAWM, 1995).

Quatro anos após o incidente com a bomba atômica em Hiroshima, a URSS adquiriu armas nucleares. E, aproximadamente 9 meses depois, os EUA adquiriu uma bomba de hidrogênio. Em suma, ambos os países se encontravam equipados com armas de destruição em massa e utilizavam a ameaça de utilização destas como mecanismo de controle e persuasão (HOBSBAWM, 1995).

Hobsbawm (1995, p. 181) discorre sobre o assunto nos seguintes termos:

Não está muito claro se chegaram a considerar seriamente a possibilidade de uma ação nuclear contra terceiros — os EUA na Coreia em 1951, e para salvar os franceses no Vietnã em 1954; a URSS contra a China em 1969 —, mas de todo modo as armas não foram usadas. Contudo, ambos usaram a ameaça nuclear, quase com certeza sem intenção de cumpri-la, em algumas ocasiões: os EUA para acelerar as negociações de paz na Coreia e no Vietnã (1953, 1954), a URSS para forçar a Grã-Bretanha e a França a retirar-se de Suez em 1956. Infelizmente, a própria certeza de que nenhuma das superpotências iria de fato querer apertar o botão nuclear tentava os dois lados a usar gestos nucleares para fins de negociação, ou (nos EUA) para fins de política interna, confiantes em que o outro tampouco queria a guerra. Essa confiança revelou-se justificada, mas ao custo de abalar os nervos de várias gerações.

A ameaça frequente de uma guerra nuclear fez com que ambos os países ingressassem em uma corrida armamentista a qual fomentou o desenvolvimento tecnológico e a crise financeira da União Soviética, além do surgimento de protestos em busca da paz, para Hobsbawm (1995, p.181):

A ameaça constante de guerra produziu movimentos internacionais de paz essencialmente dirigidos contra as armas nucleares, os quais de tempos em tempos se tornaram movimentos de massa em partes da Europa, sendo vistos pelos cruzados da Guerra Fria como armas secretas dos comunistas. Os movimentos pelo desarmamento nuclear tampouco foram decisivos, embora um movimento contra a guerra específico, o dos jovens americanos contra o seu recrutamento para a Guerra do Vietnã (1965-75), se mostrasse mais eficaz. No fim da Guerra Fria, esses movimentos deixaram recordações de boas causas e algumas curiosas relíquias periféricas, como a adoção do logotipo antinuclear pelas contraculturas pós-1968 e um entranhado preconceito entre os ambientalistas contra qualquer tipo de energia nuclear.

O autor destaca, também, as perdas dos Estados Unidos ao ingressarem na Guerra do Vietnã, um dos grandes eventos da Guerra Fria ao final da década de 1960 e que provocou o advento do movimento de contracultura hippie, o qual possuía uma estética própria que guarda conexões com a vestimenta de Jimi Hendrix:

A Guerra do Vietnã desmoralizou e dividiu a nação, em meio a cenas televisadas de motins e manifestações contra a guerra; destruiu um presidente americano; levou a uma derrota e retirada universalmente previstas após dez anos (1965-75); e, o que interessa mais, demonstrou o isolamento dos EUA. Pois nenhum de seus aliados europeus mandou sequer contingentes nominais de tropas para lutar junto às suas forças. Por que os EUA foram se envolver numa guerra condenada, contra a qual seus aliados, os neutros e até a URSS os tinham avisado, [64] é quase impossível compreender, a não ser como parte daquela densa nuvem de incompreensão, confusão e paranóia dentro da qual os principais atores da Guerra Fria Tateavam o caminho. (HOBSBAWM, 1995, p. 181):

No documentário Guerra do Vietnã ex-soldados narram de forma alarmante as técnicas de guerrilha empregadas durante a guerra no Vietnã, a lavagem cerebral promovida pelos EUA na luta contra os comunistas, no intuito de semear o ódio entre as nações e, assim, incentivar os americanos a acreditarem que a guerra era a única alternativa possível, a fim de resguardar o respeito a liberdade norte-americana (GUERRA..., 2012).

Tortura e violência indiscriminada são descritas pelos soldados como uma prática corriqueira durante o combate que vitimou inúmeros soldados norte-americanos e vietnamitas, além de mulheres e crianças. Aldeias incendiadas e crianças correndo nuas e queimadas com “napalm”² aparecem chorando no documentário que expõe as atrocidades cometidas durante a guerra.

Na imagem que segue vê-se a imagem de uma menina nua e queimada com Napalm correndo aterrorizada. A menina na foto chama-se Phan Thi Kim Phuc e teve 65% de seu corpo queimado. A foto tirada por Huynh Cong Ut lhe redeu o Prêmio Pulitzer naquele ano (PEREIRA, [2021?]).

² “O napalm é um tipo de gasolina gelatinosa com um aditivo a base de alumínio, desenvolvido no final da Segunda Guerra Mundial. Esse novo combustível deu ainda maior eficiência ao já terrível lança-chamas inventado pelos alemães porque, além de atingir maior distância que a gasolina e o óleo comuns, queima com calor mais intenso e adere como geléia a tudo que toca. Atirado por aviões, na forma de bombas incendiárias, o napalm entra em combustão espontaneamente, produzindo uma cortina de fogo intenso, capaz de destruir homens, aldeias, veículos, tudo que possa ser consumido pelo fogo. Ainda mais aperfeiçoado, o napalm foi novamente utilizado pelas tropas norte-americanas na Guerra do Vietnam. Seu poder destruidor é tão ativo que mesmo quando suas vítimas se atiram num rio, na esperança de apagar o fogo e livrar-se do calor infernal, o napalm continua queimando-as até os ossos.” (LANÇA-CHAMAS: Como funciona?..., 2020).

Figura 1 - Menina correndo nua e queimada durante a Guerra Fria



Fonte: PEREIRA, 2021.

Em um relato emocionado o ex-soldado norte-americano, Eddie Sawders, em audiência reproduzida no documentário Guerra do Vietnã (2012) aduz a sua insatisfação e sofrimento com a guerra, justificando os motivos que o levarão a desertar do exército:

Em vez de ajudar o povo vietnamita, vi que fazíamos parte dessa destruição deliberada e sistemática. Os vietnamitas eram considerados menos que humanos, inferiores. Nós os chamávamos de fedorentos, vagabundos. Suas vidas não valiam nada para nós porque fomos ensinados a acreditar que eram todos fanáticos e eram todos vietcongues ou simpatizantes dos vietcongues, mesmo as crianças. Muitos de nós, entretanto, passaram a começar a entender pela nossa própria experiência no Vietnã o tamanho das mentiras que nos contaram, e ao povo americano, pelos nossos líderes. Foram eles que nos treinaram para matar sem questionar e odiar nosso inimigos.. os vietnamitas. Eles manipulavam frases como "quociene de mortandade", "busca e destruição", "zonas livres de fogo, 'áreas de segurança" e assim por diante, para esconder a realidade de sua política de combate no Vietnã. Não tenho desculpas por este ato de resistência. Não podia fazer mais nada na época. Mas a vida na clandestinidade começou a ficar intolerável. Portanto estou agora chamando a atenção para os fatos verdadeiros do meu caso e os casos de dezenas de milhares como eu. Não somos criminosos para sermos perseguidos e encarcerados. Mais de meio milhão desertou as forças armadas desde 1965. Muitos de nós já voltaram aos quartéis para serem punidos com prisão e baixas humilhantes que ficaram em suas fichas pelo resto de suas vidas. É uma suprema ironia ser perseguido pelos mesmos homens que planejaram e executaram a guerra genocida na Indochina. (transcrição da autora)

Urge salientar que a Guerra do Vietnã foi amplamente divulgada pelos meios de comunicação, principalmente, pela televisão. Imagens de crianças e aldeias queimadas, aliados aos relatos de civis e soldados, denunciavam que os vietcongues não eram os “vilões”, o que acabou reforçando o descontentamento do povo com a guerra e fez com que milhares de jovens comesçassem a protestar nas ruas dos EUA na década de 1960 (GUERRA..., 2012).

Em 1965, o Presidente John F. Kennedy é assassinado com um tiro de fuzil durante um desfile nos Estados Unidos. Com a morte de Kennedy, sob o comando de Lyndon B. Johnson a participação do EUA no combate se intensificou com o envio de um contingente de Fuzileiros Navais para o Vietnã (COMO..., 2019).

Aos poucos as mentiras contadas pelos governantes norte-americanos começaram a ser desmascaradas, cresce o sentimento de insatisfação com o governo, as manifestações pedindo por paz e o fim da guerra se intensificam e os questionamentos acabam sendo levados para dentro das universidades. As Universidades tornam-se incubadoras de ideias e unem o debate em torno do fim da guerra com a busca pelos direitos civis (COMO..., 2019).

Os protestos antes divididos, se unificam. Assim, cartazes pedindo o fim da guerra do Vietnã unem-se a cartazes que pedem a conquista dos direitos civis. A questão de fundo passa a ser a dignidade, a busca pela liberdade, respeito e paz, objetivos perseguidos por uma geração cansada do modelo de burocracia, organização e conformidade imposto pelo governo e manipulação realizada por ele (“HIPPIE”..., 2018; COMO...,2019). O clamor pela paz foi o epicentro do movimento hippie e marcou a mentalidade coletiva no período em foco. Consideramos que o traje de cena de Jimi Hendrix estava invariavelmente conectado a esses aspectos para além de suas individualidades, expressando liberdade individual e rompimento de padrões.

Assim, em 1965, no dia 17 de abril, a organização estudantil conhecida como “Students for a Democratic Society” – SDS convocou um protesto em Washington nos Estados Unidos que atraiu mais de 15 mil manifestantes para frente da casa branca (COMO..., 2019).

4.2 Direitos Civis

A luta pelos direitos civis foi uma das grandes pautas da década de 1960. A população negra e afrodescendente cansada da discriminação, das leis de segregação racial também conhecidas como Leis de Jim Crow que se pautavam pela lógica de igualdade x separação, ou seja, reconhecia, por exemplo, o direito dos negros de andarem em trens, mas em vagões separados dos brancos, fez com que crescesse o descontentamento da população negra e, conseqüentemente, iniciassem uma série de passeatas e protestos na busca pela igualdade. Em síntese, os afrodescendentes cansados de serem tratados como cidadãos de segunda classe tomam as ruas dos EUA exigindo seus direitos, buscando dignidade (LEITE, 2020).

O caso *Brown X Board of Education*³, julgado perante a Suprema Corte dos Estados Unidos, é apontado como uma das primeiras vitórias sobre as políticas segregacionistas nas escolas dos Estados Unidos. Em 1951, na cidade de Topeka (Kansas, EUA), a infante Linda Brown estudava na escola Monroe School afastada de sua casa e com baixa qualidade de ensino, ao mesmo tempo em que residia a poucas quadras da escola Sumner School voltada ao público branco (FIGUEIRA, 2020).

O pai de Linda, Oliver Brown, após tentar sem sucesso matricular a filha na escola *Sumner School*, pois esta era voltada ao público branco, procurou a National Association for the Advancement of Colored People⁴ (NAACP) para resolver a situação. A associação, por sua vez, solicitou a um grupo de pais que tentassem matricular seus filhos em escolas voltadas ao público branco e com a negativa a associação moveu uma ação coletiva. Em primeira instância, o processo foi julgado improcedente com a aplicação da Teoria do *Equal but Separate*⁵ a qual havia sido utilizada em outro julgamento para justificar vagões separados em trens (FIGUEIRA, 2020).

A associação recorreu e, em segundo grau, a Suprema Corte Norte-Americana afastou a aplicação da Teoria do *Equal but Separate* e deu provimento ao recurso, concluindo que “que a segregação de alunos negros e brancos em

³ “Brow contra o Conselho de Educação” (tradução livre).

⁴ “Associação Nacional para das Pessoas de Cor” (tradução livre).

⁵ “Iguais mas separados” (tradução livre)

escolas distintas retirava das crianças afro-americanas a possibilidade de uma escolaridade enriquecedora e justa.” (ROMANELLI, 2017).

Para Sandro Luís Romanelli Ballane (2017) a decisão da Suprema Corte possuía um viés político e encontrava-se diretamente atrelada a Guerra Fria:

[...] *Brown v. Board of Education of Topeka*, de 1954, a Corte quebrou sua tradição de conservadorismo nas questões raciais. Neste caso, a política externa foi um argumento recorrente das manifestações políticas anteriores (o próprio mote da NAACP para arrecadar fundos) e posteriores (discursos políticos e jornais) à decisão. O contexto da Guerra Fria e a guerra ideológica contra a União Soviética não foram citados na decisão da Corte, mas pairam como matizes de uma policromia convergente, uma feliz contingência que auxilia a Corte a agregar apoio político em torno de sua decisão.

Não podemos afirmar que a mudança de entendimento da Corte – que resultou na declaração de inconstitucionalidade das leis de segregação racial nas escolas – teve como único fundamento a política externa de um governo interessado em fazer uma bela imagem de si no cenário internacional. Entretanto, pode-se especular com certo lastro que o contexto da Guerra Fria aumentou a margem de liberdade da Corte, ou ao menos, diminuiu a oposição política e social a uma decisão que não teria sido tão bem aceita, caso a concorrência soviética não existisse.

A decisão do caso *Brow v. Board of Education* portanto, foi motivada pela necessidade do governo norte-americano em reafirmar sua democracia, diante do discurso Soviético no qual se denunciava as incongruências do governo Norte-Americano. Afinal, os Estados Unidos se autodenominavam democráticos, mas ao mesmo tempo tratava as minorias de forma desigual, as segregava e discriminava (FIGUEIRA, 2020).

A luta pela igualdade racial, contudo, estava apenas começando e acabou unindo-se aos protestos contra a guerra do Vietnã na década de 1960, na busca do reconhecimento dos direitos civis. Há um fortalecimento do movimento negro em meio a essas discussões, que nos permitem compreender melhor a forte expressão de liberdade e performatividade de Jimi Hendrix, em um cenário fortemente pautado pela violência quanto as pautas de cunho racial (COMO..., 2019).

Em um discurso acalorado o pacifista, pastor e negro, Martin Luther King declarou:

O fato é que hoje há mais favelas com moradores negros hoje do que há 20 anos atrás. O fato é que o negro é mais segregado hoje do que há 20 anos atrás, O fato é que as escolas, especialmente no norte, são mais segregadas hoje do que em 1954, quando a Suprema Corte tornou ilegal a segregação. Esta é a dura realidade. Para tentar resolver devemos nos

levantar. temos que nos organizar. Temos que nos mobilizar. Temos que trabalhar para resolver estes problemas. (PANTERAS NEGRAS..., 2018)

Conquanto, foi no dia 28 agosto 1963, que o líder Martin Luther King realizou o discurso que ficou conhecido pela expressão “I have a dream”⁶, o discurso foi realizado em frente ao Memorial Lincoln para aproximadamente 300 mil pessoas que haviam marchado até Washington, lideradas pelos ativistas Asa Philip Randolph e Bayard Rustin, a fim de reivindicar direitos civis e econômicos aos negros e pressionar o presidente John F. Kennedy a elaborar novas leis de direitos civis (SCIULO, 2020).

Na imagem que segue é possível identificar-se a multidão que se deslocou até a praça do Memorial Lincoln e ouviu atentamente as palavras de Martin Luther King marcando para sempre o dia 28 de agosto de 1963, como uma das marchas mais importantes na busca dos direitos civis (SCIULO, 2020).

Figura 2 - Marthin Luther King discursando na Marcha para Washington



Fonte: PIMENTA, 2018.

⁶“Eu tenho um sonho que meus quatro pequenos filhos um dia viverão numa nação onde não serão julgados pela cor da pele, mas pelo conteúdo do seu caráter. Eu tenho um sonho hoje”. (tradução livre)

A marcha acabou influenciando a criação da Lei dos Direitos Civis em 1964 e a Lei dos Direitos de Voto em 1965, fortaleceu o papel de Martin Luther King Jr. E trouxe a ele a conquista do Prêmio Nobel da Paz em 1964 (SCIULO, 2020).

Martin, contudo, não era o único a denunciar o racismo e a movimentar a sociedade na busca da igualdade. Em paralelo, a liderança representada por Malcom X, negro e também ativista, denunciava de forma contundente o racismo nos Estados Unidos. Em trecho do Documentário Panteras Negras (2018), Malcom aparece em um programa de TV denunciando a falsa igualdade: “Essa estrutura está tão interessada em perpetuar a escravidão hoje como estava há cem anos atrás. Só que hoje usa métodos modernos para isso” (PANTERAS..., 2018).

Em outro momento da entrevista, o ativista afirmou:

A luta dos negros é por liberdade. Não por integração. E sim por liberdade. Respeito como ser humano. Respeito como homem. Agora estamos dispostos a morrer por isso. Só então a estrutura de poder branco se preocupa com os negros (PANTERAS NEGRAS..., 2018).

E, complementou: *Me disponho a me unir com qualquer um, não me importa a sua cor, desde que queira, a mudar a condição miserável que existe nesta Terra. Obrigado* (PANTERAS..., 2018).

Malcom X⁷, diferentemente de Martin Luther King, compreendia a necessidade de uma revolta não pacifista, do emprego da legítima defesa caso necessário, razão pela qual era visto pela comunidade negra como um verdadeiro porta voz. (PANTERAS..., 2018)

Conquanto, em 1964, Malcom X abandona a seita islâmica a que fazia parte, muda seu nome para “Al Haji Malik Al-Habazz”, funda uma nova seita e sai em peregrinação à Meca, na Arábia Saudita. Após sua peregrinação, o ativista retorna ao Estados Unidos com um discurso mais brando, funda a organização *Afro-*

⁷ “Foi um dos mais importantes militantes americanos na luta contra o racismo nas décadas de 50 e 60. Nascido na cidade de Omaha, em 1925, o pequeno Malcolm Little teve uma infância trágica: perdeu o pai assassinado e viu sua casa ser incendiada pelo grupo racista branco Ku Klux Klan. Na adolescência, passou por várias casas de custódia e foi parar na cadeia. Em 1946, enquanto cumpria pena por roubo, converteu-se ao islamismo e aderiu à Nação do Islã, uma seita defensora do conceito de superioridade negra. Seguindo um dos preceitos da entidade, que negava os sobrenomes adotados pela população negra americana e os denunciava como resquícios da escravidão, o militante assumiu o nome de Malcolm-X. Começava aí sua ação política: praticando rigorosos padrões religiosos, ele iniciou uma série de viagens pelos Estados Unidos fundando mesquitas e fazendo palestras. Sua estratégia radical se opunha ao movimento pelos direitos civis dos negros, liderado por militantes moderados, como o pastor batista Martin Luther King”. (QUEM...,2020)

American Unity, passa a sustentar a conciliação entre negros e brancos e, em 21 de fevereiro de 1965, durante um comício em Nova York, é assassinado (QUEM...,2020; FRAZÃO, 2019).

A trágica morte de Malcom X, assistida por milhares de pessoas, não passou despercebida e serviu de combustível para a criação do Partido dos Panteras Negras, *power to the people*⁸ (PANTERAS..., 2018).

Afinal, embora promulgada a Lei dos Direitos Civis em 1965 prevendo igualdade de direitos entre brancos e negros, os direitos estavam garantidos apenas formalmente, uma vez que a violência policial e a discriminação racial continuava (COMO..., 2019).

Em abril de 1968, o líder Martin Luther King Jr. é assassinado, alvejado na sacada de um hotel em Memphis. A morte do pacifista foi objeto de uma extensa investigação que acabou concluindo sobre a existência de esquema envolvendo membros da máfia e do governo norte-americano engajados no assassinato de Martin (GESSAT, [2021?]).

Para Pimenta (2018):

Ao ser morto aos 39 anos, Luther King havia se mudado para Chicago (para combater o racismo arraigado mas menos explícito no norte do país), preparava uma Marcha a Washington contra a pobreza, unindo negros, brancos e latinos, e dialogava com Malcom X, Bob Kennedy e Stokely Carmichael.

No entanto, desde que havia assumido abertamente a condenação da agressão ao Vietnã, Luther King passara a ser hostilizado abertamente por antigos aliados do movimento dos direitos civis – o que foi recentemente mostrado pelo documentário ‘King in the Wilderness’ (King no Deserto, em uma tradução livre). O FBI acelerou a implacável perseguição que movia a ele.

Quando Martin Luther King Jr. foi assassinado em Memphis, Jimi Hendrix estava em uma turnê nos Estados Unidos, tocando em Virginia e estava com dois shows marcados em New Jersey. A morte de Martin ensejou revolta da população e, conseqüentemente, questionamentos sobre a realização do show. O show acabou ocorrendo e ficou claro aos expectadores que a morte do ativista havia causado um grande impacto sobre o músico. Além do músico não realizar nenhuma de suas performances, Jimi encerrou o show tocando “I Don’t Live Today”⁹, demonstrando sofrimento pela morte do líder (GAAR, 2017).

⁸ “Poder para o povo” (tradução livre)

⁹ “Eu não vivo hoje” (tradução livre)

Contudo, protestos “silenciosos” como o de Jimi não eram uma regra. Diante do assassinato de Martin, milhares de jovens, convocados por Hoffman, Rubin, Hayden, Davies, assim como David Dellinger (editor da revista Liberation) e Vernon Grizzard (líder do movimento de resistência ao alistamento compulsório), marcharam até o Centro de Chicago, para a Convenção Democrata, para protestar. Entre os jovens, hippies, anarquistas, estudantes, ativistas negros entre outros, portando cartazes e banners em prol da paz, dos direitos políticos e civis, foram vítimas de uma verdadeira guerra travada com a polícia (PERICAS, [2021?]; COMO..., 2019).

O medo do prefeito de Chicago. Richard Daley, de que a manifestação incitasse ainda mais a tensão racial e fomentasse o caos urbano, fez com que ele proibisse o evento e deslocasse um número absurdo de policiais para conter o evento. Conquanto, a proibição não impediu a marcha e nem a manifestação dos jovens que passaram a acampar no Parque Lincoln, o que fez com que as autoridades mandassem um número exorbitante de policiais para conter as manifestações (PERICAS, [2021?]).

Os números mostram a disparidade de forças. Havia sido enviados para “proteger” a cidade 11.900 policiais, 7.500 soldados do exército, 7.500 membros da Guarda Nacional e 1.000 agentes do Serviço Secreto. Os manifestantes eram em torno de 10.000, aproximadamente. No dia mais violento dos protestos, quando ocorreu a “batalha da Avenida Michigan”, houve 589 prisões, 119 policiais e 100 manifestantes feridos. Mas o provável é que a quantidade de ativistas feridos tenha sido bem maior, e que possa ter chegado a 500 ou mais.

A tensão causada entre manifestantes e a polícia criou um verdadeiro cenário de guerra urbana. Os policiais agindo de forma desproporcional e desmedida passaram a agredir os manifestantes com golpes de cassetete e uso de gás de pimenta. O conflito se tornou historicamente conhecido pela violência policial empregada contra os manifestantes e, posteriormente, deu ensejo a um dos julgamentos mais emblemáticos da história americana retratado em detalhes no filme “Os 7 de Chicago” do diretor Aaron Sorkin (BOSCOV, 2020).

No filme “Os 7 de Chicago” a dinâmica dos acontecimentos é retratada de uma forma minuciosa. Nele é possível verificar que o protesto possuía um intuito pacífico e que o tom de agressividade e violência foi dado pelo estado opressor, através da força policial (BOSCOV, 2020).

Assim cenas como a que a retratada na imagem que segue eram comuns na década de 1960. Na imagem é possível visualizar um ativista negro sorrindo e batendo palmas em forma de protesto, ao mesmo tempo em que policiais fortemente armados e com suas armas em punho tentam coibir qualquer reação apontando suas armas aos participantes. Inclusive, em um olhar mais pormenorizado é possível perceber que um dos policiais está usando uma máscara de gás, o que ratifica a informação de que durante os protestos a polícia utilizou contra os manifestantes o spray de pimenta (ROTMAN; RONK, 2012).

Figura 3 - Convenção Democrata em Chicago, 1968



Fonte: ROTMAN; RONK, 2012.

O tumulto e a violência, fizeram com que houvesse um aumento da insatisfação da população na busca pelo respeito e a liberdade, esta que se tornou aspecto tão marcante na figura de Jimi. Fato curioso é que durante o julgamento dos sete indivíduos, teoricamente, incentivadores da manifestação, o juiz tentou incriminar Bobby Seale, um dos líderes dos Panteras Negras que sequer encontrava-se no local (BOSCOV, 2020)

Inclusive, as diversas tentativas de defesa por Bobby, que solicitou em mais de uma oportunidade a presença de seu advogado durante o julgamento, culminou no seu amordaçamento e imobilização durante a audiência com o intuito de contê-lo. Para o juiz o fato dos demais réus possuírem advogados nomeados, por si só, supriria a necessidade de advogado para o réu negro, entendimento racista que

demonstrou o quanto ainda se estava afastado da igualdade racial (BOSCOV, 2020).

4.3 Panteras Negras

Após a morte de Malcom X, no dia 15 de outubro de 1966 Bobby Seale e seus companheiros formaram o Partido dos Panteras Negras e escrevem o plano de 10 pontos do partido¹⁰, espécies de princípios formulados, a fim de que a comunidade negra compreendesse e buscasse o respeito por seus direitos fundamentais (PANTERAS NEGRAS..., 2018; FRAZÃO, 2019).

Conforme relatado por Bobby Seagle no Documentário Panteras Negras (2018), após definirem os princípios do partido passou-se a deliberar sobre o nome que este partido iria ter e Bobby teria sugerido a utilização da pantera negra como símbolo e, questionado sobre a escolha, afirmou: *Eu disse que a natureza da pantera é o seguinte: se ela ficar acuada, ela vai ter que sair do canto para derrubar o opressor. Eu disse que isso que o racista nos fazia. Ele acuava os negros.* (PANTERAS NEGRAS..., 2018)

O Partido dos Panteras Negras começou a realizar patrulhas para realizar a fiscalização das abordagens policiais, observando-as a distância, armados, como uma forma de garantir a dignidade dos negros, resguardando a comunidade negra da violência policial. Em uma acalorada entrevista, um dos líderes do Panteras Negras declarou:

¹⁰ “1. Queremos liberdade. Queremos o poder para determinar o destino de nossa Comunidade Negra.

2. Queremos emprego para nosso povo.

3. Precisamos acabar com a exploração do homem branco na Comunidade Negra.

4. Nós queremos moradia, queremos um teto que seja adequado para abrigar seres humanos.

5. Nós queremos uma educação para nosso povo que exponha a verdadeira natureza da decadente sociedade Americana. Queremos uma educação que nos mostre a verdadeira história e a nossa importância e papel na atual sociedade americana.

6. Nós queremos que todos os homens negros sejam isentos do serviço militar.

7. Nós queremos o fim imediato da brutalidade policial e assassinato do povo preto.

8. Nós queremos a liberdade para todos os homens pretos mantidos em prisões e cadeias federais, estaduais e municipais.

9. Nós queremos que todas as pessoas pretas quando trazidos a julgamento sejam julgadas na corte por um júri de pares do seu grupo ou por pessoas de suas comunidades pretas, como definido pela Constituição dos Estados Unidos.

10. Nós queremos terra, pão, moradia, educação, roupas, justiça e paz. E como nosso objetivo político principal, um plebiscito supervisionado pelas Nações-Unidas a ser realizado em toda a colônia preta no qual só serão permitidos aos pretos, vítimas do projeto colonial, participar, com a finalidade de determinar a vontade do povo preto a respeito de seu destino nacional.” (ATEMPORAL..., 2017).

A polícia deve ser controlada por qualquer meio necessário, inclusive pela força das armas. Dizemos agora e dizemos em alto e bom som, o que nunca tivemos medo de dizer: que esses porcos racistas parem de brutalizar a nossa comunidade ou vamos pegar armas e botá-los para fora. (PANTERAS...,2018)

Vestidos normalmente com boinas, jaquetas de couro e blusas de gola alta, a abordagem dos Panteras Negra era, inicialmente, agressiva, e o Partido chegou a ter 2 mil membros, com escritórios nas principais cidades dos EUA. Mulheres e homes negros armados faziam parte do partido e atuavam lado a lado na busca da igualdade racial (NAVARRO, 2019; PANTERAS..., 2017).

Figura 4 - Panteras Negras



Fonte: PANTERAS..., 2017.

Abaixo, por sua vez, é possível ver-se um membro dos Panteras Negras batendo palmas em frente a um policial durante uma manifestação e ao fundo as mulheres que faziam parte do partido.

Figura 5: Panteras Negras em protesto pacífico



Fonte: NAVARRO, 2019.

O posicionamento mais agressivo do Partido dos Panteras Negras fez com que aproximadamente 15 policiais e 34 membros dos Panteras Negras morressem em conflitos armados e, mais, levaram a uma intensa perseguição do grupo pelo FBI e a significativa diminuição de seus membros. (NAVARRO, 2019)

Em determinado momento de sua carreira, Jimi Hendrix foi abordado pelos Panteras Negras para que realizasse shows beneficentes. Todavia, muito embora o cantor fosse descendente de afro-americanos e índios, o músico não compactuava com a forma de agir do partido marcada pela agressividade, e possuía o entendimento de que o “caminho do meio” era a solução mais adequada para contornar os conflitos raciais (HENDRIX, 2014).

Em sua biografia Hendrix (2014, p.157/158) afirmou:

Pediram que fizéssemos shows beneficentes para os Panteras Negras, pedido que me deixou muito feliz. Eu me senti honrado e tudo o mais, mas ainda não atendemos ao pedido. Mike Jeffery é que está cuidando dessas coisas, então não sei se os shows vão sair. Eu só quero continuar fazendo o que estou fazendo sem me envolver em questões raciais ou políticas. Sei que é um privilégio poder fazer isso, muita gente não pode. Nos Estados Unidos, você tem que assumir uma posição. Ou você é um rebelde ou é um cara tipo Frank Sinatra.

Quando eu era mais novo, fiz músicas de protesto bem duras. [...] Eu teria que me envolver para valer antes de falar alguma coisa.

Não me sinto envolvido. Eu me sinto quase completamente perdido hoje. Às vezes não me encontro em quase nada. Lamento a situação das minorias,

mas não me sinto parte de nenhuma. Estou do lado das massas e dos oprimidos, mas não estou aqui para dizer a eles o que fazer, porque já tentei isso antes e me ferrei um milhão de vezes. Então, hoje estou do lado de quem puder cumprir essas tarefas.

NO MEU MUNDO, raça não é um problema. Não vejo as coisas em ternos de raça, vejo gente. Não estou preocupado com negros nem brancos. Estou pensando no obsoleto e no novo. Não tem essa de cor agora, nem preto e nem branco.

E, complemento dizendo:

Não é que eu não queria saber dos Panteras Negras. É claro que, em certos aspectos, me sinto parte do que eles estão fazendo.[...] Mas eu não prego a guerra de guerrilhas, violência ou seja lá como você queira chamar isso. Não prego a guerra das guerrilhas. Sou contra atos de violência que não levam a nada, como jogar coquetéis-molotovs por aí ou quebrar vitrines de lojas. Principalmente no nosso próprio bairro.

Não sinto ódio de ninguém, porque isso só nos faz andar para trás. É preciso se acalmar e deixar esse sentimento passar. (HENDRIX, 2014, p. 158).

Jimi, portanto, reconhecia o problema dos conflitos raciais, mas buscava não se posicionar sobre eles, mantendo um posicionamento neutro. Além disso, ele não compactuava com as depredações como forma de protesto pregadas pelo Partido dos Panteras Negras. Ainda assim, conforme o próprio músico apontou em sua fala, ele se sentia parte do movimento de alguma maneira, por aspectos relativos a representatividade e construção de identidade, elementos que, mais adiante neste estudo, veremos constituírem parte do visual do músico.

Posteriormente, contudo, os Panteras Negras abandonaram a abordagem mais agressiva e passaram a se preocupar com questões assistenciais, extinguindo-se em meados de 1980 (PANTERAS..., 2017).

Paralelamente ao partido o movimento Hippie desabrochava. Os hippies de uma forma livre e amorosa, buscavam paz e dignidade para todos. Assim, embora os discursos fossem diversos se assemelhavam e, em 1969, hippies, ao lado de ativistas pelos direitos civis, incluindo Panteras Negras, participaram do evento Woodstock celebrando o amor e buscando a paz (EVANS; KINGSBURY, 2009).

4.4 Woodstock

Woodstock é apontado como um dos grandes eventos que marcou uma geração e deu origem a expressão “Verão do Amor”. O evento que durou três dias e iniciou no dia 15 de agosto de 1969, estava inicialmente programado para ocorrer

em Nova York, no *Howard Mills Industrial Park* em Wallkill¹¹. Contudo, a comunidade de Wallkill assustada com o movimento hippie e as possíveis complicações editou leis que proibiram a realização do evento na cidade¹² (BOCK; LIMA, 2019)

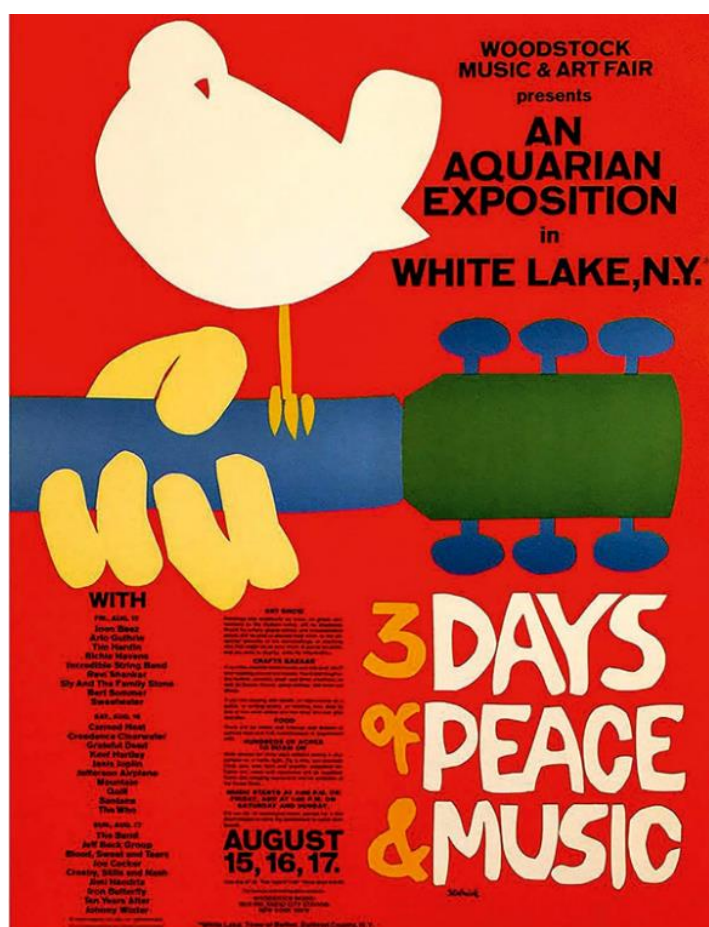
Diante da negativa, comunicada poucos dias antes do evento, os idealizadores do festival John Roberts, Joel Rosenman, Artie Kornfeld e Michael Lang, os quais haviam organizado no ano anterior um evento em Miami, começaram a buscar possíveis locações, até que o fazendeiro Max Yasgur, ofereceu locar parte de sua fazenda na cidade Bethel, também no Condado de New York, para sediar o festival (EVANS; KINGSBURY, 2009).

Na imagem a seguir pode-se ver o *card* do evento o qual trazia o lema do evento Woodstock, três dias de música e paz. O pássaro branco sobre o braço de uma guitarra traduzia o intuito de unir pessoas em paz, em paz e em torno da música.

¹¹ “Wallkill é uma cidade no Condado de Orange, estado de Nova York, Estados Unidos. Localizada no centro do condado, foi fundada em 1772, mas perdeu parte dela após a formação do vizinho Condado de Ulster, que encampou a parte recebida da cidade sob o mesmo nome. Wallkill”. (WALKILL..., [2021?])

¹² Conforme exposto no vídeo “As dez coisas + loucas de Woodstock” a lei utilizada para obstar a realização do evento proibia o uso de banheiros públicos portáteis (BOCK; LIMA, 2019).

Figura 6 - Card de Woodstock



Fonte: ALTMAN, 2020.

Com a previsão de shows variados, no qual artistas brancos e negros eram colocados a lado a lado, Woodstock traduziu os ideais da contracultura hippie, a constatação de que os jovens não iriam mais perpetuar e nem se submeter a discriminação e segregação outrora semeada. Artistas como Janis Joplin, Jimi Hendrix, The Grateful Dead, Creedence Clearwater Revival e The Who participaram do festival que ficou gravado na memória como um dos maiores eventos de contracultura (EVANS; KINGSBURY, 2009)

Inicialmente, os organizadores do evento estimavam receber 50 mil pessoas. Poucos dias antes da realização do festival já haviam vendido 100 mil ingressos. Sendo que, em virtude das dificuldades na organização do evento, somada ao alto número de interessados que se deslocaram até a cidade de Bethel, e com medo da potencial reação das pessoas, aliada a destruição de cercas colocadas no intuito de limitar a área do show, os organizadores “decidiram” tornar o festival livre e

estimasse que aproximadamente 450 mil pessoas acabaram participando do evento que durou três dias e marcou a década de 1960 (BOCK; LIMA, 2019):

According to Lang, in an interview with The Telegraph, ‘You do everything you can to get the gates and the fences finished—but you have your priorities. People are coming, and you need to be able to feed them, and take care of them, and give them a show. So you have to prioritize.’ With no efficient way to charge concert-goers, Lang and his partners decided to make Woodstock a free event.¹³

O primeiro dia de evento foi aberto por um discurso amoroso de Satchidananda (SRI...,2021) declarando:

My Beloved Brothers and Sisters:
I am overwhelmed with joy to see the entire youth of America gathered here in the name of the fine art of music. In fact, through the music, we can work wonders. Music is a celestial sound and it is the sound that controls the whole universe, not atomic vibrations. Sound energy, sound power, is much, much greater than any other power in this world. And, one thing I would very much wish you all to remember is that with sound, we can make—and at the same time, break. Even in the war-field, to make the tender heart an animal, sound is used. Without that war band, that terrific sound, man will not become animal to kill his own brethren. So, that proves that you can break with sound, and if we care, we can make also.¹⁴

O sucesso do evento fez com que se formasse um engarrafamento de aproximadamente 8 horas no caminho que levava da Nova York a Bethel, trajeto que normalmente era realizado em 2 horas. Além disso, o alto número de pessoas não previstas, fez com que houvesse falta de comida e, as cidades vizinhas se compadeceram das pessoas passando fome e acabaram doando comida que acabou sendo transportada pelo governo ao local através de helicópteros. (BOCK, LIMA, 2019).

¹³ “De acordo com Lang, em entrevista ao The Telegraph, ‘Você faz tudo o que pode para terminar os portões e as cercas — mas você tem suas prioridades. As pessoas estão vindo, e você precisa ser capaz de alimentá-las, e cuidar delas, e dar-lhes um show. Então você tem que priorizar.’ Sem uma maneira eficiente de cobrar os frequentadores de concertos, Lang e seus parceiros decidiram fazer de Woodstock um evento gratuito.” (tradução livre)

¹⁴ “Meus amados irmãos e irmãs: Estou cheio de alegria de ver toda a juventude da América reunida aqui em nome da bela arte da música. Na verdade, através da música, podemos fazer maravilhas. A música é um som celestial e é o som que controla todo o universo, não vibrações atômicas. Energia sonora, poder sonoro, é muito, muito maior do que qualquer outra potência neste mundo. E, uma coisa que eu gostaria muito que todos vocês se lembrem é que, com o som, podemos fazer — e, ao mesmo tempo, quebrar. Mesmo no campo de guerra, para tornar o coração terno um animal, o som é usado. Sem aquela banda de guerra, aquele som fantástico, o homem não se tornará animal para matar seus próprios irmãos. Então, isso prova que você pode quebrar com o som, e se nos importamos, nós podemos fazer também.” (tradução livre)

A cena apresentada na imagem a seguir demonstra o exato momento em que os helicópteros chegavam trazendo comida para os participantes do evento.

Figura 7 - Helicópteros levando comida no evento.



Fonte: BOCK; LIMA, 2019.

Para complementar o caos, no segundo dia de evento começou uma chuva torrencial que acabou tornando o local uma verdadeira piscina de lama. Alguns artistas sofreram choques durante suas apresentações, em virtude da falta de aterramento adequado de seus equipamentos e a chuva, mas isso não fez com que o festival acabasse (BOCK; LIMA, 2019).

Abaixo, a imagem de uma jovem rindo e correndo de top, completamente embarrada, ao lado de diversos jovens batendo palmas, transmite a ideologia de paz e amor que transbordava no ar. A falta de estrutura não era um problema, mas apenas uma situação que acabou sendo contornada em prol da paz e liberdade.

Figura 8 - Jovens cobertos de lama durante o festival de Woodstock.



Fonte: ALTMAN, 2020.

O espírito do público focado nas performances e no exercício da liberdade tornaram Woodstock um evento inesquecível, nas palavras de Evans e Kingsbury (2009):

The music - a mix of rock'n roll, folk, and even classical Indian - freedom of personal expression, a relaxed attitude regarding sex and drugs, and anger at the Vietnam conflict united the gathered tribe. Eyewitness accounts, from fans and musicians, local residents, and law officers, all speak of the fellowship between total strangers, the atmosphere of sharing, the lack of violence or aggravation, the sheer communality of the occasion - enacted against a backdrop of live music from some of the greatest performers of the era. In most cases the singers and musicians rose to the challenge, despite the far-from-perfect conditions. There were some landmark moments, including Richie Haven's rousing 'Freedom' in the festival opener, a then-unknown Melanie alone on the nighttime stage as thousands of lighters glowed in the darkness, Contry Joe's antiwar 'Fixin' - to Die Rag' the eleven-minute epic 'I'm Going Home' from Ten Years After, and Jimin Hendrix's show-stopping version of 'The Star-Spangled Banner'.¹⁵

¹⁵ A música - uma mistura de rock'n roll, folk e até mesmo indiano clássico - liberdade de expressão pessoal, uma atitude relaxada em relação ao sexo e drogas, e raiva pelo conflito do Vietnã uniram toda a tribo. Relatos de testemunhas oculares, de fãs e músicos, residentes locais e oficiais da lei, todos falam da comunhão entre estranhos totais, da atmosfera de compartilhamento, da falta de violência ou agravamento, da comunicalidade da ocasião - decretada em um cenário de música ao vivo de alguns dos maiores artistas da época. Na maioria dos casos, os cantores e músicos se passaram para o desafio, apesar das condições longe de perfeitas. Houve alguns momentos marcantes, incluindo a emocionante 'Freedom' de Richie Haven na abertura do festival, uma Melanie sozinha no palco noturno enquanto milhares de isqueiros brilhavam na escuridão, a antiguerra de Contry Joe

Pensamento compartilhado por Hendrix (2014, p. 169) que em sua biografia escreveu:

Eu curti o festival de Woodstock [...] A não violência, a música mais genuína, aquele público acolhedor, disposto a dormir na lama, na chuva, suportar todos os incômodos. É tanta coisa que somando tudo isso a gente se sente como um rei.
Queria que todo mundo visse um festival como esse, vissem a mistura, a comunicação e a harmonia.

Contrariando as expectativas, o festival previsto inicialmente para 50 mil pessoas acabou acolhendo aproximadamente 450 mil participantes, apesar de todas as dificuldades enfrentadas, não foi palco de tragédias, ao contrário foi uma verdadeira celebração do amor e liberdade, ideais defendidos principalmente pela contracultura hippie (BOCK; LIMA, 2019).

A liberdade do movimento hippie é facilmente constatada por cenas como a que segue, casais nus eram frequentemente vistos passeando e curtindo o evento. A liberdade sexual era uma das bandeiras levantadas pelos hippies que, em virtude do advento da pílula anticoncepcional, praticavam livremente o sexo sem proteção. Logo, a nudez era comum no evento e praticada sem que causasse alvoroço ou estranheza pelos outros. A cena que segue é representativa de aspectos da mentalidade coletiva: clamor por liberdade do ponto de vista político, mas inclusive corporal, como fruto inclusive da revolução sexual vivenciada na década de 1960. Sendo que, este espírito de liberdade também é representado na figura de Hendrix, uma das principais figuras associadas ao festival (ALTMAN, 2020):

'Fixin' - para Die Rag' o épico de onze minutos 'I'm Going Home' de Dez Anos Depois, e a versão de Jimi Hendrix de 'The Star-Spangled Banner'". (tradução livre)

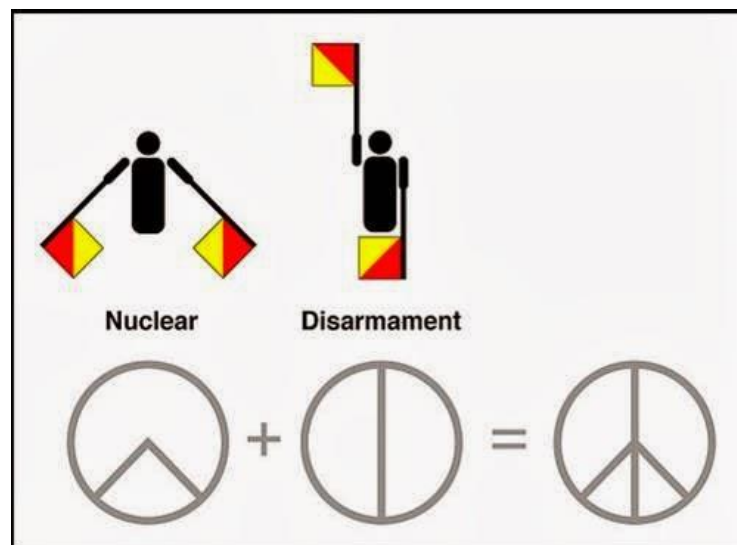
Figura 9 - Casal nu caminhando pelo festival de Woodstock.



Fonte: ALTMAN, 2020.

Além da liberdade, sexual, corporal, e de pensamentos, o movimento hippie era a favor da paz e contra a guerra, inclusive, o símbolo adotado pelo movimento significava uma verdadeira manifestação antiguerra. Para, Evans e Kingsbury (2009): “The symbol was based on the semaphore flag signals for the letters “N” (holding two flags down in an inverted V-shape) and “D”(one flag pointing straight up, one pointing straight down), initials for “Nuclear Disarmament”. Conforme se verifica na imagem a seguir:

Figura 10 - Símbolo do movimento hippie.



Fonte: SIMBOLOGIA..., 2013.

Assim, um dos grandes momentos do festival foi o seu encerramento com a performance de Jimi Hendrix pela manhã. O show que estava previsto para ocorrer à noite, foi adiado em razão dos problemas causados pela chuva, e, estimasse que aproximadamente 15 mil pessoas continuavam no festival quando Jimi subiu ao palco e realizou uma de suas maiores performances com a guitarra elétrica. (HENDRIX, 2014)

Jimi, de forma peculiar e inusitada, interpretou o Hino dos Estados Unidos colocando entre as notas sons semelhantes a barulhos de tiros e bombas, o que pode ser compreendido como manifestação de revolta a Guerra do Vietnã. Conquanto, o músico em sua biografia afirma que apenas tocou o hino, pois é americano, mostrando-se surpreso com a repercussão de sua interpretação. A imagem abaixo capta o músico encerrando o festival do amor, com a sua jaqueta com franjas em uma nítida homenagem a sua herança *cherokee*.

Figura 11 - Jimi Hendrix em Woodstock



Fonte: HADUSEK, 2020.

Assim, muito embora o músico não tenha reconhecido e sua biografia (HENDRIX, 2014) os motivos que o ensejaram a tocar o hino nacional, é possível estabelecer conexões entre a performance e um descontentamento com a guerra do Vietnã, pensamento compartilhado pelos hippies e pelo próprio significado do festival.

Cumprе salientar que o movimento hippie foi visto como um movimento de contracultura e possuía como principal fundamento a liberdade. Jimi Hendrix ao se vestir era livre e deixava clara a sua singularidade e o rompimento com valores tradicionais, inclusive quanto a padrões de masculinidade vigentes, conforme veremos mais adiante. Assim, ainda que o músico não se reconhecesse como membro do movimento hippie, reconhecemos possíveis impactos do mesmo como traço fundamental do *Zeitgeist*.

Ademais, a forma espalhafatosa do guitarrista traduzia um novo masculino, um homem de destaque, confortável com sua sexualidade e exuberância, um verdadeiro adepto daquilo que se denominou Peacock Revolution (revolução do pavão - tradução livre), o que será abordado de forma mais detalhada no próximo capítulo.

5 O TRAJE MASCULINO NA DÉCADA DE 1960

Com o fim da segunda guerra mundial, gradativamente, houve uma mudança no padrão estético da vestimenta utilizada por homens e mulheres. A moda que até então era utilizada para acentuar as diferenças de sexo, status político e social passar a ser compreendida como estilo. Conforme citado por Cidreira (2008, p.39) Rubert de Ventos afirmou que “a moda converte-se em estilo, à medida que responde à necessidade de exprimir uma nova perspectiva ou conteúdo da realidade cultural e social”.

Dessa forma, o terno em tons variados de cinza, preto e branco, o qual indicava uma condição de masculinidade urbana, perde seu status e cede para adoção de um estilo informal de se vestir. Para Braga (2004 *apud* CIDREIRA, 2008, p.40):

O homem deixou de usar o costume e gravata para aderir às modernidades vigentes em jaquetas com zíper, golas altas, tecidos também sintéticos, botas, caças mais estreitas, além das camisas coloridas ou estampadas. O homem estava voltando a se enfeitar e a difusão da moda unissex [...] só contribuiu positivamente para isso

Grande parte desta mudança ocorre em virtude dos movimentos feministas da época, os quais pregavam a igualdade entre os sexos e, conseqüentemente, rompiam os paradigmas do que deveria ser uma roupa masculina e uma roupa feminina, bem como em decorrência do advento de uma geração de empresários em Londres que acabam clamando por roupas diversas daquelas outrora utilizadas por seus pais e, inclusive, em razão do movimento de contracultura Hippie o qual traz consigo mudanças significativas de comportamento (CEDREIRA, 2008; BLACKMAN, 2014).

É neste cenário que surge Jimi Hendrix com seu guarda-roupa exuberante, para o músico o palco era um local para extravasar, livrar-se de todas as suas inibições. Diz-se que, em grande parte, a sua forma de se vestir estava ligada à sua avó paterna, a qual havia sido atriz, queria viver da arte, e era espalhafatosa ao se vestir, mas fato é que, independentemente dela, o cenário era de revolução, marcado pela busca da liberdade em suas diversas acepções, inclusive no vestir-se (JIMI...,2020).

Desta forma, com o intuito de compreender o real significado das vestimentas utilizadas pelo ícone do rock, Jimi, faz-se necessário uma análise dos principais movimentos que auxiliaram na construção de sua singularidade ao se vestir:

5.1 Peacock Revolution

A expressão de origem inglesa Peacock Revolution cujo significado literal é Revolução do Pavão, surgiu logo após a 2ª Guerra Mundial, em meados dos anos 1950, em Londres, na Inglaterra (BLACKMAN, 2014).

Com o término da segunda guerra mundial o sentimento de esperança renasce e com ele o desejo, principalmente das novas gerações, de se afastarem do padrão de comportamento austero que imperou durante a guerra, é necessário sonhar e reconquistar a essência abalada pelos anos de guerra (FASHION, 2012).

Afinal, diante da necessidade de contornar as inúmeras privações causadas pela guerra, quais sejam: recrutamento de civis em idade ativa para participarem dos combates, dificuldades no trânsito de bens e serviços (incluindo matérias primas), racionamento de produtos de diversos setores e diminuição da capacidade econômica das famílias; a moda, como elemento da sociedade, precisou se afastar das frivolidades e tornar-se funcional (VEILLON, 2004).

Esta compreensão de funcionalidade da roupa durante a guerra é explicada por Veillon (2004, p. 28/29):

Para as mães de família, 'a guerra se tornou uma espécie de guerra de movimento', pois a vida nova que levam, dividida entre os filhos no campo, os pais fora de Paris e o marido na frente de batalhas, as obriga a incessantes viagens, impondo-lhes uma roupa prática e confortável. É para elas são concebidas esses *tailleur* cortados em tecidos grossos, como tweed, jérsei ou lã, esses sobretudos suficientemente amplos para serem usados por cima do *tailleur*, guarnecidos de grandes bolsos e frequentemente com capuzes para que possam deixar bolsa e chapéu em casa. O tempo das frivolidades passou. Calçados sólidos gênero richelieu, meias grossas, de que mulheres não queriam nem ouvir falar até uma semana atrás, tornaram-se o quinhão comum.

Em síntese, a roupa durante os anos de conflito desatrelou-se da vaidade e da fugacidade, e deu voz ao utilitarismo. No livro *Moda e Guerra* a autora Dominique Velon reproduz a fotografia de um *look* da coleção de Robert Piguet (VEILLON, 2004, p. 29/30) no qual se vê uma proposta de roupa para as mulheres durante a guerra. Uma capa longa para proteger da chuva e do frio, aliada a uma camisa e

calças soltas, traduzem o utilitarismo na vestimenta. Digno de nota é que a mulher da imagem possui uma máscara de gás pendurada em seu pescoço, acessório facilmente encontrado pelas ruas durante a guerra em razão da psicose gerada pela ameaça do uso de armas biológicas e nucleares durante a guerra.

Figura 12 - Mulher com máscara de gás em mãos.



Fonte: VEILLON, 2004.

Conquanto, com o fim da segunda-guerra, os uniformes militares abrem espaço para o traje de três peças no vestuário masculino. Desta forma, ternos normalmente confeccionados em materiais pesados e com cores sólidas como marrom, cinza e azul escuro, tornam-se a peça-chave do armário masculino (FASHION, 2012).

Todavia, conforme se depreende no livro Fashion (2012, p. 359): “The sixties were optimistic, upbeat, and occasionally turbulent. The mood of freedom and rampant individualismo was reflected in fashion”¹. Ou seja, com o fim da guerra, o comportamento sóbrio, austero, até então predominante, abre espaço para o renascimento da esperança, da busca pela liberdade e singularidade.

A mudança de comportamento e perspectiva traz com ela alterações na padronagem, cores e silhuetas utilizadas nas roupas, as pessoas passam a querer

¹ “Os anos 60 eram otimistas, otimistas e ocasionalmente turbulentos. O humor da liberdade e do individualismo desenfreado se refletiu na moda.” (tradução livre).

demonstrar alegria e esperança ao se vestir, abandonando os sentimentos de sobriedade e medo que os orientava (FASHION, 2012).

Os anos 1960 são também marcados pela corrida espacial, pelo advento da minissaia, pelo uso de calças pelas mulheres. Os jovens querem existir e passam a se utilizar da roupa como forma de manifestação, a fotografia abaixo traduz um pouco da mudança de comportamento trazida no pós-guerra (FASHION, 2012). Na imagem, roupas coloridas, chapéus e, até mesmo um japamala, espécie de terço utilizada por budistas e indianos para auxiliar na meditação, é utilizada pelo homem que está sentado em cima do carro, demonstrando o espírito de mudança trazido pela época.

Figura 13 - Julian, Victoria Ormsby-Gore e David Milaric, lançadores de tendência em um dia chuvoso em Londres, 1968.



Fonte: BLACKMAN, 2014, p. 204.

A moda para encantar passa a ser reconstruída e alfaiates italianos, antenados com o desejo dos jovens, reescrevem o terno, ícone do mundo masculino, modificando sua silhueta, tornando-o mais ajustado e esguio, valorizando as curvas masculinas, através do abotoamento simples e calças estreitas. Na lição de Blackman (2014, p. 180) foi Hardy Amies, estilista famoso de moda feminina, quem propôs esta mudança de silhueta como tendência:

Em 1959, ele criou uma linha de ternos prêt-a-porter para a rede de alfaiataria Hepworth's. Reconhecendo a influência do estilo italiano la bella figura. Amies fez ternos com aberturas atrás e paletós mais ajustados, com dois botões e silhueta mais definida, visual que exportou com sucesso para os Estados Unidos.

A imagem que segue reproduz este novo modelo de terno, alinhado com o pensamento e anseio da época (BLACKMAN, 2014, p. 182):

Figura 14 - Homens vestindo o traje conhecido como La bella figura.



Fonte: BLACKMAN, 2014, p. 182.

Essa mudança drástica no vestuário masculino tornou a Carnaby Street em Londres o local de compras preferido pelos jovens ingleses empresários, os quais queriam estar por dentro das tendências de moda e afastados do estilo formal de seus pais (BLACKMAN, 2014). Tais elementos também constituem a essência da vestimenta de Jimi Hendrix em muitos momentos

Inclusive, Blackman (2014, p. 180) aduz:

Em 1966, o artigo *Swinging London*, publicado na revista *Time*, divulgou o mapa das botiques mais procuradas na Carnaby Street e das mais exclusivas da King's road. Lojas caríssimas, como a Mr.Fish, em Picaddilly, e as alfaiatarias de elite como a Blades, na Dover Street, passaram a vestir a nova aristocracia pop, que usava os sapatos dândi da Regency com ternos de abotoamento duplo, golas altas e camisas com babados – caracterizando o que Andy Warhol apelidou de '*look hippie indiano paquistanês internacional do jet set*'. Savile Row também se beneficiou quando Tommy Nooter abriu o próprio negócio, em 1969. Seu paletó justo de lapelas largas contrastava com a calça boca larga, com padronagens que agradaram a homens e mulheres.

Além disso, estar dentro da moda na época, significava estar alinhado com o pensamento revolucionário dos jovens e, por isso, muitos designers se utilizaram da representatividade de rostos conhecidos para inspirar suas coleções (FASHION, 2012). Pierre Cardin, por exemplo, conectado com a corrida espacial e o sentimento do que a futuro poderia vir a ser, desenvolveu uma coleção que ficou conhecida como "Space Age" com tecidos metalizados, PVC, acrílico, vinil, com silhuetas geométricas e cores contrastantes e valeu-se da figura dos Beatles para popularizar o seu paletó sem lapela (FASHION, 2012, p. 360).

Figura 15 - Início da carreira dos Beatles, John Lenon com paletó sem lapela, 1963.



Fonte: BLACKMAN, 2014, p. 186.

Os vestuários dos músicos, portanto, eram utilizados como formadores de tendências. Afinal, em sua maioria a música era utilizada como forma de protesto pela geração Baby Boom a qual desejava romper com os antigos padrões sociais. Assim, através do uso de calças boca de sino, paletós ajustados de veludo, babados e cores vibrantes, que culminavam na criação de *looks* inusitados, o Peacock Revolution deixava sua marca (BLACKMAN, 2012).

Alguns autores entendem que a liberdade trazida ao vestuário masculino pelo Peacock Revolution foi uma espécie de releitura do Dandi, mas com um viés político, pois os jovens buscavam também, através da exuberância ao se vestir, se expressar individualmente e romper com os antigos padrões (FASHION, 2012; BLACKMAN, 2014).

Sobre tal liberdade ao se vestir Komar (2016) tece alguns importantes comentários:

Lots of men wanted to eschew the idea of the 'Madison Man' or the 'Suburban Family Man,' and instead be allowed to explore other personas that might set them apart from their gender. Their clothes allowed them to do just that.²

Assim, cores, silhuetas, misturas, excentricidade, são alguns dos elementos comuns do vestuário do homem influenciado pelo movimento do pavão. A liberdade trazida pelo movimento derrubou as margens que definiam os gêneros e deu aos homens a possibilidade de se expressarem de forma única e singular, sem estar atrelados aos pré-conceitos de como um homem deveria ser e se vestir (BLACKMAN, 2014).

Esta singularidade, faz com que durante o movimento Peacock Revolution elementos inusitados como trajes utilizados durante o período barroco surjam como uma forma de representar a própria identidade. Nesta linha de pensamento, a imagem que segue traduz um pouco desta individualidade trazida pelo movimento.

² Muitos homens queriam evitar a ideia do "Madison Man" ou do "Suburban Family Man", e, em vez disso, ser autorizados a explorar outras personas que poderiam diferenciá-los de seu gênero. Suas roupas permitiram-lhes fazer exatamente isso

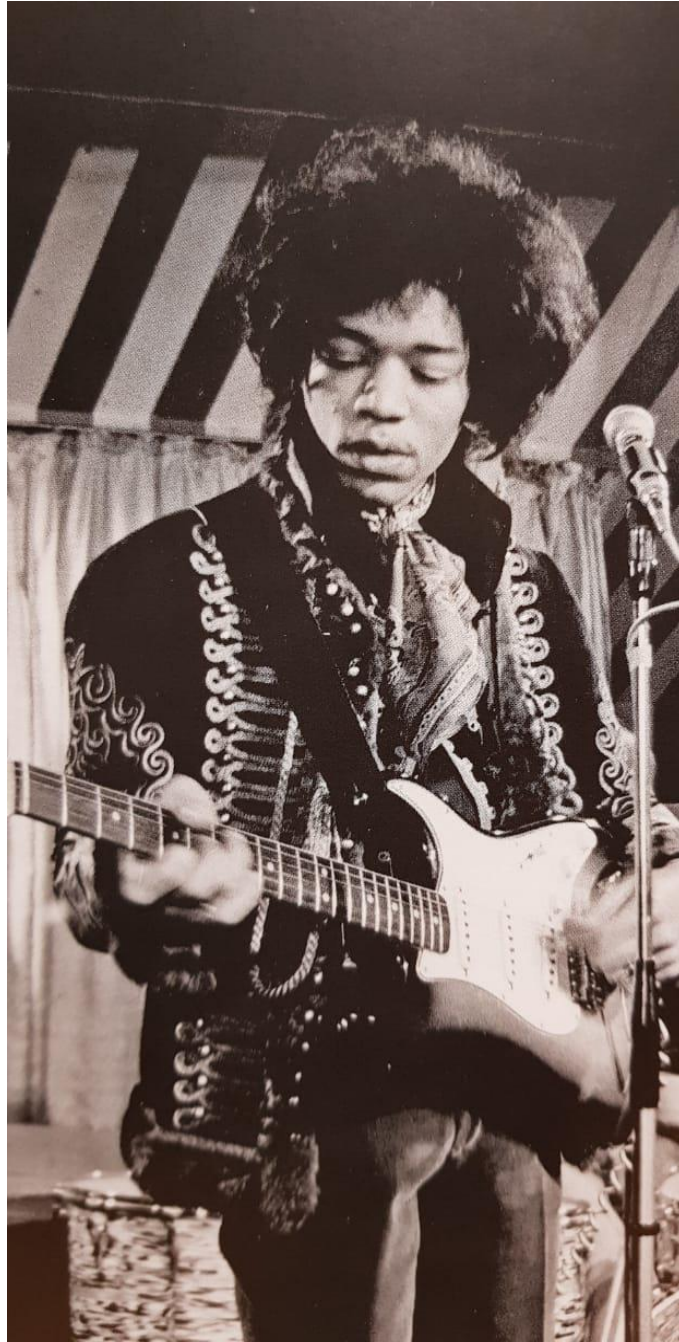
Figura 16 - Patrick Litchfield com paletó de smoking bordado, 1968.



Fonte: BLACKMAN, 2014, p. 205.

Jimi Hendrix para Blackman (2014) é compreendido como um dos representantes do movimento Peacock Revolution. Mesmo que naturalmente impactado pelos movimentos culturais e políticos da época como qualquer indivíduo da sua época, o músico se vestia para si próprio, conforme se depreende de sua bibliografia: ousava em seu vestuário, sem estar atrelado a padrões estéticos, sendo que a jaqueta militar que adquiriu em Londres tornou-se sua marca registrada, alvo inclusive de críticas que serão tratadas no capítulo Jimi Hendrix.

Figura 17 - Jimi Hendrix Experienced em canal de TV Alemão, 1967.



Fonte: GAAR, 2017, p. 60.

Ademais, o movimento trouxe uma fluidez ao masculino aliada aos clamores por liberdade que caracterizavam a época. Assim o conceito de gênero é borrado, torna-se mais permissivo. Para Komar (2016):

The Peacock Revolution of the '60s and '70s pushed against gender roles and gender presentation much in the same way that fashion houses like Gucci and Prada are doing now. By arming men with chiffon and silk, effeminate silhouettes and flamboyant prints, facets of the sartorial world

have long been helping broaden the definitions of "masculinity" and "femininity."³

E, mais:

The Guardian pointed out, 'Ever since Elvis wore eyeliner, men in rock have enjoyed a bit of dressing up and challenging the cultural idea of masculinity. Some of the most iconic men in pop — David Bowie, Marc Bolan, Jimi Hendrix — ruled rock's airwaves done up to the nines in frilled blouses, glitter makeup, brocade, high heels, and feather boas.'⁴ (KOMAR, 2016)

Esse rompimento com estereótipos de masculinidade é, também, facilmente percebido na forma de se vestir do cantor David Bowie. Ícone da década de 1970, o traje de palco de Bowie demonstra o rompimento do paradigma de masculinidade, através do uso de modelagens justas, cores vibrantes e maquiagem, o cantor introduzia o conceito de androgenia ao se vestir, bem como a sua singularidade. Bowie era Bowie (BLACKMAN, 2014).

³ "A Revolução pavão dos anos 60 e 70 pressionou contra papéis de gênero e apresentação de gênero da mesma forma que casas de moda como Gucci e Prada estão fazendo agora. Ao armar homens com chiffon e seda, silhuetas afeminadas e estampas extravagantes, as facetas do mundo setorial têm ajudado a ampliar as definições de 'masculinidade' e 'feminilidade'." (tradução livre)

⁴ "O The Guardian apontou: 'Desde que Elvis usava delineador, os homens no rock têm gostado um pouco de vestir-se e desafiar a ideia cultural da masculinidade. Alguns dos homens mais icônicos do pop - David Bowie, Marc Bolan, Jimi Hendrix - dominavam as ondas de rock feitas até os nove em blusas frisadas, maquiagem de glitter, brocado, salto alto e penas boas.'" (tradução livre)

Figura 18 - Capa da Revista “Them Music” com David Bowie



Fonte: KOMAR, 2016.

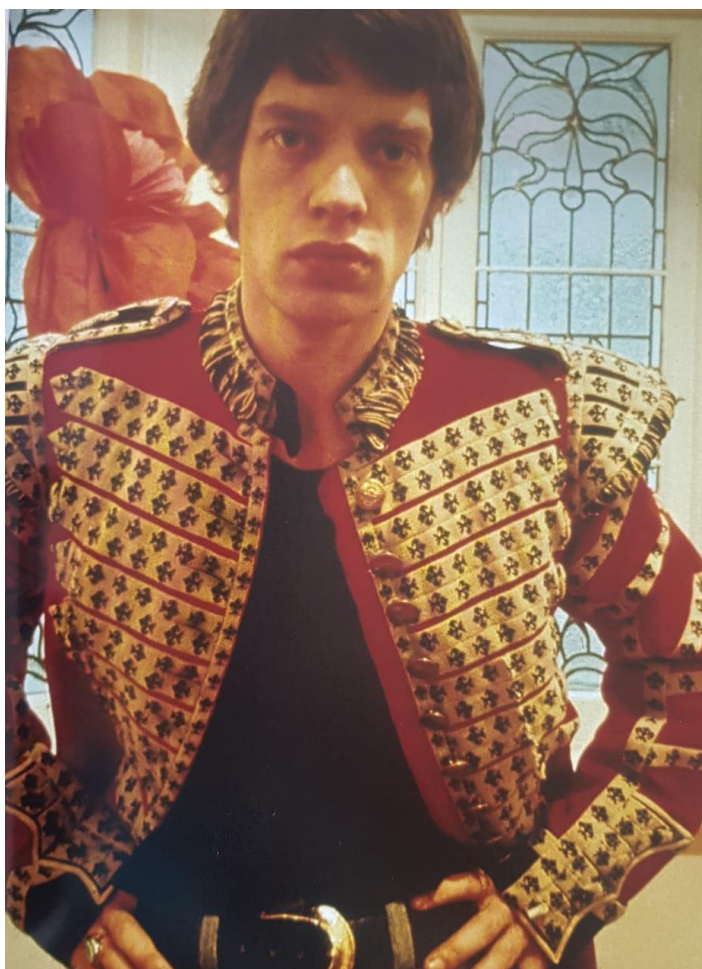
Esse movimento é identificado por Lipovsky ([2020?]) como uma tentativa promovida pela moda de ruptura dos padrões pré-estabelecidos de feminino x masculino:

Depois da rigidez austera, das cores escuras ou neutras, o vestuário masculino deu um passo em direção à moda feminina ao integrar a fantasia como um de seus parâmetros de base. As cores vivas e alegres já não são inconvenientes: roupas de baixo, camisas, blusões, trajes de tênis deixam agora as cores brincarem livremente em suas combinações múltiplas. T-shirts e moletoms exibem inscrições e grafismos engraçados; o que é divertido, infantil, pouco sério já não é proibido aos homens. “A vida é muito curta para se vestir tristemente”: enquanto os signos da morte desaparecem do espaço público, o vestuário dos dois sexos se põe em dia com a felicidade de massa própria à sociedade de consumo. O processo de disjunção, constitutivo da moda de cem anos, foi substituído por um processo de redução da diferença dos sexos no vestir que se lê, por um lado, na inclusão, ainda que parcial, do vestuário masculino na lógica eufórica da moda, e, por outro, na adoção cada vez mais ampla, pelas mulheres, desde os anos 1960, de trajes de tipo masculino (calça, jeans, blusão, smoking, gravata, botas). A divisão enfática e imperativa no parecer dos sexos se esfuma; a igualdade das condições prossegue sua obra, pondo fim ao monopólio feminino da moda e “masculinizando” parcialmente o guarda-roupa feminino.

Neste sentido, os músicos Jimi Hendrix e Mick Jagger ao abusarem do uso de babados, cores, estampas e modelagens ousadas, expressavam sua individualidade, rompiam com o padrão pré-estabelecido de masculinidade e demonstravam através de suas roupas sua contestação e rebeldia, auxiliando as pessoas a expressarem a sua individualidade e verdade (BLACKMAN, 2014).

Mick Jagger, por exemplo, diferentemente de Bowie, rompia com os padrões ao utilizar em seu vestuário cores vivas e modelagens justas que exaltavam a sua sexualidade, o seu poder, traduzindo a ideia de um masculino forte, mas livre e desatrelado das imposições sociais. Conforme Blackman (2014, p. 198): “Assim como Elvis, a imagem de Jagger tinha forte apelo sexual, e, combinando agressividade com agilidade feminina, ele desafiou estereótipo de gênero.” A fotografia que segue demonstra o cantor utilizando uma jaqueta de cor vermelha, ajustada, a qual faz referência ao uniforme até hoje utilizado pela guarda da rainha.

Figura 19 - Mick Jagger, 1967.



Fonte: BLACKMAN, 2014, p. 199.

Jimi Hendrix, por sua vez, também trazia a sua masculinidade para o palco de uma forma livre, mas embora o cantor não admitisse sua roupa servia como instrumento político, a qual reafirmava valores e conceitos do cantor (HENDRIX, 2014). Utilizando babados, franjas, calças boca de sino, Jimi buscava através da roupa se expressar. Inclusive, em sua biografia, Hendrix (2014, p.36) desabafa sobre os problemas enfrentados como Little Richard, por causa de suas roupas nos tempos em que se apresentavam em conjunto, afirmando que “Ele não me deixava usar camisas com babados no palco”. Sendo que ao se expressar desta forma o músico deixou claro que para ele vestir-se era compreendido como um ato de liberdade de expressão, valor do qual não pretendia se desapegar.

Figura 20 - Jimi Hendrix como típico membro do Peacock Revolution.



Fonte: GAAR, 2019, p. 101.

Por fim, entre as principais contribuições do movimento Peacock Revolution pode se trazer a aceitação da moda *queer* (forma de se vestir dos gays), tradução do conceito de liberdade sexual conforme Komar (2016):

While donning feather boas and beaded velvet jackets might have felt progressive for the newly-labeled London Dandies, many gay men have been wearing them for years. But with the decriminalization of homosexuality in Britain circa 1967, several stereotypically "queer" looks caught the attention of the general public and went slightly more mainstream.⁵

Ademais, a estética do Peacock Revolution transforma-se com a influência do movimento hippie, movimento de contracultura que pregava a liberdade, o amor e a paz e que, influenciada pelo uso de drogas psicodélicas e psicoativas, se expressava através de um mix de informações. Desapegados, os hippies ao se vestirem comumente misturavam peças de brecho, com *handmade*⁶ e étnicas como forma de contestar o modo capitalista vigente, o consumo. Ao produzir as próprias roupas, personalizá-las, os adeptos do movimento hippie declaravam sua individualidade e liberdade, deixavam claro que não compactuavam com o sistema social vigente e afirmavam seus valores, e, muitas vezes ensejavam representatividade as minorias, tais como, afro-descendentes e indígenas. Neste sentido, o vestuário de Jimi Hendrix também pode ser compreendido como representativo do movimento.

O músico, enquanto membro do Peacock Revolution, usava o seu traje de cena como forma de obter o destaque desejado no palco. A sua forma espalhafatosa de se vestir não passava despercebida e, frequentemente, era alvo de questionamentos, conforme Norman (2020):

'Or he'd come on stage wearing a blouse. People used to ask me: "'Where does Jimi get his clothes from?' and I'd say, 'His girlfriends.' That was out with the other guys in the banda, who were only about conformity. He was a hippy before anyone knew what a hippy was.'⁷

⁵ “Enquanto vestir penas e jaquetas de veludo podem ter se sentido progressivas para os recém-rotulados Dandies de Londres, muitos homens gays as usam há anos. Mas com a descriminalização da homossexualidade na Grã-Bretanha por volta de 1967, vários olhares estereotipados ‘gays’ chamaram a atenção do público em geral e foram um pouco mais populares. “(tradução livre)

⁶ “Feito à mão” (tradução livre).

⁷ “Ou ele subiria ao palco usando uma blusa. As pessoas costumavam me perguntar: ‘De onde Jimi consegue suas roupas?’ e eu dizia: ‘Suas amigas de cintura.’ Isso foi com os outros caras da banda, que eram apenas sobre conformidade. Ele era um hippie antes que alguém soubesse o que era um hippie.” (tradução livre)

Logo, ainda que Jimi não se declarasse publicamente membro do Peacock Revolution, a influência deste movimento na forma como se vestia é claramente identificada. Além disso, as roupas trajadas por Jimi encontravam-se, inclusive, conectadas com o movimento Hippie que se encontrava vigente, conforme abordado no próximo subcapítulo.

5.2 Hippies

O movimento Hippie surgiu nos Estados Unidos, após os Beatnicks, movimento de contracultura que buscava romper com “status quo” predominante na época, causando uma espécie de ruptura com o sistema vigente (MORETTA, 2017).

Segundo Moretta (2017):

The Beats were apolitical and fatalistic as a result of living with the prospect of nuclear holocaust; They believed the American political system had become so corrupt and controlled by corporations that it was beyond any sort of redemption, and thus participation in campaigns or crusades to try to return "power to the people" was delusional and thus futile. The Beats instead focused their energies on promoting and living a creative and aesthetic life. Instead of security, respectability, and emotional honesty.⁸

Este espírito de rebeldia foi o pontapé inicial para o surgimento do movimento hippie, movimento de contracultura que, posteriormente, subdividiu-se em hippies com viés político e hippies com viés místico. Conquanto, a filosofia Hippie buscava o pacifismo, a criatividade, a comunidade, a gratidão, para tanto, pregavam a paz, o amor, e uma vida menos material (MORETTA, 2017).

Em 1967, floresce o movimento hippie dando ensejo ao período que ficou conhecido como o “Verão do Amor”. Em síntese, os *hippies* surgem em San Francisco, nos Estados Unidos, fazendo uso recreativo da substância LSD, dietilamida do ácido lisérgico, descoberta 15 anos antes por Halbert Hofman. A substância que havia sido utilizada por psicoterapeutas para acessar o subconsciente de seus pacientes, em razão de suas propriedades curativas, foi

⁸ “Os Beats foram apolíticos e fatalistas como resultado de viver com a perspectiva do holocausto nuclear; Eles acreditavam que o sistema político americano tinha se tornado tão corrupto e controlado por corporações que estava além de qualquer tipo de redenção, e, portanto, a participação em campanhas ou cruzadas para tentar devolver o ‘poder ao povo’ era delirante e, portanto, fútil. Os Beats, em vez disso, concentraram suas energias em promover e viver uma vida criativa e estética. Em vez de segurança, respeitabilidade e honestidade emocional.” (tradução livre)

adotada pelos hippies como expansora de consciência, uma forma química de se chegar até o seu “eu superior” (“HIPPIES”...,2018).

A expansão causada pelo LSD aliada ao desejo dos jovens de se afastar das velhas formas de ver o mundo trazidas pelos seus pais, fez com que brotasse nos jovens da geração Baby Boom o sentimento de liberdade. Neste sentido, o advento da pílula anticoncepcional aliada ao ideal hippie, potencializou o sexo recreativo e, conseqüentemente, a liberdade sexual. Sexo, drogas, liberdade e *rock and roll* caminhavam lado a lado. Conforme relato no documentário “Hippies” (2018), comprimidos de LSD eram jogados do palco para a plateia, durante alguns shows da cantora Janis Joplin, por exemplo. A ideia era de que todos curtissem o som e a “loucura” juntos, conectados e sincronizados (“HIPPIES”...,2018).

Para o escritor Rocha (2019):

A **efervescência** era enorme. Tudo era feito para deixar claro que aquela geração repudiava os valores da sociedade convencional com seu racismo, guerra e repressão. Era melhor construir realidades alternativas e isso significava fazer o avesso do que as classes médias faziam – em todos os campos. Na moda, volumes diferentes, cores fortes, estampas berrantes, influência oriental, cabelos e barbas longas, repúdio à depilação. Na alimentação, comida não industrializada, natural, macrobiótica, vegetariana. Foi a época do surgimento do nudismo, da vida em comunidades, do amor livre. A luta era por igualdade, preservação da natureza e contra a guerra e o militarismo.

Como movimento de contracultura o intuito dos hippies era romper com os padrões pré-estabelecidos, mas de uma forma diferente de seus antecessores. Os hippies buscavam revolucionar de uma forma amorosa, pacífica, havia um interesse em se conectar com a terra e com a espiritualidade, questões que antes sequer eram abordadas (MORETTA, 2017).

Um dos grandes elementos de propagação do movimento hippie foi a música. Neste cenário, músicos como Beatles, Janis Joplin e Jimi Hendrix foram os grandes responsáveis por disseminar a contracultura baseada na paz e no amor, como vimos ser sinalizado quando da discussão do cenário da Guerra Fria neste estudo. Exemplo disso é o álbum Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band, 8º álbum dos Beatles produzido durante o período, para Motoswong (2011):

Gravado em uma época de psicodelismo e experimentação, o álbum, produzido por George Martin, é um precursor de técnicas de gravação e composição. Foi o primeiro disco gravado em oito canais, com dois

consoles de quatro canais. Foi, além disto, um êxito de vendas e popularidade. Incorporou técnicas muito inovadoras no mundo da música. A ideia central do álbum consistiu na que os Beatles tomaram o papel da *Banda do Clube de Corações Solitários do Sargento Pimenta*, deixando para trás limitações e transformando o rock em objeto de culto. Em treze canções levam ao limite o conceito do rock, agregando orquestrações, instrumentos hindus, gravações tocadas ao revés e sons de animais. Rock, music hall, baladas, jazz e até música oriental se mesclam em *Sgt. Pepper*.

Sendo que, os Beatles, incentivados pelo movimento hippie e pelo uso de drogas psicodélicas, assim como outros músicos no período, modificaram gradativamente a sua forma de se vestir e passaram a usar roupas que traduziam o movimento de contracultura da época, fortalecendo o movimento hippie e fazendo com que seus fãs também aderissem ao movimento (GARCIA, 2017;“HIPPIES”..., 2018).

Em 1965, George Harisson, membro dos hippies, após realizar um passeio a comunidade hippie Haight-Ashbury, em San Francisco, decepcionado com os efeitos nefastos das drogas utilizadas, buscou na espiritualidade a expansão de sua consciência e encontrou em Maharishi Mahesh Yogi, através da meditação transcendental a resposta para muitos de seus questionamentos. (“HIPPIES”... 2018; ALMEIDA, 2016)

De forma diversa, Hendrix (2014, p. 107) acreditava que as respostas estavam dentro de si e questionado sobre os ensinamentos de Maharishi Maheshi Yogi respondeu: “Na verdade, eu não acho que a meditação transcendental seja muito mais do que uma forma de sonhar acordado. Quem acredita em si mesmo consegue isso sozinho. Não precisa de ninguém para isso.”

Conquanto, a devoção dos Beatles aos ensinamentos de Maharishi era notoriamente conhecida e, na imagem que segue, é possível se conferir uma imagem deles ao lado do guru espiritual que os auxiliou na busca pela verdade:

Figura 21 - Maharishi e Beatles juntos.



Fonte: ALMEIDA, 2016.

Maharishi, com o apoio dos Beatles, acabou difundindo mundialmente a meditação e, conseqüente, a filosofia e cultura indiana, o que acabou se traduzindo nas vestimentas utilizadas pelos hippies e explica o motivo pelo qual um Guru indiano abriu o primeiro dia do Festival conhecido como Woodstock.

O vestuário dos hippies traduzia este mix de informações que representava o movimento de contracultura que pregava, em meio ao caos causado pela Guerra Fria e a busca pelos direitos civis, paz e amor.

Hippies dress conveyed new beliefs: peace, interest in other cultures, and experimentation – especially with psychedelic drugs; bright clothing patterns attempted to reflect the LSD experience. The trend was anti-fashion and individuality was the key. Clothing, often second-hand, was customized with patchwork, embroidery, and appliqued designs. Rustic imagery and celestial symbols reflected the strong pacifist and back-to-nature sentiments. The ethnic look dominated: shaggy Afghan coats, fringed suede jackets, kaftan, headscarves, and lots of beads. Patterns were psychedelic, and where possible fabrics were natural. Skirt lengths dropped to the floor in swaying maxis, though the mini was still work, and flares, loon pants, and bell bottoms were in style for trousers, American blue jeans were no longer the preserve of the working class, and denim was worn by nearly everyone. The clothes and hairstyles of Indian and Afro-Caribbean communities were also incorporated. The fashion for unisex blossomed, and clothes were gender

neutral with couples often wearing the same outfits. (FASHION, 2012, p.374)⁹

A moda hippie era fluída, colorida, despreendida, rompia com o velho padrão de vestuário e, assim, demonstrava o desapego e a revolta de uma geração com os valores impostos. Identificamos, aqui, aproximações com o vestuário de Jimi Hendrix e com o que proporemos em nosso projeto de marca e de coleção de moda.

Muito embora Jimi Hendrix não tenha se reconhecido como um hippie e tenha afirmado que: “Os hippies eram uma experiência. Agora são só um clichê da moda. Quando acaba a gasolina, não dá para encher o tanque com paz e amor” (HENDRIX, 2014, p. 170), podemos considerar como sendo consistente a influência que o movimento teve sobre ele. A liberdade de Jimi ao se vestir, utilizando batas, camisas com babados, calças justas e boca de sino, estampas psicodélicas e florais provoca identificações com a liberdade almejada e pregada pelo movimento hippie.

Na imagem que segue é possível ver a influência que o movimento hippie possuía sobre a vestimenta de Jimi, nela vê-se o músico usando uma bata de cor azul, com mangas boca de sino estampada¹⁰ A padronagem da estampa nos remete diretamente a Índia e assemelha-se a utilizada pelas mulheres que estão ao lado dos Beatles na imagem com o Maharagi, figura 21, demonstrada anteriormente.

⁹ “Hippies vestem novas crenças: paz, interesse em outras culturas e experimentação – especialmente com drogas psicodélicas e experimentação; trazendo padrões de roupas brilhantes, a fim de refletir a experiência de LSD. A tendência era a anti-moda e a individualidade era a chave. As roupas, muitas vezes em segunda mão, eram customizadas com patchwork, bordados e desenhos apliques. Imagens rústicas e símbolos celestes refletem os fortes sentimentos pacifistas e de volta à natureza. O visual étnico dominava: casacos afegãos desganhados, jaquetas de camurça com franjas, kaftan, lenços de cabeça e muitas contas. Os padrões eram psicodélicos, e quando possível os tecidos eram naturais. O comprimento das saias caíram no chão em maxis balançando, embora a mini ainda estivesse funcionando, e calças soltas, pantalonas e boca de sino eram o estilo para calças. O jeans azul americano não era mais para preservar a classe trabalhadora, e o jeans foi usado por praticamente todos. As roupas e penteados das comunidades indianas no Afro-Caribe também foram incorporados. A moda unissex floresceu, e as roupas em regra eram de gênero neutras com casais muitas vezes usando as mesmas roupas.” (tradução livre)

¹⁰ A bata é uma espécie de variação da Kurta, trágico típico usado por indianos que consiste numa camisa longa que chega à altura dos joelhos (FASHION, 2012, p. 462).

Figura 22 - Performance de Jimi Hendrix no Show de The Dick Cavett Show, 1969



Fonte: GAAR, 2017, p. 144.

Questionado sobre a necessidade de se vestir de forma peculiar, Hendrix (2014, p. 55) respondeu:

Bem, na verdade não acho que isso seja mesmo necessário. É assim que eu gosto de me vestir, é a aparência que eu quero ter no palco e fora do dele. Gosto de tons de cor conflitantes. Sempre quis ser um caubói, ou Hadji Baba, ou o Prisioneiro de Zenda. Antes de eu entrar no palco, meu produtor me diz: 'Jimi, seu desleixado, você vai entrar no palco desse jeito hoje, vai?' E eu digo: 'Assim que eu terminar meu cigarro... estarei vestido e pronto.' Eu me sinto confortável assim. (HENDRIX, 2014, p. 55)

O estilo de Jimi, portanto, chocava as pessoas, mas ao mesmo tempo se tornava representativa do espírito da época. Calças boca de sino, camisas com

babados, jaquetas militares, faziam parte do vestuário de Jimi, o músico da guitarra elétrica que embalou uma geração. No próximo capítulo, nos debruçaremos mais especificamente sobre a curta e meteórica trajetória do músico, bem como o traje de cena que contribuiu para a construção de sua imagem.

6 JIMI HENDRIX: TRAJETÓRIA E TRAJE DE CENA

Ícone do rock, mestre da guitarra elétrica, a lenda Jimi Hendrix morreu no auge de sua carreira, aos 27 anos de idade, vítima de uma overdose. O traje de palco de Jimi, assim como a sua performance dele no palco, deixavam clara a sua liberdade, que estava conectado aos princípios traduzidos pelo movimento hippie, movimento de contracultura da época e que era membro do Peacock Revolution. Com combinações inusitadas, calças boca de sino, coletes de franjas, camisas de babados, bandanas e cabelo *black power*, o ídolo demonstrava sua liberdade e autenticidade.

Desta forma, a fim de compreender quem foi Jimi Hendrix, faz-se necessário analisar os principais acontecimentos de sua vida e, por fim, o seu vestuário, forma de expressão do músico.

6.1 História

Jonny Allen Hendrix nasceu em 27 de Novembro de 1942, na cidade de Seattle, nos Estados Unidos. Sua mãe Lucille Jeter deu à luz quando possuía apenas 16 anos, após um breve e intenso romance com seu pai, James Allen Ross Hendrix. Na mesma semana em que Lucille descobriu sua gravidez, James foi chamado para servir na 2ª Guerra Mundial. A solução encontrada para contornar a gravidez e a convocação inesperada foi o casamento arranjado do casal alguns dias antes dele ir para a guerra (GAAR, 2017).

Jimi nasceu enquanto seu pai estava servindo na guerra e, ao retornar. James, diante da inabilidade de Lucille em cuidar de forma adequada do filho, decidiu criar a criança sozinho, levando-o de volta para Seattle e mudando legalmente o nome de Jimi de Jonny Allen Hendrix para Jimi Hendrix (GAAR, 2017).

Durante o período em que esteve servindo, James começou o processo de divórcio de Lucille. Contudo, ao retornar, tentou reatar a relação. O relacionamento conturbado dos dois gerou diversas separações e reconciliações que culminarão no divórcio do casal em 1951. James ficou com a guarda de Jimi. (GARR, 2017)

Em sua biografia, Jimi relata de forma breve a relação e as características de seus pais:

Papai era muito rígido e centrado, já mamãe gostava de se vestir bem e de se divertir. Ela bebia muito e não se cuidava, mas era uma mãe fantástica. O casamento deles era problemático. Estavam sempre se separando, e, quando isso acontecia, meu irmão e eu íamos para casas diferentes. Na maioria das vezes eu ficava na casa da minha tia e da minha avó. Era preciso estar sempre preparado para me mudar para o Canadá. (HENDRIX, 2014, p. 15).

O interesse musical de Jimi era notório e começou em tenra idade. Aproximadamente aos 4 anos ele ganhou uma harmônica de seu pai, depois ganhou um violino. No documentário relata-se que Jimi ganhou aos 12 anos uma guitarra para destros de seu pai. Sendo que, em sua biografia o músico aduz:

Uma noite, um amigo do meu pai ficou chapado e me vendeu o violão dele por cinco dólares. Eu não sabia que, por ser canhoto, precisava inverter as cordas, mas sentia que alguma coisa não estava certa. Lembro de pensar: 'Tem alguma coisa errada aqui'. (HENDRIX, 2014, p. 20)

Influenciado pela avó, Zenora Moore, descendentes de afro-americanos e *cherokee*, ex-atriz e dançarina cujo sonho era se tornar conhecida e pelos músicos Albert King, Elmore James, BB King, Howling Wolf e Albert Collins a paixão pela música de Jimi aumentava a cada dia o que fez com que ele fugisse do ensino médio para se dedicar a música e se sustentasse fazendo "bicos" (JIMI..., 2020).

Aos 17 anos, Jimi, após ter aprendido sozinho diversos riffs, com ajuda do rádio e discos, funda uma banda com outros dois amigos. Na sequência, perde sua mãe de forma trágica. Lucille, em razão de seu estilo de vida desenfreado, falece aos 33 anos de idade com cirrose e Jimi, sequer consegue comparecer ao funeral ganhando do pai um whisky como consolação. Os motivos que levaram ao não comparecimento do músico são controvertidos, no documentário Jimi Hendrix casa caso um caos (2020) é dito que o pai de Jimi (Al) proibiu o filho de comparecer ao funeral, e conforme Norman (2020) Al tentou levar os filhos (Jimi e o irmão) ao funeral de Lucille, mas por estar muito embriagado se perdeu e chegou ao local depois que havia terminado a cerimônia.

Abalado com a morte da mãe, pouco tempo depois, Jimi é preso dentro de um carro roubado e faz um acordo com a promotoria. O acordo era que, para não ser preso, Jimi iria se alistar no exército. Assim, em 1961 Jimi torna-se parte do grupo de paraquedistas do exército americano e quando chega em Kentucky ele pede ao pai para lhe devolver sua guitarra e passa a praticar dentro da base. Um belo dia, Billy Cox, um baixista, ouve o som de Jimi, decide se apresentar a ele e a dupla funda a

banda Kasuals, posteriormente chamada de King Kasuals que passa a promover pequenos shows na base e nos arredores (GAAR, 2017, p. 25).

Abaixo é possível ver-se uma fotografia tirada de Jimi durante uma de suas apresentações do Kasuals na base do exército:

Figura 23 - Jimi Hendrix tocando no exército na década de 1960.



Fonte: GAAR, 2017, p. 24.

A experiência do músico no exército dura pouco:

But by June 1962, James Marshall Hendrix was out of the army. He always claimed that he'd broken his ankle on his twenty-sixth jump from a plane, also injuring his back in the process. But Charles Cross's Hendrix biography, *Room Full of Mirrors*, claimed that Jimi planned a more strategic escape. Beginning in April, Jimi began making repeated his fellow soldiers. Around the same time, he was also caught – certainly deliberately – masturbating. Jimi maintained that he suffered from physical ailments as well, wrapping gauze around the “injured” ankle as evidence¹. (GAAR, 2017, p. 26)

Após ser dispensado das forças armadas, o músico estava sem dinheiro e sem sua guitarra, mas ele deu um jeito de entrar na base e pegou “emprestada” a

¹ “Mas em junho de 1962, James Marshall Hendrix estava fora do exército. Ele sempre alegou que tinha quebrado o tornozelo em seu vigésimo sexto salto de um avião, também ferindo suas costas no processo. Mas a biografia Hendrix de Charles Cross, *Room Full of Mirrors*, alegou que Jimi planejou uma fuga mais estratégica. A partir de abril, Jimi começou a fazer repetidos seus companheiros soldados. Na mesma época, ele também foi pego – certamente deliberadamente – se masturbando. Jimi sustentou que ele sofria de doenças físicas também, envolvendo gaze em torno do tornozelo ‘lesionado’ como evidência.” (tradução livre)

guitarra do soldado para a qual a havia vendido. Assim, inicia-se a jornada do músico que se tornaria a lenda da guitarra elétrica e ícone do mundo da moda. (GAAR, 2017, p. 26).

Após diversos shows e algumas parcerias firmadas, a fim de sobreviver, Jimi conhece Little Richard na Geórgia e começa a tocar com ele. A parceria dura aproximadamente 6 meses e acaba em virtude de desentendimentos por dinheiro, além do ciúme e insegurança de Little Richard que após um show disse a Jimi e Glen Willings que ele era “o único que podia ficar bonito no palco” e mandou os músicos se trocarem (GAAR, 2017, p. 36).

Figura 24 - Jimi com Little Richard



Fonte: GAAL, 2017, p. 33.

Após separar-se de Little Richard, Jimi volta para Nova York e passa a tocar com um grupo de Blues chamado Curtis Knight and the Squires, mas Jimi acaba se envolvendo com a namorada de Knights, Carol Shiroky, o que torna a relação entre os membros da banda complicada (GAAL, 2017, p.40).

Em maio de 1966, Jimi e a banda Curtis Knight and the Squires toca no Cheetah Club. Na ocasião, Linda Keith estava na boate com dois amigos e ao ouvir Jimi ficou atônita com o seu som e decidiu ajudá-lo a decolar. Assim, Linda e Jimi se tornam amigos, ele passa a frequentar o apartamento de Linda e andar com ela e seus amigos, os quais acabam lhe apresentando LSD (GAAL, 2017). E, mais, uma bela noite, após um show no Cafe Wha? a guitarra de Jimi é roubada e Linda acaba emprestando a ele a guitarra Keith Richards que estava em turnê pela Europa.

As frequentes visitas de Jimi para Linda começaram a levantar suspeitas que nunca foram confirmadas. Conforme relato de Linda para John McDermott's Hendrix transcrito no livro de Gillian:

'He needed motivation and Direction because, emotionally, he was almost completely lacking in confidence and terribly indecisive. He would muster this sort of false bravado to protect himself, but beneath that hard, external shell lay the real Jimi. He was confused about this ethnic identity and there was a great conflict between his musical roots and desire to play the blues wanting to be this sort of Middle-class pop star.' (GAAR, 2017, p. 42).²

O interesse de Linda em Jimi, portanto, era ajudá-lo a se tornar uma estrela e, por isso, durante um dos shows de Jimi no "Cafe Wha?", após diversas formações de banda, Linda o apresentou para o agente dos Stones, Andrew Loog Oldham, e, um tempo depois para Chas, baixista da banda "Animals" que estava planejando sair da formação (GAAL, 2017).

Chas e Jimi são apresentados em agosto, o baixista impressionado com o som de Jimi começa a fazer planos com o músico, e, em Setembro, ao retornar de uma turnê, contata novamente Jimi e a dupla pega um voo para Londres. Ao chegar em Londres, Chas leva Jimi para o "Scotch of St. James" um bar de rock, a fim de apresentá-lo ao público e arranja uma forma dele tocar um pouco no palco.

Nesta noite o músico conhece Kathy Etchingham, com quem acaba namorando, mas o início do namoro é marcado por uma cena de ciúmes de Linda, a qual nota Jimi flertando com Kathy e depois acaba entrando sorrateiramente no quarto de hotel do músico e os vê dormindo juntos. Conforme Kathy's no livro

2 "Ele precisava de motivação e direção porque, emocionalmente, ele estava quase completamente sem confiança e terrivelmente indeciso. Ele iria usar esse tipo de bravura para se proteger, mas sob aquela concha externa e dura estava o verdadeiro Jimi. Ele estava confuso sobre essa identidade étnica e havia um grande conflito entre suas raízes musicais e o desejo de tocar blues querendo ser esse tipo de estrela pop de classe média." (tradução livre)

Thought Gypsy Eyes: My life, the 60s, and Jimi Hendrix citada em Gaal (2017, p.48/49):

Linda stormed into Jimi's hotel room the next morning and found the two in bed together. She grabbed his guitar (actually the guitar she'd 'borrowed' from her former boyfriend Keith Richards) and threatened to hit them with it. 'Oh, man – not the guitar' Jimi cried. Linda paused, she left with the instrument. When she later called and insisted on speaking to Jimi in private, Jimi asked Kathy to leave, assuring her he'd call her later that day. After somehow placating Linda, who agreed to return the guitar, he picked up where he'd left off with Kathy, who would be his primary girlfriend for the next few years.³

No tocante a música, Jimi, com a ajuda de Chas, une-se a Mitch Mitchell e Noel Redding e funda a banda Jimi Hendrix Experience a qual passa a fazer uma turnê pela Europa (GAAR, 2017).

Na imagem abaixo é possível se conferir um show do Jimi Hendrix Experience na Alemanha.

Figura 25 - Jimi Hendrix Experience no Clube Big Apple em Munich, Germany, 1966.



Fonte: GAAR, 2017, p. 51.

A banda foi se tornando conhecida, o dinheiro começou a entrar na conta do músico, e um belo dia, enquanto Jimi estava perambulando pelas ruas de Londres, p

³ “Linda invadiu o quarto de hotel de Jimi na manhã seguinte e encontrou os dois na cama juntos. Ela pegou sua guitarra (na verdade a guitarra que ela tinha 'emprestado' de seu ex-namorado Keith Richards) e ameaçou bater neles com ele. 'Oh, cara - não a guitarra' Jimi chorou. Linda fez uma pausa, a esquerda com o instrumento. Quando ela ligou mais tarde e insistiu em falar com Jimi em particular, Jimi pediu a Kathy para sair, assegurando-lhe que ele ligaria para ela mais tarde naquele dia. Depois de alguma forma aplacar Linda, que concordou em devolver o violão, ele pegou de onde parou com Kathy, que seria sua principal amiga nos próximos anos.” (tradução livre)

músico encontrou a peça de roupa do seu vestuário que acabou se tornando parte de sua assinatura, uma jaqueta militar que acabou lhe trazendo o tipo de atenção indesejada. Conforme Gillian (2017, p. 54):

The jacket sometimes brought him the kind of attention he didn't want. When Little Richard was in London in December, Jimi and Katty went by his hotel to see him. Little Richard was happy to see his one-time bandmate, thought he was less pleased when Jimi insisted Little Richard still owed him \$50 in salary. On the way home, the couple was stopped by the police, who demanded to know why Jimi was wearing a military uniform, Jimi explained that he meant no offense and was a military veteran himself. The police were unmoved, insisted he take the jacket off, and threatened him with arrest if he was seen wearing it again. Jimi removed the jacket, and the police went on their way.⁴

Em 15 de junho de 1967 a banda “Jimi Hendrix Experience” chega em São Francisco para participar do evento em Monterey. E, em razão da indefinição acerca da ordem das apresentações entre Experience e Who, Jimi entra em conflito com Pete Townshend, os músicos começam a trocar farpas nos bastidores. Jimi acusa Peter de querer ir antes para poder quebrar a guitarra e confronta diretamente Pete dizendo a ele, após perder a disputa sobre quem iria antes: “If I’m going to follow you, I’m going to pull out all the stops”⁵ (GAAR, 2017).

Assim, após a apresentação do The Who’s, com a clássica quebra da guitarra ao final conforme Jimi havia previsto, Hendrix sobe ao palco e desempenha um de seus shows mais emblemáticos que se encerrou com sua guitarra incendiada e quebrada. Gaal (2017, p. 76) narra a performance de Jimi Hendrix nos seguintes termos:

He waved his guitar around to generate some feedback, then went into ‘Wild Thing’. He went all out, playing behind his back, and rubbing the guitar against the speaker while bumping and grinding against it. Finally, he laid the guitar down on stage and aggressively coaxed more sounds out of it before spraying lighter fluid in it, kissing it farewell, and setting it alight. A fire Marshal watching from the side of the stage became alarmed, but Lou Adler assured him, ‘It’s okay, it’s just part of the act.’ After picking up the guitar and

⁴ “A jaqueta às vezes trazia o tipo de atenção que ele não queria. Quando Little Richard estava em Londres, em dezembro, Jimi e Katty passaram por seu hotel para vê-lo. O pequeno Richard ficou feliz em ver seu companheiro de banda, achou que estava menos satisfeito quando Jimi insistiu que Little Richard ainda lhe devia \$50 em salário. No caminho para casa, o casal foi parado pelo policial, que exigiu saber por que Jimi estava usando um uniforme militar, Jimi explicou que ele não quis ofender e era um veterano militar. A polícia não se comoveu, insistiu que ele tirasse a jaqueta, e o ameaçou de prisão se fosse visto usando-o novamente. Jimi tirou a jaqueta, e a polícia seguiu seu caminho.” (tradução livre)

⁵ “Se eu vou te seguir, vou fazer todas as paradas.” (tradução livre)

smashing it, Jimi threw the pieces into the audience, and Mich tossed his drumsticks into the crowd.⁶

Em sua autobiografia Hendrix (2014, p. 82) descreve o motivo pelo qual acabou queimando a guitarra, em suma, um ato ligado à sua liberdade de expressão que lhe foi tão característica:

As coisas têm que mexer comigo, e tenho que expressar meus sentimentos na hora. Foi por isso que, quando tocamos em Monterey, resolvi queimar meu instrumento. Eu estava curtindo muito a guitarra, tinha acabado de pintá-la naquele dia mesmo. Joguei flúido de isqueiro nela e depois pisei nos pedaços incendiados.

Posteriormente, em uma das idas da banda a Suíça, Jimi saiu com a banda para um clube e, ao voltar para o seu quarto de hotel, o músico destruiu o quarto. Jimi acabou preso, as autoridades inicialmente queriam cancelar os shows da banda, mas acabaram permitindo a realização da turnê, mas com um prazo mais curto (GAAR, 2017).

Em maio de 1967, Jimi volta para sua cidade natal, Seattle. Ao chegar no aeroporto o músico é recepcionado por seu pai que havia casado com uma japonesa, mãe de 5 filhos, e havia adotado a filha mais nova. Mesmo nervoso com o seu retorno a Seattle, Jimi fez uma grande performance no Seattle Center Arena. A turnê continuou pelos Estados Unidos e, muito embora Jimi buscasse não se posicionar politicamente, ele começou, aos poucos a promover alguns discursos políticos, inclusive sobre a guerra do Vietnã durante seus shows (GAAR, 2017).

O álbum *Electric Ladyland* é lançado em 1968, o nome era uma alusão as *groupies*, ou seja, as fãs do Experience, a capa do álbum era para ser uma de duas fotos que o músico havia separado. Contudo, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, a gravadora simplesmente mudou a ideia original e acabou publicando capas diferentes nos Estados Unidos e na Europa (GAAR, 2017).

Na Europa, a capa do álbum *Electric Ladyland* trazia a fotografia de mulheres nuas. Contudo, nos Estados Unidos a capa foi censurada em virtude da nudez. Acerca do assunto, em sua autobiografia, Jimi afirmou que a foto não traduzia a

⁶ “Ele acenou com sua guitarra para gerar um feedback, depois entrou em 'Wild Thing'. Ele queria tudo fora, tocando pelas costas, e esfregando a guitarra contra o alto-falante enquanto bate e moe contra ele. Finalmente, ele colocou a guitarra no palco e persuadiu agressivamente mais sons dele antes de pulverizar flúido mais leve nele, beijando-o adeus, e incendiando-o. Um marechal de incêndio observando do lado do palco ficou alarmado, mas Lou Adler garantiu: ‘Tudo bem, é apenas parte do ato.’ Depois de pegar a guitarra e esmagá-la, Jimi jogou as peças na plateia, e Mich jogou suas baquetas no canto.” (tradução livre)

beleza das modelos, ao contrário as retratava de uma forma triste e decadente (HENDRIX, 2014).

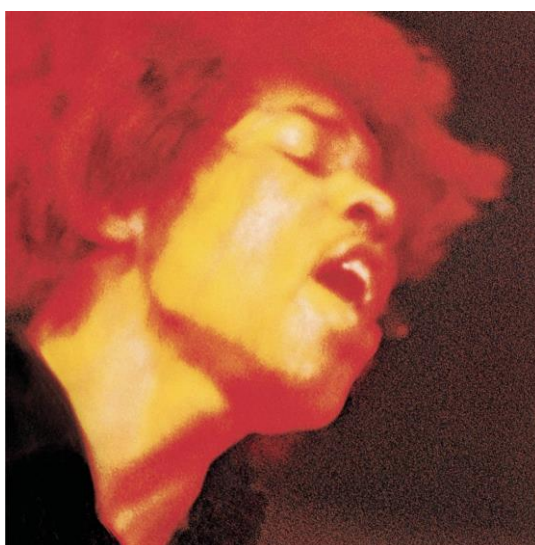
Figura 26 - Capa do Album Eletric Ladyland divulgada na Europa



Fonte: SINISTER..., [2021?]

Em virtude da censura, nos Estados Unidos, o álbum foi lançado com uma capa que trazia uma fotografia de Jimi Hendrix nas cores vermelha e amarela.

Figura 27 - Capa do Album Electric Ladyland divulgada nos Estados Unidos



Fonte: CECHELLI, 2018.

A construção do álbum *Electric Laydland* foi marcada pelo perfeccionismo e explosões de raiva do guitarrista no estúdio, demorou aproximadamente 8 meses para ficar pronto e gerou um forte desentendimento com Chaldler, seu agente, o qual disse não ter mais condições de gerenciar o músico. *Electric Ladyland* foi, então, produzido e dirigido pelo guitarrista e expressava sua visão de mundo, muito embora Hendrix tenha dito que o álbum uma homenagem as “groupies” (HENDRIX, 2014; GAAR, 2017).

A música, *House Buring Dow*, por exemplo, é vista por escritores como Gillian G. Gaar como um comentário aos tumultos que estavam sendo enfrentados pela comunidade afro-americana nos anos 1960, resultado da influência dos Panteras Negras sobre o músico, em que pese este tivesse se manifestado que entendia a causa, mas que não compactuava com ela (HENDRIX, 2014; GAAR, 2017).

Em abril de 1969 a banda Jimi Hendrix Experienced começara a enfrentar alguns problemas em razão de sua performance, em uma das noites, após tocar *The Star Spangled Banner* a polícia pediu para encerrar o show e como a banda não atendeu a solicitação. No dia seguinte, cinco policiais bloqueavam a passagem deles para um show. O descontentamento crescia dentro e fora da banda (GAAR, 2017).

Jimi, descontente com sua carreira e, após ter realizado um show em Detroit, para o qual voo de última hora em um jato particular, embarcou em um voo para Toronto e, ao chegar no aeroporto da cidade, foi apreendido com um vidro com resquícios de heroína e um cachimbo com resquícios de haxixe, o que motivou sua prisão em flagrante e o pagamento de 10 mil dólares em fiança (GAAR, 2017).

Apesar da prisão, o músico pode realizar sua turnê e precisou retornar ao país aproximadamente um mês depois para responder as acusações. Jimi acabou absolvido na audiência, por sustentar que não usava mais drogas e que, provavelmente, um fã havia as colocado em sua mala (HENDRIX, 2014; GAAR, 2017).

Em agosto de 1969 Jimi sobe no palco de Woodstock às 9horas da manhã para o show de encerramento com uma nova formação e um novo nome, *Gypsy Sun & Raibows*. A banda abriu com a música *Message to Love* e tocou durante duas horas. O show ficou conhecido pela intepretação do guitarrista do Hino dos Estados Unidos na guitarra elétrica, compreendida por alguns como uma manifestação acerca da guerra no Vietnã (GAAR, 2017).

Conquanto, em que pese o show da banda Gypsy Sun & Raibows tenha sido emblemático, a formação seguiu por pouco tempo. Em setembro do corrente ano Jimi começou a entrar em conflito com a banda e seu agente, pois entendia que eles ainda não estão preparados para uma turnê, levando ao rompimento da banda (GAAR, 2017)

Após a separação da banda, o guitarrista retorna a Nova York onde funda com seus antigos colegas, Billy Cox e Buddy Miller, a banda Band of Gypsys. Conquanto, as discussões entre Jimi e seu agente se intensificaram, principalmente porque ele queria que a banda “Experience” fosse reunida e voltasse a fazer shows, entendimento que não era compartilhado pelo músico. (GAAR, 2017)

Com a crescente insatisfação de Jimi, na mesma escala, o músico aumentava o seu uso de drogas de tal maneira que no último show da banda Gypsys Jimi parou de tocar no início do show, sentou-se ao solo e precisou ser retirado do palco pelos membros da banda (GAAR, 2017).

A parceira com Billie Cox e Buddy Milles passou a ser vista com admiração. O trio com a sua qualidade técnica buscavam ser reconhecidos como músicos e não apenas como entretenimento. A banda, contudo, precisou ser oficialmente conhecida como “Jimi Hendrix Experience” e passou a realizar diversos shows pelos Estados Unidos e pela Europa (GAAR, 2017).

Assim, Jimi e a banda retornam a Londres no início de setembro e no dia 17, após acordar ao lado de Monika Dannemann, uma mulher alemã que havia conhecido no ano anterior, começam uma série de eventos que acabam levando a sua morte naquela madrugada (GAAR, 2017).

Conforme relato de alguns amigos, Jimi e Monika passaram a tarde do dia 17 na casa de Philip, bebendo vinho e chá, fumando haxixe e comendo. Sendo que, com o passar das horas Monika, por causa de ciúmes, a alemã foi se mostrando cada vez mais irritada. O casal teria começado a discutir do lado de fora da casa até que Jimi teria pedido desculpas aos amigos pelo comportamento de Monika e dito que iria levá-la para casa (GAAR, 2017).

Na sequência, o casal chegou ao hotel e ambos tomaram comprimidos para dormir, Monika acordou ao lado de Jimi já sem vida e coberto de vomito. Conforme relato trazido por Gaar (2017, p. 180):

An ambulance was finally called at 11.18a.m; it was never determined who made the call. The ambulance, with its two attendants, Reginald Jones and John Saua, arrived at the Samarkand at 11:27 a.m. The door to the flat was wide open and no one was around. Jones and Saua walked in on a scene that Jones has described as ‘horrific’...[Jimi] was covered in vomit, tons of it all over the pillow.’ The vomit was dried, indicating that Jimi had been in that condition for some time, and the attendants couldn’t get an aspirator down his throat due to the blockage. ‘I knew hi has dead as soon as walked in the room.’ Jones said ‘You get a feel for it’.⁷

Assim, aos 27 anos de idade termina a saga daquele que ficaria para sempre conhecido como o ídolo da guitarra elétrica (GAAR, 2017). Em sua biografia é facilmente perceptível que o músico estava na busca de novos desafios e que via a morte como uma possibilidade, em determinada ocasião Hendrix (2014, p. 208) afirmou que:

Não sei se vou chegar aos 28 anos, mas, por outro lado, já me aconteceu tanta coisa bonita nos últimos três anos. O mundo não me deve mais nada.

Ter medo da morte é sinal de uma enorme insegurança. O corpo é só um veículo físico que serve para nos levar de um lugar para outro com o menor transtorno possível. Nos jogam esse corpo que temos que carregar, cuidar, proteger e tal, mas esse corpo também se exaure. A ideia é pôr suas coisas em ordem e tentar se preparar para o outro mundo, porque ele existe. Espero que você entenda.

Jimi era contraditório, profundo, excêntrico, espiritualizado e um verdadeiro amante da música. Além disso, o músico autodidata era singular e adorava deixar claro o seu ponto de vista dentro e fora do palco. Jimi buscava encantar, envolver e desafiar o tempo inteiro e em todos os sentidos. Sendo que suas roupas, de certa forma, lhe ajudavam a traduzir a liberdade do músico de ser quem era conforme se irá analisar no subcapítulo que segue (GAAR, 2017; HENDRIX, 2014).

6.2 O traje de palco de Jimi Hendrix

A carreira artística de Jimi começou a despontar após sua alta do exército em 1922. No início, ainda com os cabelos curtos, o músico subia aos palcos trajando ternos e, até mesmos smokings, uniformes das bandas em que participava. Com o

⁷ “Uma ambulância foi finalmente chamada às 11h18min; nunca foi determinado quem fez a chamada. A ambulância, com seus dois atendentes, Reginald Jones e John Saua, chegou ao Samarkand às 11h27.m. A porta do apartamento estava aberta e ninguém estava por perto. Jones e Saua entraram em uma cena que Jones descreveu como ‘horível’...[Jimi] estava coberto de vômito, toneladas dele por todo o travesseiro. O vômito estava seco, indicando que Jimi estava nessa condição há algum tempo, e os atendentes não conseguiram descer o aspirador na garganta devido ao bloqueio. ‘Eu sabia que ele tinha morrido assim que entrei na sala.’ Jones disse: ‘Você tem uma sensação sobre isso’.” (tradução livre)

tempo, o cabelo de Jimi cresceu e ele passou a se apresentar com os cabelos alisados ou levemente cacheados de forma artificial ao lado de músicos como Curtis Knight (GAAR, 2017).

Figura 28 - Jimi e King Curtis no início de 1966.



Fonte: GAAR, 2017, p. 41.

Pouco tempo depois Jimi começou a tocar ao lado de Little Richard, em um dos shows o guitarrista decidiu subir ao palco sem uniforme o que acaba gerando um conflito com o líder do grupo que não admitia que outros músicos brilhassem mais do que ele no palco. Em sua biografia Hendrix (2014, p. 36) disse:

Uma vez, cansados de andar uniformizados, eu e Glen Willings aparecemos com umas camisas extravagantes. Depois do show, Little Richard falou: 'Irmãos, precisamos ter uma conversa. Eu sou Little Richard. Sou o Rei do Rock'n'Rhythm e o único que pode ficar bonito no palco. Glen e Jimmy, façam o favor de tirar essas camisas, ou então vão ter que pagar uma multa'.

Outra de suas conversas foi sobre o meu cabelo. Eu disse que ninguém me faria cortá-los.

A fala do cantor deixava claro que Jimi estava mudando e não estava mais disposto a acatar as ordens sociais que lhes eram impostas, conforme Hendrix (2014, p. 56):

Todas essas fotos que vocês têm visto, em que estou de smoking e gravata-borboleta, tocando na banda de apoio de Wilson Pickett, são de quando eu tinha medo e vergonha e ser eu mesmo. Meu cabelo e minha mente estavam domados.

Logo, para o músico, suas roupas e seus cabelos eram símbolos de expressão, traduziam sua liberdade e individualidade, princípios alinhados com os ideais semeados pelos hippies e outros movimentos da época como a busca de igualdade nos direitos civis. Sendo que, ao adotar o cabelo *black power*, influenciado por Linda, mencionada no capítulo anterior, Jimi passou a ser conhecido no Village como Black Dylan o que acabou abrindo espaço para que ele se tornasse conhecido pelo seu primeiro nome, Jimi (NORMAN, 2020).

Aos poucos, Jimi vai assumindo as rédeas de sua carreira, passa a formar bandas, deixando de ser simplesmente um coadjuvante, e com isso seu traje de cena também vai se alterando. Concomitante sua relação com Linda se intensifica, o movimento hippie toma força, assim como o Partido dos Panteras Negras e o músico muda-se para Londres, berço do Peacock Revolution, esse caldeirão de informações, alinhado ao fato de que o músico passou a ter dinheiro para fazer compras, constroem a persona que conhecemos como Jimi Hendrix (GAAR, 2017; BLACKMAN, 2014).

Na imagem que segue é possível ver-se Jimi sentado em um sofá logo após chegar a Londres, com seus cabelos longos e soltos, calças justas, o que anunciava o desajuste do músico ao padrão masculino da época que pregava o vestuário de três peças: calça, camisa e blazer, de cores sóbrias e, assim, demonstrava a transição pela qual o músico estava passando (FASHION, 2012).

Figura 29 - Jimi Hendrix em Londres, 1966.



Fonte: GAAR, 2017, p. 55.

Os cabelos rebeldes, livres e soltos do músico transmitiam a sua liberdade, reforçavam a sua origem afrodescendente e possível relação com o contexto de luta por igualdade de direitos. Para Jimi deixar os cabelos naturais, sem cortá-los ou alisá-los demonstrava que ele não era “domado” pela sociedade e, mais, posteriormente, ao adotar o visual *black power*, símbolo utilizado pelo movimento negro a época como forma de expressão de sua negritude e luta na conquista dos direitos civis (ABUGO ONGIRI, 2010).

Na imagem que segue é possível ver-se a transição no cabelo de Jimi.

Figura 30 - Jimi Hendrix no *backstage* em Londres, 1967.



Fonte: GAAR, 2017, p. 65.

Conforme Norman (2020) logo após chegar em Londres, a então “namorada” de Jimi, Kathy o levou para fazer compras pela cidade:

She took him to all Singing London's hotspots like the Portobello Road open-air antiques market, and clothes shopping in Chelsea's King's Road, at boutiques where the division between cutting-edge and vintage - and male and female - scarcely existed anymore. Such places furnished Jimi with a whole new stage wardrobe, much to the annoyance of Chas Chandler, who'd been pressuring him to wear something like the soft used trouser-suits favoured by Kathi. With his love of flowered print blouses and floaty chiffon scarves, his taste was more feminine than hers; one fellow musician described him as 'that guy who looks as if he's just walked into a girl's closet and put everything on'.⁸

⁸ “Ela o levou a todos os lugares quentes de Londres, como o mercado de antiguidades ao ar livre Portobello Road, e compras de roupas em Chelsea's King's Road, em boutiques onde a divisão entre a vanguarda e vintage - e masculino e feminino – praticamente não existia mais. Tais lugares forneceram a Jimi um novo guarda-roupa de palco, para o aborrecimento de Chas Chandler, que o estava pressionando-o a usar os ternos e calças usadas fornecidas por Kathi. Com o seu amor por blusas de estampa florida e lenços de chiffon fluidos, seu gosto era mais feminino do que o dela; um

Dessa forma, impactado pelo Peacock Revolution as roupas de Jimi tornam-se mais exuberantes e femininas. Tecidos nobres como o veludo e fluídos como o chiffon caminhavam lado-a-lado, compondo combinações inusitadas e, embora rompessem com o estereótipo de masculinidade que pregava o uso do terno, exaltavam a virilidade do cantor, demonstravam a sua rebeldia, liberdade de sexual e insatisfação com o sistema vigente, ao mesmo tempo que lhe traziam um certo romantismo.

Figura 31 - Ladyland, retrato de Jimi Hendrix tirado por David Montgomery em 1968.



Fonte: GAAR, 2017, p. 94.

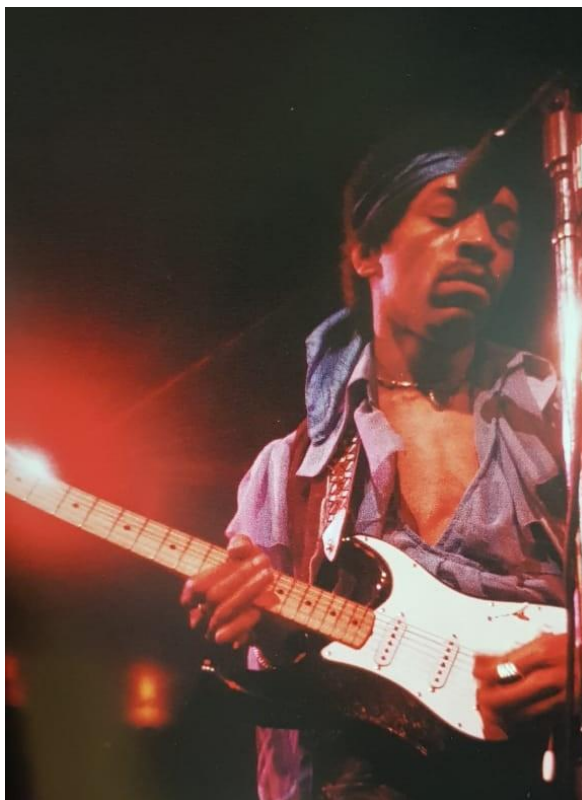
Imerso no cenário cultural do movimento hippie, a liberdade sexual era uma das bandeiras representadas pelo músico. No filme HENDRIX (2000) no qual se retrata a vida do músico, são frequentes as cenas de Jimi rodeado por mulheres, corroborado pelo depoimento de Hendrix (2014, p.104) onde o músico afirmou que sua inspiração vinha muito das mulheres, e, ao mesmo tempo, reconheceu a

colega músico o descreveu como 'aquele cara que parece que ele acabou de entrar no armário de uma garota e colocar tudo.' (tradução livre)

impossibilidade de manter um relacionamento duradouro em ritmo intenso de trabalho.

Na imagem que segue é possível visualizar-se Jimi em um de seus shows vestindo uma camisa de cor azul, transpassada que deixa o peito aparecer com uma bandana na cabeça, explorando a sua sexualidade no palco.

Figura 32 - Jimi Hendrix num show em Nova York, 1970.



Fonte: GAAR, 2017, p. 157.

Além disso, peças *handmade*, étnicas e de brechó demonstravam a influência do movimento hippie na composição do traje de cena de Jimi. As peças escolhidas por Jimi traziam representatividade ao palco e alinhavam o músico ao espírito da época. Assim, tanto a jaqueta militar adquirida pelo músico no brecho quanto a jaqueta com franjas de origem indígena utilizada no Festival de Woodstock, citadas em capítulos anteriores, traziam ao palco questões relevantes, protestos velados do músico. Afinal, a jaqueta militar demonstrava seu descontentamento com a guerra do Vietnã, enquanto a que a jaqueta com franjas honrava a sua descendência *Cherokee*. Dessa forma, pode-se dizer que Jimi com seu traje de cena protestava no palco sem que precisasse dizer uma palavra.

Cumpra ainda salientar que muito embora o termo afrofurismo tenha sido cunhado apenas na década de 90, Jimi pode ser visto como um representante deste movimento que, na realidade, foi contemporâneo aos movimentos de contracultura da época. Ao assumir sua descendência negra sem receio, seus cabelos *black power*, valorizando sua estética, Jimi deixava claro que estava confortável em ser quem era e colocava-se como protagonista de sua própria história, características típicas do movimento afrofuturista (ANDRÉ, 2020).

Assim, criar uma coleção que tenha como influência o traje de cena de Jimi Hendrix, representando a sua liberdade e as diversas bandeiras que ele implicitamente representava ao se vestir é, sem dúvida, o desafio a ser enfrentado. Para tanto, criou-se a marca de moda Be Wild, a qual tem como intuito representar esta liberdade, rebeldia e busca de representar quem se é valendo-se da roupa como forma de comunicação.

7 PROPOSIÇÃO DE MARCA DE MODA: BE WILD

A criação de uma marca de moda surge como a proposta deste trabalho de conclusão que visa, além de compreender significados do figurino de Jimi Hendrix, a origem de suas inspirações, o diálogo para além da roupa, traduzi-lo para uma coleção de moda.

Conforme Carvalho (2016), para que se possa criar uma marca é necessário descobrir quem a marca verdadeiramente é, ou seja, o autoconhecimento acerca de seu real significado, seus valores, metas, público, segmentos, estratégias e o que se pretende construir, só assim é possível criar-se uma marca assertiva com possibilidade de perdurar no tempo e no espaço. A marca traduz uma identidade e, portanto, precisa ter um discurso claro para que possa transmitir com exatidão aquilo que se busca.

Para tanto, antes de se propor uma marca de moda conectada com a ideia de liberdade de Jimi Hendrix ao se vestir, considerando os prováveis significados de suas escolhas, quais sejam, liberdade, autoconhecimento, respeito a sua origem, individualidade, realizou-se uma breve pesquisa comparativa de mercado, antes de se propor aquela que viria a ser conhecida como Be Wild, partindo-se do conceito de Treptow (2013, p. 74) que conceitua concorrente como: “[...] toda aquela empresa que visa ao mesmo mercado, satisfazendo as mesmas necessidades.”

7.1 Pesquisa de concorrentes

Com o intuito de verificar a viabilidade do negócio proposto, realizou-se uma breve pesquisa por marcas que trouxessem as bandeiras representadas por Jimi Hendrix, ou seja, conectadas com os possíveis significados que o músico buscava ao se vestir, tendo sido localizadas duas marcas no mercado conforme se analisará nos subcapítulos que seguem.

7.1.1 Marca SpiritHoods – Faux Fur Fashion

A marca SpiritHoods é uma marca norte-americana alinhada com o espírito selvagem, com o autoconhecimento, a sustentabilidade e a proteção da fauna, busca mudar a forma como o consumidor interage com o mundo.

Inspirados em animais, as peças da marca salientam a força que habita em cada um, a sua conexão com seu lado selvagem. No site da marca, no campo *About Us*¹, há a seguinte menção *in verbis*:

YOU ARE AN ANIMAL, DRESS LIKE ONE!

We design animal-inspired products that create extraordinary experiences and help people bring the spirit of the wild into their everyday lives. As a brand we are dedicated to the celebration of life, the connection with oneself, the animal kingdom, and to those around you.² (SPIRITHOODS..., 2021)

Logo, a marca SpiritHood exalta algumas das ideias sustentadas por Jimi Hendrix, tais como a originalidade, a essência, a celebração da vida, a conexão com mundo de uma forma exuberante e original como o músico fazia. Senão vejamos:

Figura 33 - Produtos da marca SpiritHood



Fonte: elaborado pela autora a partir de fotografias da marca em sua página no Instagram (2021)

Os *looks* da marca são arrojados, de vanguarda e trazem originalidade as produções que compõe. Conquanto, buscou-se, também, identificar marcas que se alinhassem, inclusive, com a busca de Jimi Hendrix por exaltar sua descendência, origem e, assim, identificou-se a marca Makida Moda, abordada no subcapítulo que segue:

¹ “Sobre nós” (tradução livre)

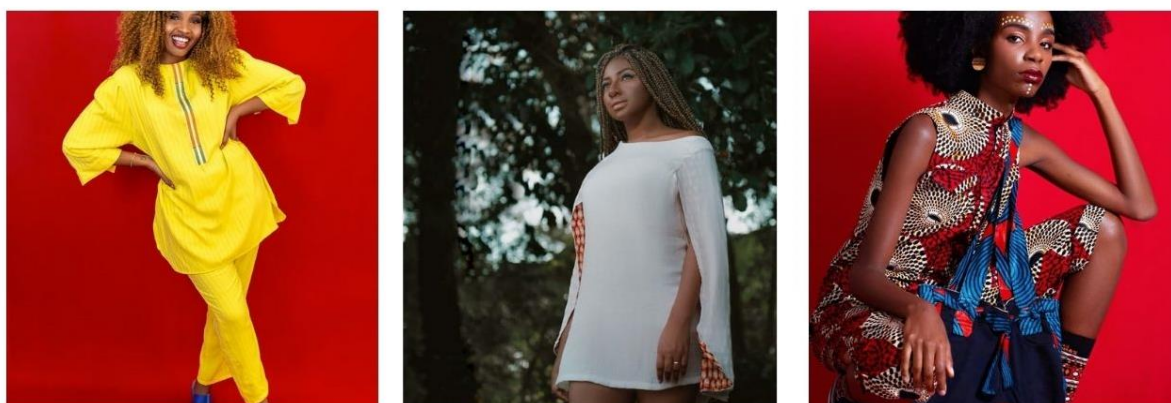
² “VOCÊ É UM ANIMAL, VISTA-SE COMO UM!

Projetamos produtos inspirados em animais que criam experiências extraordinárias e ajudam as pessoas a trazer o espírito da natureza para suas vidas cotidianas. Como marca, nos dedicamos à celebração da vida, à conexão consigo mesmo, ao reino animal e àqueles ao seu redor.” (tradução livre)

7.1.2 Makida Moda

A marca Makida Moda é uma marca Paulista de moda afro que busca exaltar a descendência africana através de roupas que trazem à tona componentes étnicos, algo que também era feito por Jimi quando este passa a usar seus cabelos com um corte *blackpower* e/ou até mesmo quando trajava uma jaqueta de franjas evidenciando sua origem *cherokee*. Na imagem que segue é possível ver-se alguns dos produtos comercializados na loja que traduzem a influência afro. Senão vejamos:

Figura 34 - Produtos da marca Makida.



Fonte: elaborado pela autora a partir de fotografias da marca em sua página no Instagram (2021).

A partir da análise destas marcas, verificou-se que, muito embora existam marcas que versem sobre ideais como trazer à tona seu verdadeiro eu, etnicidade, ousadia, originalidade e exuberância, não se identificou uma marca que conjugasse os dois conceitos, que trouxesse questionamentos de forma expressa acerca dos assuntos e, mais, que oferecesse além de produtos, serviços.

Assim, a partir desta breve análise, no intuito de explorar, através da moda, a busca pela liberdade que todos temos dentro de nós mesmos, aquele desejo de sair ao mundo e tomar as rédeas de sua história, de contestar e modificar padrões, tendo como ponto de partida Jimi Hendrix e tudo aquilo que ele significou em plena década de 1960 é que surge a marca Be Wild que será a seguir aprofundada.

7.2 Identidade de marca

O nome da marca Be Wild, expressão de língua portuguesa que significa Seja Selvagem advém dos ensinamentos do líder espiritual Osho (2018), o qual dizia que todos nós deveríamos nos rebelar, deixar aflorar o nosso verdadeiro Eu escondido pelo ego, transformado pelas experiências, pela sociedade. Há uma passagem em um dos livros de Osho que o líder narra a diferença entre leões e ovelhas e, ao final de algumas ponderações, aduz que todos nós somos verdadeiramente leões e que deveríamos nos comportar como tais. Ser um leão significa, em síntese, não se dar por satisfeito com os padrões impostos, com aquilo que não faz sentido para nós, mas sim irmos em direção à nossa verdade, com força e foco, algo que Jimi Hendrix em sua curta passagem aprendeu e exerceu de forma única.

Assim, a marca Be Wild surge como uma proposta para uma lacuna, a necessidade de uma moda que desafia padrões, trazendo para o dia a dia peças que misturam informações étnicas, detalhes *handmades*, cores e estampas com modelagens clássicas, tornando o dia a dia um lugar de experimentação e de afirmação de personalidade. Trata-se de exercer sua própria singularidade e colocar-se no mundo como autor da própria história com um mix único de informações.

Sendo que, através do uso de elementos de moda, a marca Be Wild busca transmitir personalidade, contestar os padrões e segmentos pré-estabelecidos, trazendo *looks* femininos e masculinos mais fluídos, sensuais, com padronagens, texturas, cores e cortes como forma de caracterização do vestuário, transpondo paradigmas sobre de que forma deve ser um traje masculino.

Individualidade, poder e liberdade, são alguns dos valores da marca que busca atender a um público jovem, de 25 a 45 anos, cansado da reprodução de velhos padrões, atento as questões de acabamento e modelagem em suas roupas e sedento por novidades capazes de traduzir a sua singularidade.

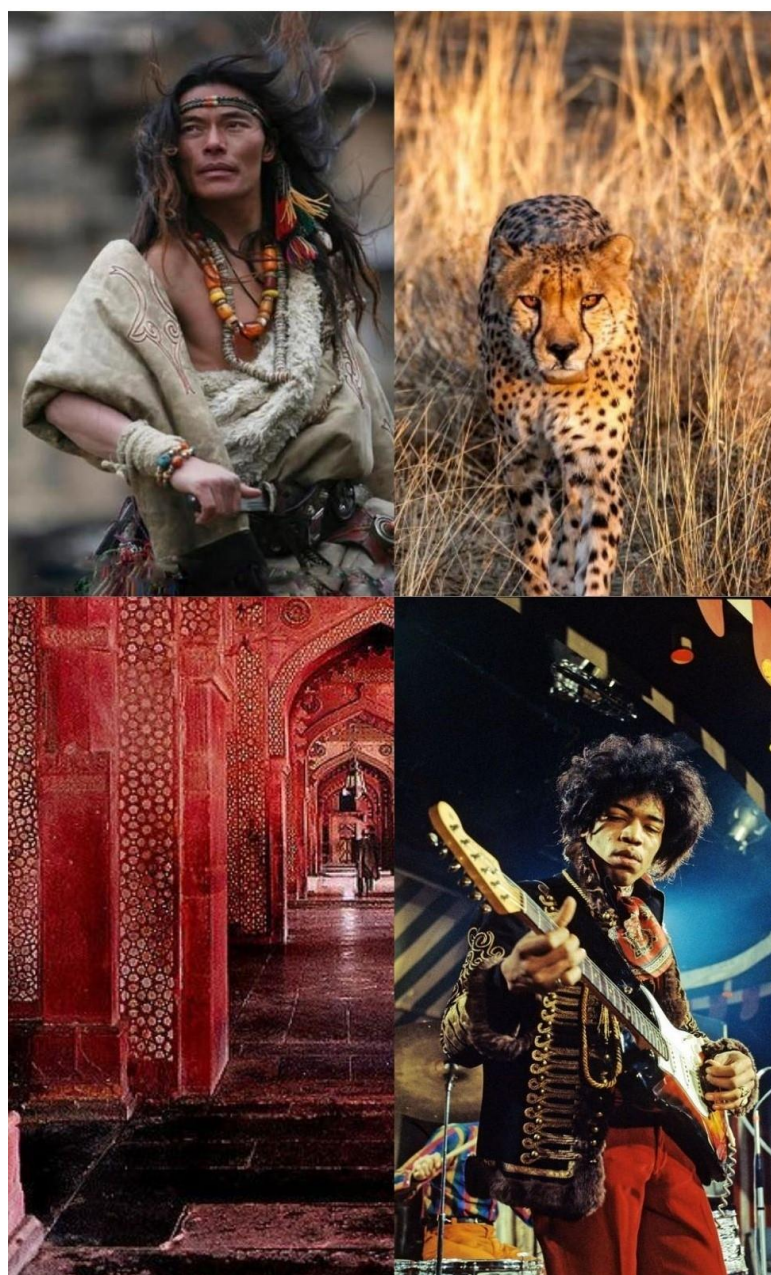
Assim, tendo em vista que liberdade importa em responsabilidade, a Be Wild surge com consciência acerca do coletivo, o que faz com que suas peças sejam produzidas sob encomenda, evitando-se o desperdício de matéria prima, utilizando confecções locais atreladas a movimento sociais.

Desta forma, a fim de elucidar a relação entre as diversas ideias trazidas pela marca criou-se um *moodboard* da marca. Conforme Pereira e Scalrtsky (2016, p.95

O *moodboard* é caracterizado como um quadro construído pelo designer a partir de um processo de colagem que inclui imagens, amostra de materiais, desenhos, objetos, texturas e palavras-chave que, de acordo com Gardner & McDonagh-Philip (2001), podem expressar emoções e sentimentos relacionados ao *briefing* de um projeto. Por um processo de transformação de sentidos, suas referências visuais são organizadas com o intuito de expressar algo que está além do que representam isoladamente. A própria palavra 'mood' ajuda a compreender essa ferramenta, podendo ser traduzida como humor, atmosfera ou até mesmo estado de espírito.

Neste sentido, o *moodboard* inspiracional da Be Wild a seguir colacionado traz à tona algumas das ideias que se pretende explorar e refletir com a marca.

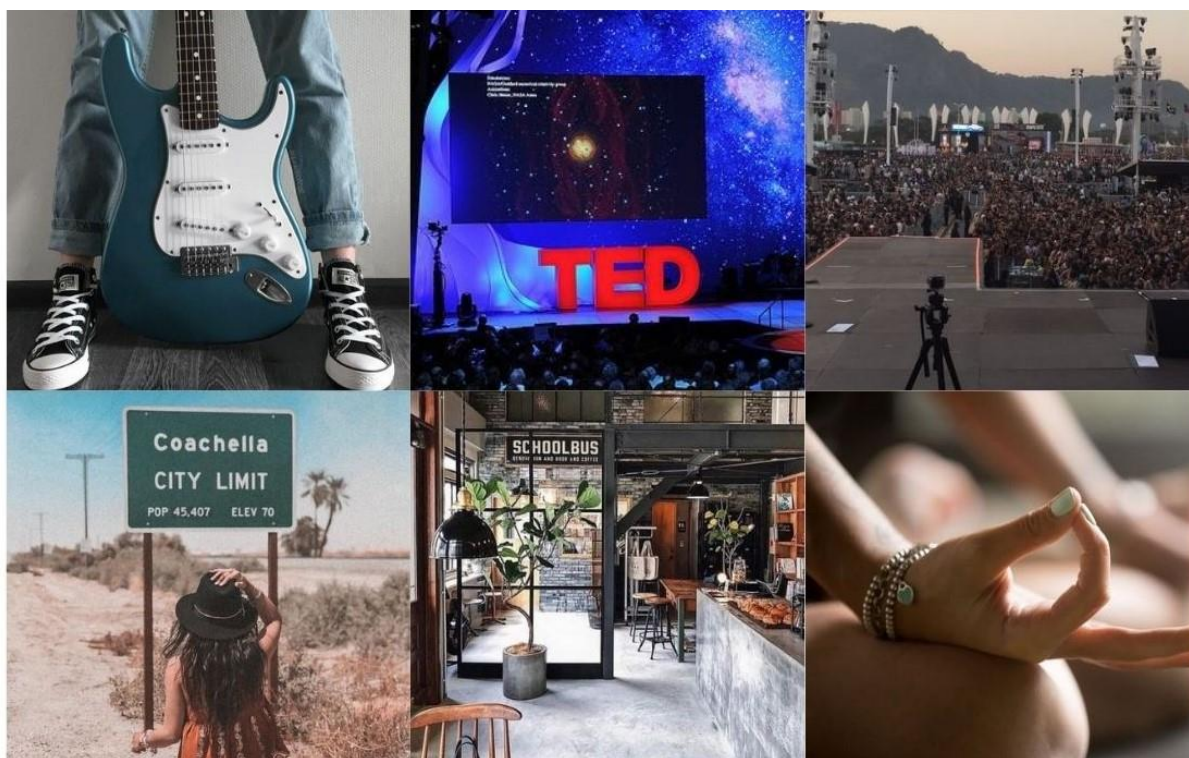
Figura 35 - Moodboard inspiracional da marca Be Wild.



Fonte: Elaborada pela autora (2021).

Depreende-se assim a força e o poder por trás da criação da marca Be Wild, uma marca capaz de se trazer à tona o nosso verdadeiro Eu em meio a um mundo que nos convida a ser apenas mais um, para tanto o público-alvo visado pela marca serão as pessoas de espírito jovem que visam seu autoconhecimento, atreladas a música, arte, meditação, moda, filosofia, ou seja, a todos aqueles que buscam se reconectar com quem eram, antes de serem atropeladas pela vida cotidiana e as imposições sociais. Sem dúvida, o autoconhecimento foi um dos ensinamentos trazidos por Jimi Hendrix o qual, desde tenra idade, foi atrás de seus objetivos, aprendendo a tocar guitarra sozinho, forjando uma saída do exército na busca de viver da música e ser o melhor naquilo que fazia. A liberdade de Jimi vinha deste conhecimento que ele tinha sobre si mesmo.

Figura 36 - Moodboard inspiracional do público-alvo.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Além disso, como identidade visual da marca foi escolhida a imagem de um Guepardo com a inscrição Be Wild na frente em vermelho, uma forma de traduzir o espírito de liberdade e força trazida pela marca, posto que o Guepardo é um dos mamíferos mais rápidos do mundo e cujo habitat natural é a selva (SALES,[2021?]).

Figura 37- Identidade visual Be Wild



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A marca, portanto, busca explorar o lado selvagem e único que existe dentro de cada um de nós.

7.3 Preço

Para Carvalho (2016) o preço de um produto relaciona-se com o seu valor percebido, ou seja, surge do binômio custo x benefício, sem descuidar do custo do produto. Assim, para se atribuir um valor é necessário considerar-se além do custo para sua confecção, a recompensa que ele irá fornecer, o que a marca a que ele está atribuído representa, a segmentação de mercado a quem faz parte, quem quer atingir e o seu potencial de compra.

A Be Wild será voltada ao público classe média. Por se tratar de uma marca cujas peças serão confeccionadas após a compra, que não irá trabalhar com estoque, estimasse que o preço médio por peça irá partir de R\$ 350,00 (trezentos e cinquenta reais), considerando tecido x manufatura, podendo-se chegar a, aproximadamente R\$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais) no caso de peças bordadas à mão.

A ideia é de que na loja conceito seja disponibilizadas algumas peças pilotos, uma espécie de showroom, para que as pessoas possam se familiarizar com o produto e efetuar a compra sob encomenda.

7.4 Praça

Compreende-se como praça o local em que o negócio será operacionalizado, os canais de distribuição do produto (PATRIOTA, 2020). Em regra, as vendas serão realizadas de forma *on-line*, através do Instagram da marca. Contudo, haverá uma loja conceito que irá funcionar como uma espécie de *showroom* e servirá, inclusive, para medições e debates acerca das roupas confeccionadas sob encomenda.

Junto a loja haverá uma cafeteria e um estúdio de yoga, espaços que irão fomentar o diálogo entre as pessoas, o desenvolvimento pessoal e permitir que nelas aflorem quem verdadeiramente são, questionamentos que marcaram a trajetória de Jimi Hendrix e a geração que abalou os anos 1960/1970.

Figura 38 - Moodboard da loja conceito.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O espaço da loja conceito, portanto, terá uma estética industrial e vintage ao mesmo tempo, paredes rústicas, entradas de luz no teto, janelas amplas ao lado de móveis antigos, criam a atmosfera desejada, um local iluminado, fluído,

aconchegante onde se pode compartilhar ideias e experiências de uma forma natural, honrando o presente e respeitando o passado.

7.5 Produto

Calças, camisas, blusas, saias, vestidos, shorts e *croppeds* irão compor o mix de produto que estará disponível à venda mediante encomenda.

Figura 39 - Moodboard inspiracional do produto



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Partindo-se da concepção de produto não é apenas as coisas tangíveis, mas, também, tudo aquilo que pode ser oferecido ao mercado, pois gera desejo, destaca-se que a marca Be Wild não irá apenas trabalhar com a venda de roupas, mas, também, com o fornecimento de outros serviços como uma cafeteria e aulas de yoga (PATRIOTA, 2020).

As roupas serão comercializadas em sacolas de papel *kraft* com a identidade visual da marca na frente. No caso de peças mais robustas ou refinadas (com muitos bordados) e que exijam cuidados especiais, as roupas serão condicionadas em caixas de papel *kraft*, envoltas em um papel branco de seda, fechado por um adesivo azul marinho com o símbolo da marca, qual seja, um Guepardo.

Figura 40 - Sacolas da marca Be Wild



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Assim, a ideia é de que as peças sejam comercializadas em sacolas e caixas que possam ser facilmente reaproveitadas ou recicladas, gerando o menor impacto possível, compartilhando da ideia de redução de resíduos trazida pela confecção de peças sob encomenda.

Figura 41 - Caixa para roupas Be Wild



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Outrossim, destaca-se que as cores que irão reger as publicações da marca serão o azul marinho, vermelho e amarelo, cores primárias e complementares, ou seja, cores das quais surgem outra e que se encontram em oposição no círculo cromático (HELLER,2013). Assim, considerando que o intuito da marca da marca é fornecer elementos para que as pessoas possam florescer, se desenvolver, transformar e entregar para o mundo o que são na realidade, nada mais adequado do que utilizar para a comunicação da marca as cores primárias citadas.

Além disso, cumpre destacar que o azul está conectado com as virtudes intelectuais e, por muito tempo, conforme Heller (2013) era compreendido como a cor do feminino, se contrapondo de forma passiva ao vermelho, cor iminentemente masculina. Logo, uma vez que se busca com a marca transpor os conceitos de masculino pré-definidos, assim como fez Jimi Hendrix através de seu vestuário, tem-se que as cores azul e vermelho se moldam perfeitamente ao objetivo proposto. Salientando-se que o vermelho traz com ele o conceito de paixão e o amarelo a ideia de iluminação, bandeiras que se busca promover através da marca (HELLER, 2013).

Dessa forma, definidas as cores que irão pautar as comunicações da marca, passa-se a seguir a analisar de que forma será promovida a marca.

7.6 Promoção

A Be Wild irá se alinhar com seu público-alvo através de um diálogo franco e aberto, buscando instigar seus consumidores a pensarem sobre o que faz sentido para eles, ou seja, irá auxiliar seu público a se autoconhecer a assim, alinhados consigo, vestir-se conforme aquilo que são.

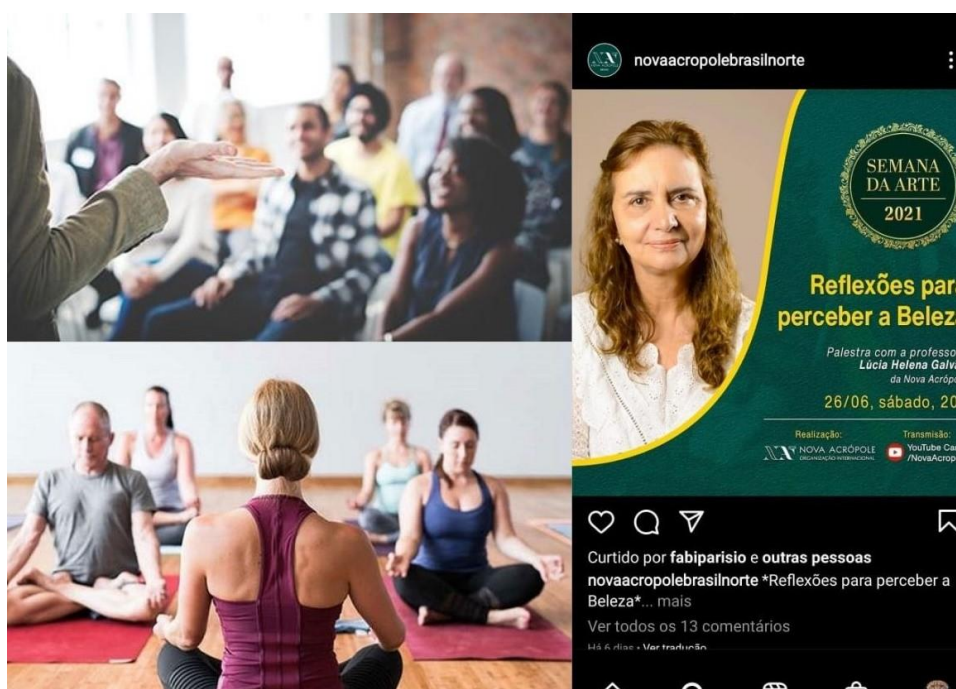
A ideia da marca é criar uma atmosfera de inquietude, compreensão e aceitação ao mesmo tempo, viabilizar *insights* dentro de um mundo que pede para agirmos de forma mecânica, criando conexão emocional com seu público, deixando de ser apenas uma marca de moda, para ser vista como uma marca que compreende o universo que cada um é. Afinal, o ato de consumir está ligado ao senso de reconhecimento, a ideia de transcender a racionalidade, ou seja, o consumidor busca muito além do produto, a ideia que há por trás dele (CARVALHAL, 2013).

Na lição de (DAHER, 2015), promoção constitui:

Conjunto de ações planejadas, direcionadas nas vendas de curto prazo, promoção é o esforço de comunicação que vai tornar o produto conhecido por meio das diversas mídias disponíveis (rádio, televisão, periódicos). [...] O produto, em si não concentra todo o valor percebido, mas sim o benefício agregado que vem com ele. A promoção precisa demonstrar isso ao público-alvo para motivá-lo a comprar.

Na figura que segue é possível ter-se uma ideia da forma como será traçado o diálogo entre marca e consumidores.

Figura 42 - Quadro exemplificativo da promoção.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Desta forma, com o intuito de atrair o público e gerar aproximação com a marca serão disponibilizados workshops de temas como yoga, meditação, música e filosofia, encontros presenciais e *on-line* (realizadas através da plataforma Instagram) com temas ligados ao desenvolvimento pessoal, conectando-se aos objetivos buscados pelo músico Jimi.

As roupas da marca, por sua vez, irão promover um resgate das bandeiras representadas por Jimi Hendrix e o contexto em que ele habitou. Assim, liberdade e fluidez serão alguns dos temas que irão reger o desenvolvimento de uma coleção de moda para a marca Be Wild conforme se irá analisar no próximo capítulo.

8 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO

Neste capítulo irá se desenvolver o objeto do presente trabalho, qual seja, a criação de uma coleção de moda para a marca Be Wild, marca alinhada com os princípios de Jimi Hendrix, com a sua identidade, a revolução e a quebra de paradigmas que o músico comunicava ao se vestir.

Para o desenvolvimento do tema de coleção, utilizou-se de alguns conceitos do metaprojeto, ou seja, considerou-se elementos que antecedem o projeto em si, aspectos que são próprios do campo do design estratégico, a qual, conforme Scaletsky (2016, p. 16):

[...] nasce dessa perspectiva, ao estabelecer uma relação direta com a linguagem e seus processos de construção de sentido. Trata-se de uma atividade de projeto, realizada por um conjunto de atores, que visa à interpretação da realidade e ao desenvolvimento de produtos, serviços e experiências – chamadas de produto, serviços e experiências chamados de sistema-produto-serviço, ou PSS (MERONI, 2008) -, a partir da construção de uma estratégia consistente com posicionamento de organização, seus princípios e seu jeito de ser (ZURLO, 2010). É um processo aberto, dialético, que traz o design como ponte entre diversas disciplinas e pontos de vista, com a capacidade de gerar aprendizado entre os envolvidos.

Diz-se, portanto, que o metaprojeto parte da configuração do problema através das pesquisas contextual, não contextual ou *blue sky*, com o intuito de compreender o briefing, o qual: “[...] *traz as indicações de decisões da empresa, os objetivos do trabalho, as limitações, a capacidade de investimento etc.*” (SCALETSKY, 2016, p. 20).

Desta forma, buscou-se através de uma pesquisa de tendências, identificação de potenciais compradores, aplicação de questionário, conforme se irá verificar de forma pormenorizada nos subcapítulos que seguem, compreender o *briefing* e propor um *contrabriefing*, para tanto se utilizou não apenas dos princípios do design estratégico, mas também dos conceitos trazidos por Doris Treptow em seu livro *Inventando Moda: planejamento de coleção* (2013).

Assim, a partir da compreensão do público-alvo, construção da identidade da persona representativa da marca e desenvolvido o *brainstorm* da coleção, será possível conceber o tema da mesma. A partir deste, com base nos ensinamentos de Treptow (2013), será possível desenvolver um mix de moda e de produto, com croquis, fichas técnicas, elementos de estilo, cartela de cores, cartela de materiais

que acabaram materializando a coleção de moda objeto deste trabalho que se denomina Verão do Amor.

Desta forma, faz-se necessário para fins deste trabalho analisar de forma pormenorizada o desenvolvimento da coleção e seu resultado final iniciando-se o processo a partir da análise do *briefing* proposto conforme se verifica no subcapítulo que segue.

8.1 Briefing

O *briefing*, compreendido como problema do projeto (SCALETSKY,20016), foi criar uma coleção de moda para a marca Be Wild alinhada com o significado por trás do traje de cena de Jimi Hendrix. Para tanto utilizou-se como fonte de pesquisa contextual a análise dos consumidores através da pesquisa de referências e aplicação de questionário e, como pesquisa não contextual, a pesquisa de tendências e a construção de cenários.

8.1.1 Pesquisa contextual

Conforme Scaletscky (2016, p.23):

A pesquisa contextual, realizada durante o metaprojeto, representa um espaço muito importante para essa (re)configuração do problema de projeto, ao proporcionar o conhecimento do ambiente em que o problema está inserido. A palavra contexto (do latim, *contextus*) dia respeito ao conjunto, reunião, sucessão. A pesquisa contextual pode, assim, ser entendida como a busca pelo conjunto de elementos que acompanham e geram sentido à unidade a ser analisada, que podem ser chamados de elementos contextuais e mantêm relação direta com o problema de projeto.

Assim, como forma de reconhecer o público-alvo da marca, seus consumidores, realizou-se uma pesquisa de campo dividida em análise de perfis na plataforma Instagram, a qual conecta diversas pessoas ao redor do mundo, bem como através de um formulário criado na plataforma “Google forms” e distribuído através das redes sociais, o qual segue se encontra em sua integralidade no apêndice A.

No que tange a pesquisa de referências esta foi baseada na análise de perfis de pessoas do círculo pessoal de contatos da autora que fossem conectadas as artes, ao desenvolvimento pessoal, atreladas a temas como música e meditação,

indivíduos que, assim como Jimi Hendrix, buscam expressar a sua individualidade, o seu verdadeiro eu no seu dia a dia.

O primeiro perfil analisado foi o da jornalista Natasha Rotta, 32 anos, a qual demonstra não ter medo de ser quem ela e aborda nos *Stories* de seu Instagram questionamentos sobre machismo, problemas no sistema político vigente, feminismo, entre outros temas que instigam o questionamento sobre quem somos e o que estamos fazendo. De uma maneira despretensiosa, semelhante a forma como Jimi questionava o sistema vigente ao subir ao palco trajando roupas que demonstravam a sua liberdade, Natascha transmite sua forma de ver o mundo sem se preocupar se está sendo ouvida ou não.

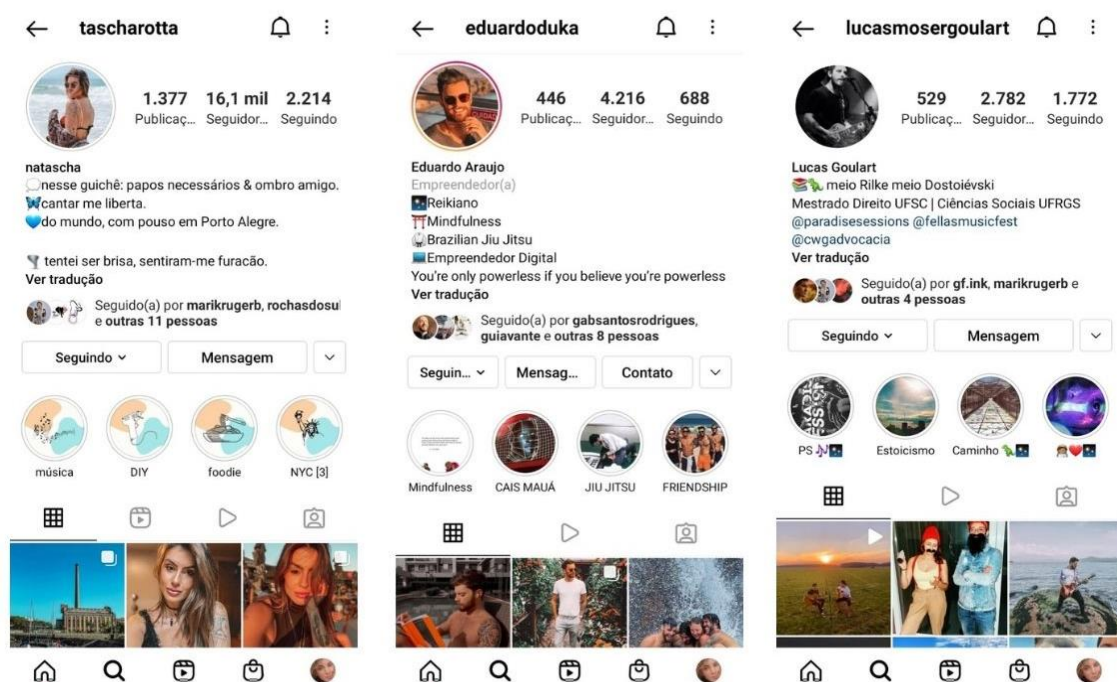
O segundo perfil analisado foi o de Eduardo Araujo, empreendedor, 28 anos, o qual compartilha em seu *feed* do Instagram questionamentos relevantes sobre autoconhecimento, motivação e espiritualidade. Adepto de um estilo sexy, “Duka” como é conhecido por seus amigos, usa em seu dia a dia calças e camisas ajustadas, roupas que valorizam seu corpo e que poderiam ser facilmente utilizadas por mulheres, vestuário tipicamente espelhado no *Peacock Revolution* adotado, também, pelo músico Jimi Hendrix. Conquanto, a semelhança do jovem com Jimi não se encontra adstrita as roupas, posto que seu comportamento inquisitório, sua busca pela meditação e autoconhecimento assemelha-se aos ideais perseguidos pelo guitarrista.

O terceiro perfil, por sua vez, é o de Lucas Goulart, advogado de 31 anos, músico, formando em sociologia. Da análise do perfil de Lucas depreende-se que ele, assim como Jimi, está acostumado com os palcos, busca questionar o sistema vigente, se aperfeiçoar como pessoa e contribuir para a mudança do pensamento coletivo. Em sua rede social, Lucas compartilha conteúdos voltados ao direito, a música e a sociologia e, assim como o músico Jimi não dispensa um chapéu e uma calça ajustada ao subir no palco.

Em síntese, os perfis pesquisados traduzem a alma de Jimi, seus preceitos, sua forma de agir e de se comportar. Jimi contestava os padrões sociais vigentes de uma forma despretensiosa, buscava transmitir quem ele era sem a necessidade de persuadir os demais, rompia com os padrões vigentes ao trazer à tona um masculino fluído, sexy, com a ajuda de babados, decotes acentuados, mangas e calças ajustadas boca de sino, cores fortes e impactantes, Jimi Hendrix, assim como seus contemporâneo Mick Jagger.

Na figura que segue é possível ter-se uma amostra dos perfis pesquisados mencionados anteriormente.

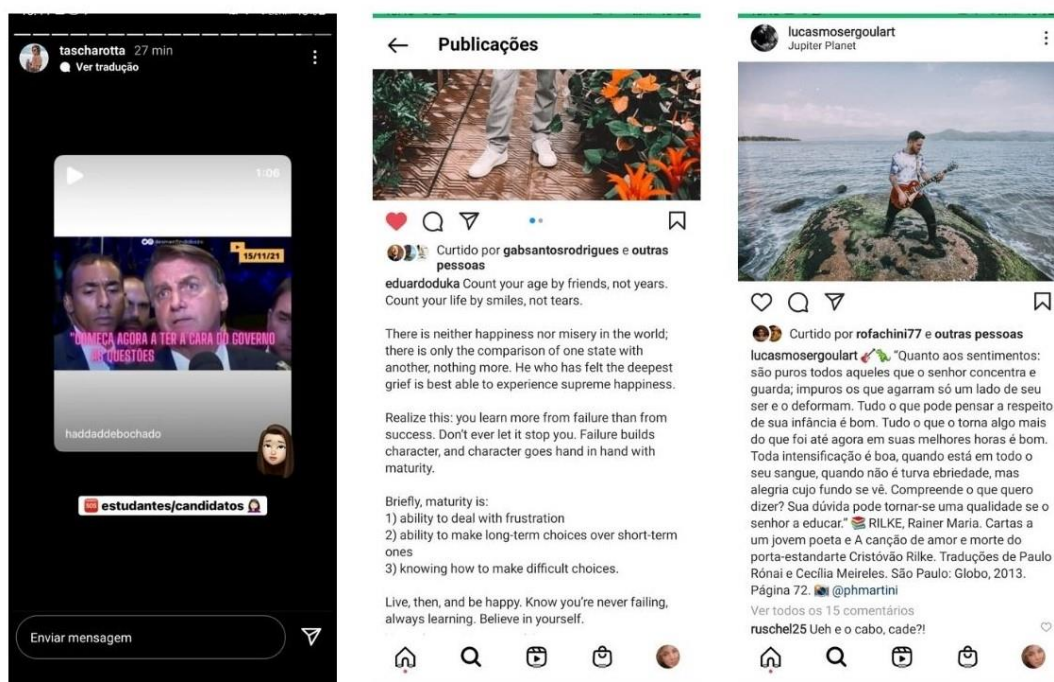
Figura 43 - Perfis pesquisados



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Desta forma atribuído um rosto para cada um dos pesquisados, cumpre-se trazer à tona, *prints* de algumas de suas publicações, a fim de ilustrar de que maneira estes potenciais consumidores expõe seus pensamentos nas redes sociais e de que forma sua visão se assemelha a de Jimi Hendrix ao contestar o padrão político vigente, falar sobre autoconhecimento e desenvolvimento pessoal.

Figura 44 - Breve análise dos perfis, principais publicações.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Verifica-se, portanto, nas publicações que seguem que todos os perfis pesquisados são questionadores, ou seja, estão buscando ser a sua melhor versão, compartilhado com os demais seus pensamentos, neste sentido é possível reconhecê-los como potenciais consumidores da marca Be Wild cuja criação encontra-se diretamente atrelada a maneira que Jimi Hendrix concebia o mundo e se portava diante dele.

Outrossim, com o intuito de auxiliar no desenvolvimento da coleção para marca Be Wild foi realizada uma coleta de dados através do questionário denominado “Moda e Expressão” disponibilizado na plataforma Google Forms. Tal questionário foi encaminhado através das redes sociais direcionado a pessoas entre 25 à 45 anos. A autora deste estudo obteve o retorno de 13 respondentes.

A primeira pergunta do questionário buscou coletar maiores dados acerca das pessoas que estavam preenchendo o formulário. O questionamento foi “Nome, idade e profissão”, neste item verificou-se que entre as pessoas para as quais o formulário foi encaminhado a mais jovem possuía 25 anos e a mais velha 49 anos, em que pese tenha sido destacado quando do envio do formulário que caso a pessoa tivesse mais de 45 anos não deveria respondê-lo. Outrossim, cada um dos

participantes possuía uma ocupação diversa um do outro, o que se verifica pelo *print* que compõe a figura a seguir:

Figura 45 - Questionário – 1ª pergunta.

1) Nome, idade, profissão¹³ responses

Isabella, 25, arquiteta
 Gabriel, 31, Terapeuta Holístico.
 Michelle 35 Advogada
 Samanta, 31, servidora pública
 Eduardo Araújo, 29 anos, Empresário
 Bibiana Estrela, 39, Relações Públicas
 Penelope, 49, turismologa
 Ana Paola Bolognesi
 Greice, 35 anos, Arquiteta e Urbanista
 Julia, 37, RH
 Marta, 37, Nutricionista
 Natascha, 31, jornalista
 Thayse Sartorelli Bortolomiol, 36 anos, advogada

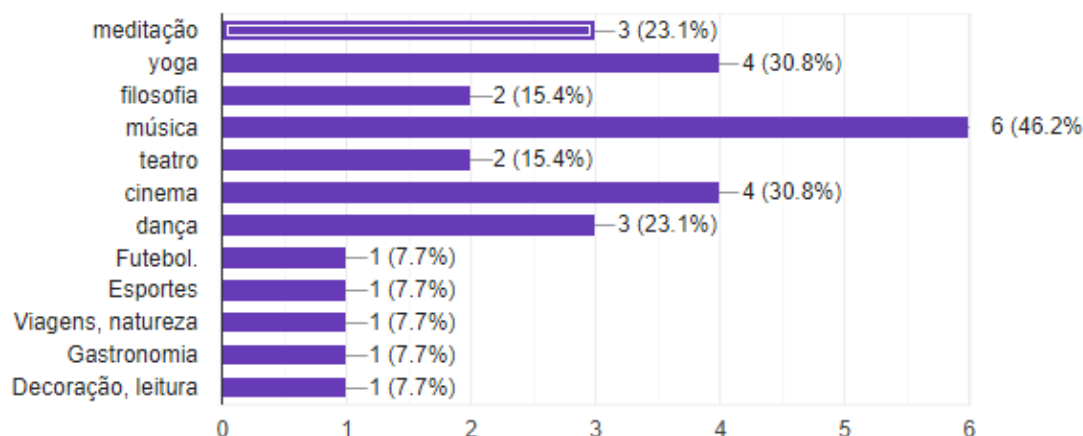
Fonte: Formulário “Moda e Expressão” elaborado pela autora (2021).

Na segunda questão buscou-se compreender os interesses dos entrevistados, ou seja, seus hobbies, a fim de analisar se possuíam afinidade com os princípios da marca, com os interesses detectados na análise de Jimi Hendrix, obtendo-se a seguinte informação: 42,2%, ou seja, 6 participantes disseram que se interessavam por música de 13 pessoas, isto significa que menos da metade daqueles que se responderam o questionamento possuíam, de fato, afinidade com os interesses propostos pela marca. Conquanto, em que pese não tenha sido a maioria dos entrevistados que responderam ter a música como hobby, não se pode olvidar que se está propondo um modelo de negócio que oferta produtos e serviços. Logo, uma vez que os entrevistados apontaram como hobby outros serviços ofertados como meditação, yoga, filosofia, gastronomia, bem como outras atividades ligadas ao lazer, algo que será oferecido na loja conceito, tem-se que as respostas fornecidas conferem segurança acerca da viabilidade do negócio proposto.

Gráfico 1 - Questionário – 2ª pergunta

2) Interesses

13 responses



Fonte: Formulário “Moda e Expressão” elaborado pela autora (2021).

A terceira pergunta, por sua vez, foi elaborada para analisar qual o conceito de liberdade para as pessoas que estavam respondendo o questionário, preparando-as para o questionamento acerca da relação entre moda e liberdade.

Assim, questionados sobre “ O que é liberdade para você? Quais formas de liberdade você defende (expressão, sexo, gênero...)?”. os participantes se manifestaram de formas diversas, tornando-se interessante, para fins de exemplificação trazer algumas das respostas *in verbis*:

Liberdade é ter e exercer a existência da vida sem limites de movimento tendo o controle da individualidade em todos os quesitos. Defendo ser livre para sermos o que queremos. (Gabriel, 31 anos)
[...]

A liberdade para Gabriel, portanto, está conectada com a ideia de que temos direito de ser o quisermos, ao passo que para Eduardo, conforme segue, liberdade significa conseguir não ser escravo das situações não reagir a elas de forma automática, ser um observador. Vejamos:

Liberdade para mim é desenvolver o pensamento alargado, capacidade de se distanciar dos acontecimentos para conseguir escolher como você quer responder as situações em vez de reagir a elas. A forma de liberdade que eu defendo é “Emancipate yourselves from mental slavery None but ourselves can free our minds” (Liberdade da ilusão) (Eduardo Araújo, 28 anos)

Para outros liberdade é compreendida como uma construção diária e está limitada pelo respeito ao outro. Neste sentido, segue *in verbis* a resposta fornecida por Natascha (31 anos):

[...]é permitir-se ser, em essência, contanto que não agrida ao outro. ser livre de amarras, de julgamentos, começando por si próprio. é se descobrir todo dia um pouco mais, afinal nenhum de nós é livro completo, todo dia é página nova. e isso faz parte de uma construção diária.

Verifica-se, portanto, entre os entrevistados que o conceito de liberdade está atrelado a ideia de autoconhecimento, de saber quem se é realmente, ou seja, ligado a ideia de desenvolvimento pessoal, ideal buscado por Jimi Hendrix durante sua jornada.

Na quarta pergunta foi questionado sobre a relação entre moda e liberdade, ou seja, “Qual a relação entre moda e liberdade para você?”. Neste caso, os participantes, em sua maioria, deixaram claro que compreendiam a moda como uma forma de expressar a sua personalidade, aquilo que somos em essência. Além disso, reconheciam a moda como um instrumento de persuasão, comunicação. Neste sentido, entre as respostas destacou-se a frase: “Para mim uma frase define moda: vista-se para ser ouvido, não para ser visto. Relação entre moda e liberdade: comunicação, o que você deseja comunicar.” (Eduardo Araujo, 29 anos).

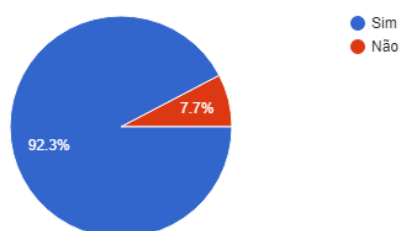
Conquanto, um dos entrevistados afirmou que “[...] a moda limita a liberdade de quem a segue estritamente.”

Questionados sobre se compreendiam a moda como uma forma de expressão, a maior parte respondeu que sim, reiterando o exposto na pergunta anterior.

Gráfico 2 - Questionário – 5ª pergunta.

5) Você entende que a roupa é uma forma de expressão?

13 responses



Fonte: Formulário “Moda e Expressão” elaborado pela autora (2021).

Dessa forma, depois de questionar os entrevistados sobre a moda ser vista como uma forma de expressão questionou-se se “6) Você usa a roupa como forma de expressão? De que maneira? O que você busca transmitir?”, ou seja, se aplicavam o conhecimento que possuíam. Neste ítem as respostas foram as mais variadas, alguns atribuíram a falta de tempo a impossibilidade de se vestir como gostaria, outros ainda que não tenham respondido de forma clara se buscavam se expressar através da moda atribuíram as suas escolhas ao humor do dia. Sendo que, de certa forma, escolhas pautadas em nosso humor irão, sim, refletir quem somos ou ao menos o que estamos pensando.

A título de exemplificação, cumpre transcrever algumas das respostas:

Menos do que poderia, por dedicar menos tempo do que gostaria. Dependendo da ocasião, para transmitir minha personalidade e o que valorizo dentro da moda (ex.: representação de etnia/cultura, designers brasileiros, estilo oriental, etc...) (Gabriel, 31 anos)

[...]

Uso, liderança e persuasão. Segurança, autoridade e modernidade. (Eduardo Araujo, 29 anos)

[...]

As vezes uso. Diversidade de cores. Tento transmitir o que o ambiente pede. As vezes algo mais a vontade e casual, as vezes quero ser mais sexy ou até mais despojada, mais social e discreta. Ultimamente tenho transmitido como sou básica e discreta, não quero chamar atenção. (Julia, 37 anos)

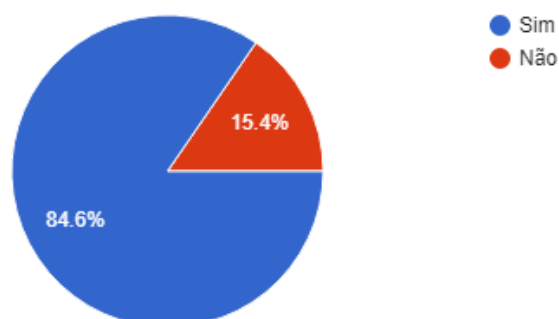
Questionados sobre se possuíam dificuldades em achar roupas que transmitissem aquilo que são, os participantes, em regra, disseram que não possuíam dificuldades. Alguns, porém, destacaram que fora do país é mais fácil adquirir peças diferenciadas e outro participante salientou que por circular em diferentes meios torna-se complicado expressar quem se é com uma roupa.

Feitas tais ponderações, questionou-se sobre o interesse acerca da sustentabilidade obtendo-se o seguinte resultado:

Gráfico 3 - Questionário – 8ª pergunta

8) Você se preocupa com a sustentabilidade?

13 responses



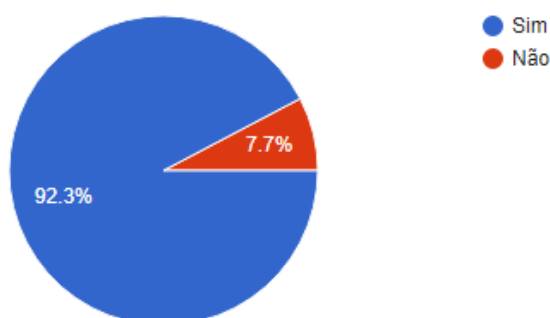
Fonte: Formulário “Moda e Expressão” elaborado pela autora (2021).

Verifica-se, portanto, que a maior parte das pessoas que responderam o questionário preocupam-se com a sustentabilidade, ideal perseguido pela marca Be Wild. Tal questionamento torna-se relevante, na medida em que a sustentabilidade está diretamente conectada a redução de resíduos que é exatamente o que se busca ao trabalhar com peças sob encomenda. Diante disso, foi feito o questionamento a seguir:

Gráfico 4 - Questionário - 9ª pergunta

9) Compraria roupas sob encomenda, ou seja, sem pronta entrega?

13 responses



Fonte: Formulário “Moda e Expressão” elaborado pela autora (2021).

Assim, pode-se afirmar que por trabalhar com peças sob encomenda, a Be Wild é uma marca que se conecta com a sustentabilidade, na medida em que reduz o excedente, uma vez que não fica com peças paradas em depósito esperando para serem comercializadas. Inclusive, salienta-se que no caso da coleção Verão do

Amor há a aplicação de bordados de forma manual. Logo, produtos que não podem ser massificados, inclusive, sob pena de se perder a essência da marca que é ressaltar a singularidade de cada um.

Assim, passou-se a investigar se o atual cenário em que estamos inseridos, a pandemia causada pelo vírus da COVID-19 surtiu impactos na vida das pessoas, isto é, trouxe de fato questionamentos e um aumento no interesse de viver ao ar livre.

Dessa forma, feita a pergunta “10) Você acredita que a pandemia trouxe reflexões? Quais?” Os entrevistados salientaram que a pandemia trouxe questionamentos sobre a necessidade de consumo consciente, preocupação com o próximo e com o meio ambiente, o fomento por roupas mais confortáveis. Respostas que acabaram sendo facilmente sintetizadas por um participante quando este afirmou que:

Com certeza. De todas as formas, convivência, família, liberdades, trabalho, o quê é ou será "normal" daqui para a frente?, quando e se tudo vai "acabar" bem, economia, política...pra quem se abriu pra isso, sim. mas, infelizmente, ainda estamos vendo MUITA gente que não aprendeu muito, ou sequer abriu a mente pra olhar em volta ~ em todos os sentidos. :((Natasha, 31 anos).

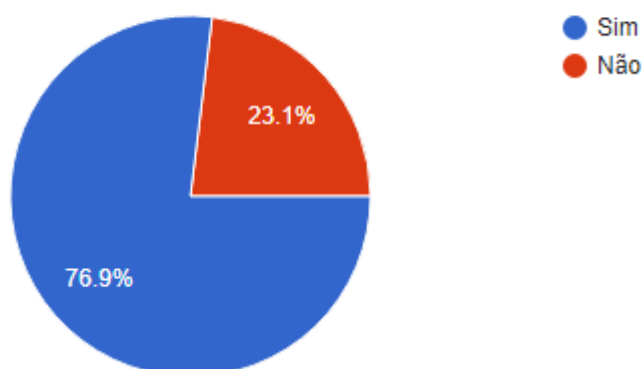
E, por fim, questionou-se sobre o aumento do interesse em atividades ao ar livre, sendo que neste ponto, 10 participantes dos 13 afirmaram que passaram a buscar mais programações ao ar livre, compactuando com a macrotendência *Outdoor trend*¹. a qual versa sobre o crescente interesse das pessoas por atividades e lugares ao ar livre, tendência que será abordada no próximo subcapítulo e que, em síntese, se conecta com a marca proposta Be Wild que prega a liberdade, a conexão com os cosmos, com a natureza, a reconexão com o verdadeiro eu. Este interesse pelas atividades ao ar livre faz com que se surja a necessidade de uma coleção que atenda a tais anseios, que traga a natureza, a liberdade e a fluidez como elementos a serem considerados no momento da confecção dos *looks*.

¹ “Tendência ao ar livre” (tradução livre)

Gráfico 5 - Questionário – 11ª pergunta

11) Você passou a buscar mais programações ao ar livre?

13 responses



Fonte: Formulário “Moda e Expressão” elaborado pela autora (2021).

Desta forma, a partir da pesquisa de campo e do questionário aplicado criou-se uma persona para auxiliar no direcionamento da marca e de sua coleção. Conforme Carvalho (2016, p. 23): “Após a implementação da sua identidade, é necessário ser capaz de olhar a marca (como um todo) e entender o seu significado. Compreender a quem ela se destina, qual o seu estilo de vida, tipos de uso”, por tal motivo, criou-se a persona Carina cuja descrição segue abaixo:

Figura 46 - Persona



Carina

33 anos, arquiteta, apaixonada por arte e música, há aproximadamente 3 anos começou a buscar se autoconhecer, questionar os padrões vigentes. Assim, passou a cuidar da alimentação, praticar yoga e meditação e assistir palestras e documentários sobre filosofia, sociologia.. Com um estilo casual, Carina adora momentos ao ar livre, com amigos e namorado, ir a praia, ficar em volta da fogueira e até mesmo se aventurar em acampamentos. A pandemia fez com que os momentos intimistas ao ar livre fossem cada vez mais apreciados por ela.

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Carina, portanto, é uma mulher que busca seu desenvolvimento pessoal, se autoconhecer e expressar a sua singularidade através de suas roupas. Seus gostos, desejos e anseios deram forma ao *moodboard* que segue.

Figura 47 - Moodboard da persona.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Dessa forma, tem-se que a persona criada como representante da marca, busca se autoconhecer, expressar a sua singularidade, respeita aos outros e a si, o meio ambiente, preza por uma boa alimentação, pois compreende que sua casa é seu lar, gosta de música, pratica yoga e não abre mão de estar com seus amigos, ao ar livre celebrando a vida. Isto é, Carina tem este jeito único de buscar se aprimorar internamente e de tentar, ao máximo, demonstrar quem ela é externamente, exatamente como Jimi fez ao longo de sua carreira. O músico que era conhecido por suas paixões, estava sempre tentando se aprimorar, a música e a roupa eram suas formas de conexão e expressão com o mundo

8.1.2 Pesquisa não contextual

Como pesquisa não contextual buscou-se a analisar as macro tendências do mercado, para tanto realizou-se uma pesquisa por sites na internet obtendo-se a macro tendência “Outdoor trend” (tendência ao ar livre) como a tendência atrelada diretamente a marca Be Wild.

Em síntese, a tendência ao ar livre se desenvolveu como resposta a pandemia causada pelo COVID 19. Com a necessidade de distanciamento social imposto pelo vírus, as pessoas passaram a preferir atividades ao ar livre, ambientes naturalmente arejados capazes de transmitir um mínimo de segurança, para tanto a arquitetura precisou se adaptar. Desta forma, foi ampliada a construção de lugares abertos e houve um aumento na utilização de materiais rústicos, uma busca por uma estética mais natural. Essa mudança de comportamento acabou impactando, também, diretamente na moda. Afinal, as pessoas passaram a buscar roupas que conversem com esses espaços, peças fluídas, despretensiosas e leves que auxiliam a atenuar a rigidez imposta pelo isolamento (BEL, 2021).

8.1.3 Contrabriefing

Assim, a partir da análise do briefing, da pesquisa contextual e não contextual, foi possível se estabelecer um *contrabriefing*. O *contrabriefing*, portanto, corresponde a um reposicionamento do problema anteriormente estabelecido considerando os recursos disponíveis, as tendências identificadas, um ajuste da solicitação conforme as reais necessidades identificadas (SCALETSKY, 2016).

Neste caso, as pesquisas efetuadas levaram ao estabelecimento do seguinte *contrabriefing*, a criação de uma coleção de moda que espelhe a tendência ao ar livre, conectadas com os objetivos almejados pela persona e pelo público alvo, bem como pela representatividade de Jimi Hendrix, quais sejam: a criação de uma coleção de moda para ambos os sexos, fluída, única, que traduza o conceito de liberdade em suas diversas concepções, rompendo com os parâmetros pré-estabelecidos de masculinidade, alinhada com os princípios do movimento Hippie e Peacock Revolution que impactaram a vida de Jimi.

8.2. Coleção de moda

A partir da análise do público-alvo (através de pesquisa de referências e questionário) conjugada com a persona criada e a tendência de mercado “Outdoor trend” elaborou-se um *brainstorm*, ou seja, uma chuva de ideias que representam de alguma forma o arcabouço de informações relacionadas com a marca.

Figura 48 - Brainstorm.

campo *praia* *água*
 fogueira
 quente
 amor *sexo*
 amarelo
 liberdade *pôr de sol*
 corpo *paixão* *alegria*

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A partir das palavras citadas no *brainstorm* acima criou-se um *moodboard* que deu origem ao tema de coleção denominado Verão do Amor. No *moodboard* que segue é possível ver-se a representatividade de alguns dos elementos citados, quais sejam: amor, ar livre, liberdade, solitude, compartilhamento, exterior, florescer, renascer, sexo, romantismo, diversão e alegria.

Figura 49 - Moodboard do tema de coleção.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Conforme Treptow (2013, p. 83):

Tema é a história, o argumento, a inspiração de uma coleção. A marca de moda é mais ou menos como uma escola de samba: cada coleção é um novo samba-enredo, uma nova história a contar, mas mantendo as características da marca, ou seja, o seu estilo.

Assim, a coleção Verão do Amor surge alinhada com o espírito de revolução, desejo pela liberdade, pela vida e busca pelo autoconhecimento, bandeiras representadas por Jimi Hendrix durante sua breve história e que fazem parte da marca Be Wild.

O Verão do Amor representa os desejos de seus consumidores, surge de uma forma fluída, romântico e sexy simultaneamente, com tonalidades que traduzem um final de tarde na praia ou no campo, ao pé de uma fogueira ao lado das pessoas que amamos, a coleção é um grito de liberdade banhado de amor e esperança, concepções buscadas por Jimi Hendrix e pelo contexto em que vivia, qual seja, início da década de 70 com o advento do movimento Hippie e Peacock Revolution.

Inclusive, o nome do tema da coleção foi inspirado em Woodstock, festival de música com aderência ao movimento hippie e que ficou eternizado pela performance de Jimi Hendrix. O festival que, conforme mencionado anteriormente em capítulo próprio, durou 3 dias, ficou marcado pela liberdade em seus mais diversos âmbitos bem como pelo *slogan* “3 dias de paz e música”.

Assim, a coleção Verão do Amor para marca Be Wild busca trazer à tona o conceito de liberdade, fluidez, amor, sensualidade, felicidade, esperança, natureza e vida em meio aberto, ou seja, relaciona-se diretamente com a vida de Jimi Hendrix, com a sua forma de ver e experienciar o mundo, livre, sem amarras, de uma forma irreverente, sexy e fluída.

Salienta-se ainda que a fluidez que se busca trazer na coleção não se relaciona apenas ao uso de tecidos leves, soltos, mas também a fluidez do masculino. Afinal, Jimi como um representante do Peacock Revolution e do movimento Hippie trazia ao se vestir esta quebra de paradigma, abria espaço para um homem mais feminino e ao mesmo tempo sexy, com o uso de decotes profundos, calças justas e babados, o músico demonstrava que o masculino podia também ser leve. Assim, propõe-se uma coleção tanto com *looks* femininos como masculinos, representativa de uma quebra de modelos e padrões.

As cores escolhidas para a coleção, por sua vez, traduzem o romantismo e a sensualidade da coleção, a fluidez e a liberdade conforme será a seguir explorado.

8.2.1 Cartela de cores

Definido o tema da coleção, fez-se necessário determinar-se quais cores serão utilizadas para refletir a essência da coleção, ou seja, concretizá-la. Dessa forma, a partir do *moodboard* do tema da coleção trazido no subcapítulo anterior definiu-se a cartela de cores exposta na figura a seguir:

Figura 50 - Cartela de cores



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Da análise da cartela, verifica-se que entre as principais cores escolhidas encontra-se o azul, uma cor eminentemente positiva, posto que não há qualquer sentimento negativo em que ela predomine, é a cor preferida. Associada com o céu, o azul é a cor do divino "a cor que queremos que permaneça sempre imutável para todos, algo que deve durar para sempre" (HELLER, 2013); o vermelho escuro, cor que está intrinsecamente ligado as religiões próximas a natureza, pois o vermelho é associado ao sangue que se encontra diretamente relacionado ao sexo e, conseqüentemente, a fertilidade. Inclusive, religiões como a "Wicca" utilizam o sangue da menstruação no solo, a fim de trazer fertilidade a terra; o amarelo, cor lúdica, a qual age de forma alegre e revigorante, e encontra-se relacionada à disposição amistosa, a floração. Diz-se, também, que a cor amarela pertence ao verão, é cor da maturidade; o verde, descrito como uma cor natural, simbólica da natureza e associado com a saúde, pois é a cor das plantas: "O verde faz parte do

acordo da felicidade: ouro-vermelho-verde- o ouro representa a riqueza, o vermelho o amor e o verde a saúde" (HELLER, 2013). E, mais, o verde é simboliza o germinar, a primavera, a esperança, isto é, a estação da fertilidade (HELLER, 2013).

Outrossim, verifica-se na cartela de cores a presença de tons que remetem ao violeta e ao laranja, de forma que conforme os ensinamentos de Heller (2013) azul-violeta-laranja compões aquilo que a autora denomina "[...]o acorde da fantasia" e, nada mais lúdico do que voltar a viver normalmente ao ar livre na pós pandemia.

Assim, a fim de trazer a liberdade buscada pela coleção confeccionou-se a cartela de matérias descrita a seguir.

8.2.3 Cartela de materiais

Tão importante quanto a cartela de cores para uma coleção é a cartela de materiais, posto que ela irá ser capaz de concretizar aquilo que estamos imaginando em termos de coleção. Conforme Treptow (2013, p. 119): "Deve-se considerar a adequação do tecido ao artigo que se pretende produzir". Além disso, não se pode desconsiderar a estação do ano para a qual será produzida.

Desta forma, considerando que a coleção Verão do Amor será criada basicamente para a primavera/verão e, tendo em vista o conceito da coleção, qual seja, uma coleção fluída, romântica e sexy, que preza pela vida ao ar livre, buscou-se utilizar tecidos que transmitem leveza, frescor e sensualidade, seja através da transparência e fluidez e/ou até mesmo pela possibilidade de se ajustarem ao corpo. Assim, tecidos como a seda e o crepe foram incorporados a cartela que prevê, inclusive, a sarja e o jeans, conforme se verifica a seguir:

Figura 51 - Cartela de materiais



Fonte: Elaborada pela autora (2021).

Tais tecidos servem, inclusive, como elemento para trazer sincronidade a coleção, ou seja, criar as conexões necessárias para que se compreenda que fazem parte de um todo, de um conceito formulado.

Conquanto, a confecção das roupas necessita necessariamente do emprego de aviamentos, materiais utilizados para compor, fechar, ornar as roupas (Treptow, 2013), itens que serão explicitados no próximo subcapítulo.

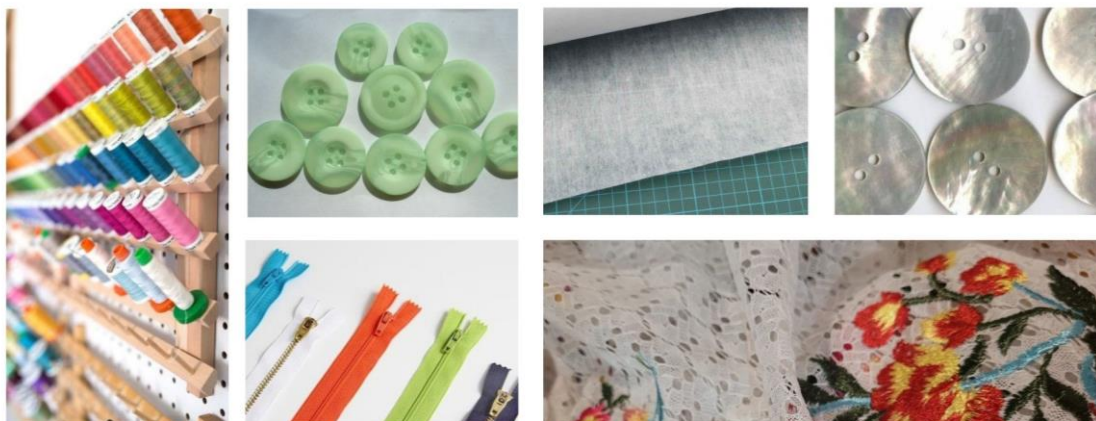
8.2.4 Cartela de Aviamentos

Para confecção das roupas da Coleção Verão do Amor foi necessário além dos tecidos, linhas, botões, fechos, zípers, entretela, bem como bordados de linha que foram reaplicados, tais elementos constituem aquilo que Treptow (2013) denomina como aviamentos.

Estes elementos precisam ser necessariamente previstos na ficha técnica e podem ser classificados conforme a sua função (componentes ou decorativos) ou conforme a sua visibilidade (aparente ou não aparente). Os bordados de linha, por exemplo, os quais foram extraídos de um tecido e aplicados manualmente são compreendidos como decorativos e aparentes conforme Treptow.

Na imagem que segue traz-se uma cartela exemplificativa dos aviamentos necessários a confecção da coleção.

Figura 52 - Cartela de aviamentos



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Por fim, cumpre salientar que além da cartela de cores, materiais e aviamentos, é necessário que se tenha previamente definido quais serão os elementos de estilo adotados na coleção para que se traga a ela unidade, tal assunto, por sua vez, será tratado de forma pormenorizada a seguir.

8.2.5 Elementos de estilo

Na lição de Treptow (2013) os elementos de estilo servem para conferir unidade a coleção, são detalhes que acabam sendo repetidos de um *look* para o outro, a fim de trazer uniformidade ao que está sendo apresentado. Dessa forma, considerando que a coleção Verão do Amor está alinhada com o vestuário de Jimi Hendrix e os movimentos que lhe influenciaram, quais sejam, Peacock Revolution e Movimento Hippie; o primeiro marcado pela fluidez, ousadia e sensualidade na forma de se vestir dos homens, de forma que eles se tornam verdadeiros pavões, e; o segundo marcado pelas peças fluidas, babados, bordados e customizações, faz-se necessário um equilíbrio entre eles para trazer unidade a coleção.

Dito isso, para compor a coleção Verão do Amor, a qual busca trazer o conceito de fluidez e liberdade em seus mais amplos aspectos, utilizou-se os seguintes elementos de design: aplicação de bordados em linha, decotes profundos

que deixam o colo à mostra, babados, ombros e barriga à mostra, peças ajustadas, calças e mangas boca de sino.

Figura 53 - Elementos de estilo



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Dessa forma, buscou-se traduzir na coleção Verão do Amor um pouco da sensualidade do Peacock Revolution sustentada por Jimi Hendrix através do uso de peças ajustadas, decotes profundos, ou seja, de uma modelagem mais fluída no sentido de gênero, abandonando-se a ideia de um masculino fechado, sóbrio, dando abertura a liberdade de ser e existir de outra forma, de tal forma que muitas das peças podem ser, inclusive, utilizadas por mulheres e o que acabou influenciando para que a coleção fosse, em grande parte direcionada ao público feminino.

Além disso, efetuou-se, também, um resgate dos ideais do movimento Hippie, que marca o espírito do tempo vivido por Jimi. Para tanto, utilizou-se dos babados, das bocas de manga de sino, dos ombros à mostra e da customização feita através da aplicação manual de bordados em linha, a fim de trazer à coleção o romantismo, a liberdade, e o *handmade* (feito à mão) do movimento hippie, o qual impactou diretamente no traje de cena de Jimi Hendrix. Conforme se verifica nas fotografias do músico colacionadas neste trabalho, Jimi foi frequentemente fotografado em seus shows trajando blusas com babados, calças e mangas boca de sino, decotes acentuados, ou seja, com roupas diretamente atreladas a estética Hippie, contexto em que estava inserido. E, mais, não se pode olvidar que ele realizava a compra de muitas peças de roupas em brechós, típico comportamento do movimento Hippie que pregava a utilização de peças de segunda mão, *handmade*, customizadas, contrárias ao consumo exacerbado.

Assim, bordados, decotes, modelagens ajustadas e fluídas, cores claras e escuras, passaram a compor o mix de coleção do Verão do Amor.

8.2.6 Mix de coleção

Para Treptow (2013, p. 95):

O mix de produtos refere-se à variedade de produtos oferecidos por uma empresa. Pode ser avaliado mediante sua abrangência (número de linhas de produtos oferecidas), e sua extensão (número de produtos em cada linha) e sua profundidade (número de versões de cada produto).

O mix de produto, portanto, relaciona-se ao número de artigos que se possui dentro de cada parâmetro, ou seja, quantas blusas, camisetas, shorts e etc que possuímos dentro de cada coleção.

O mix de moda, por sua vez refere-se a categoria em que o produto encontra-se inserido, ou seja, se ele é um produto básico, fashion ou de vanguarda. Para Treptow (2013, p. 96):

- básicos: modelos que estão presentes em quase todas as coleções. Peças funcionais que costumam ter a venda garantida. [...]
- fashion: modelos que estão comprometidos com as tendências do momento atual através de formas, cores e padronagem. [...]
- vanguarda: são peças complementares. Comprometidas com as peças atuais ou futuras, sem sempre apresentam características muito comerciais. São as peças “mais diferentes” que carregam o “espírito da coleção” e poderão se usadas em vitrines, fotos e desfiles.

Dito isso, segue o quadro de coleção com o número de peças previstas na coleção Verão do Amor e seus respectivos enquadramentos no mix de moda.

Figura 54 - Quadro do mix de coleção

MIX DE PRODUTO/ MIX DE COLEÇÃO	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA	TOTAL
Blusa/cropped		4		4
Vestido			1	1
Camisa	1	2		3
Calça		3		3

Saia		4		4
Bermuda/short	2			2
Cardigã		1		1
Colete		1		1
Total	3	15	1	19
Distribuição percentual	15,78%	78,94%	5,24%	100%

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Em síntese, a coleção Verão do Amor será dividida entre peças fashion e peças de vanguarda. Afinal, como se irá trabalhar com venda sob encomenda e para consumidores ávidos em demonstrar ao mundo quem são e como pensam, a coleção foi projetada com a ideia de questionar os padrões.

Sendo que, diante da ausência de peças prontas para entrega não foi previsto o número de peças totais, pois não irá se trabalhar com estoque, de forma que não há como prever quantas peças de cada tamanho serão confeccionadas.

8.2.7 Croquis

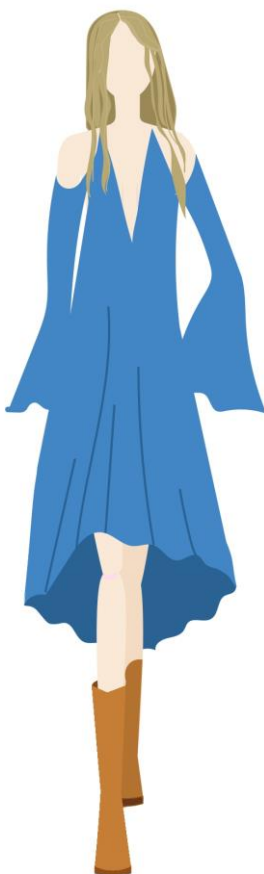
Os croquis também chamados de desenhos de moda servem para a visualização da coleção como um todo. Através dele é que é possível se estabelecer uma correlação entre as peças e com o tema de coleção (TREPTOW, 2013).

O croqui de moda pode ou não surgir de um esboço, ou seja, de um desenho rápido que não leva em consideração textura, caimento, cor ou acabamento, mas tão somente busca registrar uma ideia que poderá ou não ser posteriormente objeto de um croqui. “Em resumo, croqui de moda é uma representação de emoções, conceitos, referências e experiências, através de roupas ou uma coleção.” (CROQUI...,2020). Sendo que o croqui pode, até mesmo, servir como assinatura de um estilista, caso seja empregado nele sua personalidade.

O primeiro *look* (figura 55 – croqui 01) é composto por um vestido de cor azul, fluído, com decote em “V” profundo na frente e nas costas, alças finas, ombros à mostra, mangas longas boca de sino, assimétrico (costas mais longas). Os elementos de estilo constantes neste *look* são o formato das mangas, com ombros de fora e boca de sino, o decote profundo em “V”, além da fluidez trazida pelo tecido

e assimetria da saia. Trata-se de um *look* de vanguarda, ou seja, um vestido que traduz a alma da coleção, a ideia de romantismo e sensualidade atrelada a leveza que se pretende demonstrar no Verão do Amor. A cor do tecido, tom azul, foi escolhida para trazer ainda mais frescor a peça, associando-o ao ar livre, ao céu azul, e, conseqüentemente a liberdade, princípios buscados na coleção que se encontra inspirada não somente na liberdade de Jimi Hendrix, mas também na macrotendência “Outdoor”. Neste sentido, segue o *look*:

Figura 55 - Croqui 01 – Coleção Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O segundo *look* (figura 56 - croqui 02) é composto por uma blusa *cropped* verde, com decote profundo em “V” na frente e nas costas, em tecido fluído, com alças finas, babados nos ombros, com um short de linho em tom terra com aplicações de flores bordadas em linha. Os elementos de estilo presentes no *look* são, o decote profundo em “V”, os babados, os ombros à mostra e o bordado em

linha aplicado. Este *look* pode ser compreendido como um produto *fashion*, facilmente utilizado no dia a dia, e foi escolhido como forma de trazer sensualidade e romantismo, princípios buscados na coleção. Os ombros e a barriga à mostra, combinados com o decote profundo, trazem sensualidade a peça, pontos ressaltados por Jimi Hendrix ao se vestir, uma vez que influenciado pelo Peacock Revolution - o músico abusava de decotes profundos e peças ajustadas que evidenciavam seu corpo trazendo poder e sensualidade ao palco. Os babados e o bordado, por sua vez, trazem a leveza e o *handmade*, conceitos empregados pelo movimento Hippie e que também eram utilizados por Jimi Hendrix. As cores escolhidas para o *look*, verde e terra, trazem à tona o princípio de florescimento, desabrochar, sentimentos atrelados ao período em que Jimi viveu, bem como a coleção Verão do Amor, conforme se verifica a seguir:

Figura 56 - Croqui 02 – Coleção Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O terceiro *look* (figura 57 – croqui 03) é composto por uma blusa *cropped* de cor amarela, fluída, com manga morcego, decote em “V”, saia na cor terra com botões e aplicação de bordados de flores em linha. Neste caso, estamos diante de um *look fashion*, seus elementos de estilo são a fluidez do tecido, a barriga à mostra, o decote “V”, bem como as flores bordadas em linha aplicadas. Neste caso, a barriga à mostra traz à tona a sensualidade de Jimi, a manga morcego dão fluidez ao *look* e, mais, a aplicação de flores bordadas em linha trazem o *handmade* e o romantismo ao *look*. A escolha das cores, amarela e terra, trazem a natureza ao *look* ao mesmo tempo que conferem a ele um tom de ludicidade, uma vez que a cor amarela é atribuída ao sol e a floração. Novamente, a coleção Verão do Amor é representada neste croqui que fomenta a iluminação, ou seja, a busca do sol que pode ser compreendido também como autoconhecimento e conseqüentemente a liberdade, uma vez que nos termos das entrevistas realizadas o conceito de liberdade é reconhecido pela maior parte das pessoas como autoconhecimento. Ademais, o *look* fomenta a sensualidade e o romantismo buscado na coleção e por Jimi ao se vestir. Vejamos:

Figura 57 - Croqui 03 – Coleção Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O quarto *look* (figura 58 – croqui 04) é composto por um *cropped* na cor rosa com mangas boca de sino, decote canoa, e uma saia evasê na cor amarela, assimétrica (frente mais curta que as costas), com babados e flores bordadas em linha aplicadas. *Look fashion*, os elementos de estilo são a barriga à mostra, as mangas boca de sino, a assimetria da saia, os babados e os bordados em linha aplicados. Este *look* traz à tona a ousadia da pele à mostra, barriga e pernas de fora, bem como romantismo através do uso de babados e bordados. Neste caso, a sensualidade e liberdade são trazidas de uma forma romântica, principalmente em razão das cores escolhidas, rosa e amarelo, as quais trazem à tona os sentimentos de amor e florescimento. Percebe-se neste *look*, também, a influência da vestimenta de Jimi Hendrix, posto que babados e pele à mostra eram pontos característicos de seu vestuário, de forma que ele acabava trazendo fluidez ao masculino com romantismo e sensualidade. Além disso, o *look* conecta diretamente com as ideias de liberdade, amor e florescimento que fazem parte do tema Verão do Amor. Assim, cumpre alisar o *look* que segue:

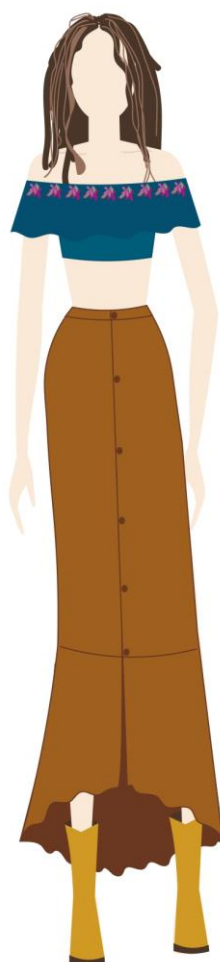
Figura 58 - Croqui 04 – Coleção Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O quinto look (figura 59 – croqui 05) é composto por um *cropped* de cor azul com os ombros à mostra, babados e bordados de flores em linha aplicados e uma saia com a barra assimétrica, babados, na cor terra. Os elementos de estilo constantes neste *look fashion* são os babados, a assimetria da saia, os ombros e a barriga à mostra e os bordados aplicados. As cores escolhidas, azul e terra, trazem com elas, intrinsecamente, o conceito de vida *outdoor*, de liberdade. O *look* retoma os conceitos de sensualidade e romantismo de Jimi ao se vestir, ao mesmo tempo em que conecta com a ideia de vida livre, algo que o músico buscava, assim como o conceito da coleção Verão do Amor. Neste sentido, segue o *look*:

Figura 59 - Croqui 05 – Coleção Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O sexto *look* (figura 60 – croqui 06) é composto por uma blusa com decote profundo em “V” na cor vermelha escura, um cardigã com mangas boca de sino e aplicação de flores bordadas em linha, saia assimétrica transpassada na cor azul.

Trata-se de um *look fashion* cujo elementos de estilo são o decote profundo em “V”, os bordados em linha aplicados, a assimetria e as mangas boca de sino. Um *look* com cores fortes e composição inusitada que traz consigo as características do vestuário do Peacock Revolution que marcou a forma de Jimi Hendrix se vestir, o decote profundo traduz a sensualidade do músico, o cardigã com flores bordadas atrela-se ao movimento Hippie e poderia ter sido visto facilmente compondo os looks de Jimi marcados por sua vivacidade e irreverência. As cores chamam a atenção para o conceito de liberdade. O vermelho, conforme mencionado anteriormente neste trabalho, é visto por algumas culturas como a cor da fertilidade, ao passo que a saia assimétrica assemelhasse as petaladas de flores que, combinadas com o cardigã com flores aplicadas, tornam o *look* um verdadeiro florescer repleto de sensualidade. Desta forma, o *look* molda-se ao intuito da coleção Verão do Amor, liberdade, amor, romantismo e sensualidade.

Figura 60 - Croqui 06 – Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O sétimo *look* (figura 61 – croqui 07) traz uma camisa azul, com mangas longas e babados nas pontas e decote “v” profundo, com um colete na cor vermelha escura e uma calça jeans justa. O *look* que mescla itens de vanguarda e *fashion* possui como elementos de estilo o decote “v” profundo, os babados, a fluidez, e a peça mais ajustada ao corpo. Denota-se, assim, a sensualidade no mundo masculino, o despreendimento dos padrões, a fluidez do gênero que era explorada por Jimi em seus *looks*. Afinal, ao se colocar o decote acentuado em uma peça masculina traz-se à tona a quebra de um paradigma, a de que o colo masculino precisa ser escondido, resguardado, a calça justa acentua a virilidade e o uso do jeans remete a estética hippie, a qual incorporou o tecido ao guarda-roupa. Vê-se, portanto, a retomadas de diversos conceitos num mesmo *look*, quais sejam: romantismo, sensualidade, fluidez e liberdade. Assim, o sétimo *look* que, frisa-se, poderia ser facilmente utilizado por homens e/ou mulheres, conecta-se diretamente ao tema de coleção Verão do Amor que busca a liberdade em seus diferentes nuances (liberdade de ser, de viver e comportar-se conforme as suas próprias escolhas). Assim, vejamos:

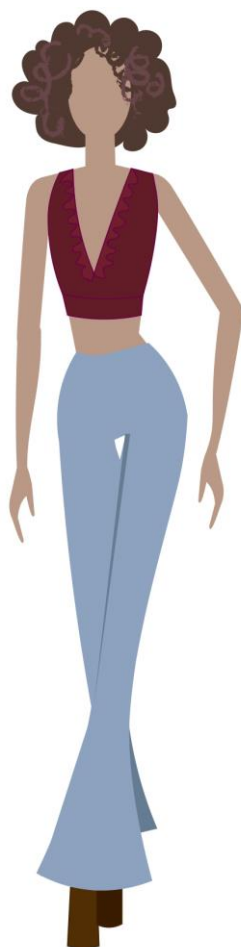
Figura 61 - Croqui 07 – Coleção Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O oitavo *look* (figura 62 – croqui 08) é composto por uma calça jeans boca de sino, com um *cropped* de alças na cor vermelha escura com babados e decote “V” profundo. *Look fashion*, pode-se dizer que é uma espécie de variação do sétimo *look*, os elementos de estilo neste caso são o decote “v” profundo, a barriga e ombros à mostra, a modelagem da calça justa nas pernas e boca de sino. Tal *look*, inclusive, poderia ter sido facilmente utilizado por Jimi Hendrix, posto que seu vestuário foi influenciado pelas roupas que sua avó usava em suas apresentações. A fluidez do masculino em Jimi permite uma conexão direta com este *look* que traz de forma despreziosa sensualidade. O uso da cor vermelha no *cropped*, cor atrelada por algumas culturas antigas a fertilidade, traz a potência de agir ao feminino, a mesma potência que Jimi destacava em suas roupas e apresentações. Amor, sexo e fertilidade são as ideias salientadas por este *look* que compõe o Verão do Amor. Neste sentido, segue:

Figura 62 - Croqui 08 – Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O nono *look* (figura 63 – croqui 09) é composto por uma camisa na cor terra, fechada com botões, com mangas boca de sino, decote “V” profundo com babados e uma calça boca de sino, justa nas coxas, na cor vermelha escura. O *look* com peças *fashions* possui como elementos de estilo o decote “v” profundo, as mangas e calça boca de sino, além da modelagem justa nas coxas. Típica roupa que poderia ser vista durante o movimento Peacock Revolution, verifica-se neste *look* uma fluidez do masculino muitas vezes representadas nas roupas de Jimi Hendrix, inclusive, tal *look* poderia ser facilmente utilizado por uma mulher. As cores escolhidas, terra e vermelho, traduzem de certa forma uma energia masculina que, alinhada os babados, fluidez da blusa com mangas boca de sino, trazem leveza e romantismo. Assim, o nono *look* alinha-se ao espírito da Coleção Verão do Amor a qual busca a fluidez e liberdade. Vejamos:

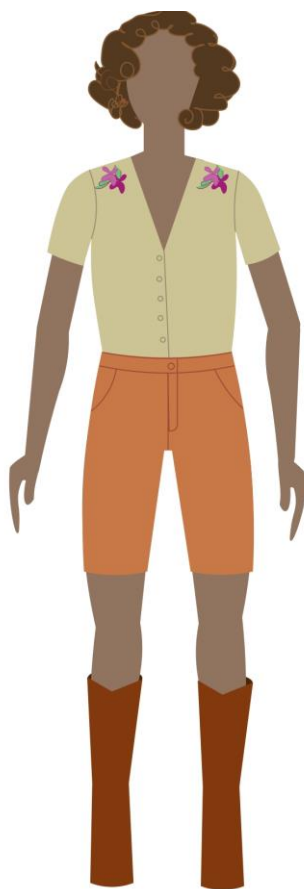
Figura 63 - Croqui 09 – Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Por fim, o décimo *look* (figura 64 – croqui 10) traz uma camisa de manga curta, fechada por botões, na cor amarela, com decote “V” profundo, com bordados em linha aplicados no ombro e uma bermuda justa na cor terra. O *look fashion* e básico, possui como elementos de estilo o decote “v” profundo, os bordados de flores em linha aplicados, bem como a modelagem justa da bermuda. Neste caso, sensualidade e romantismo caminham lado a lado neste *look* que traz o *handmade* do bordado de flores com a sensualidade do decote “v”, alinhado a bermuda justa que ressalta o corpo. Tais elementos deixam claro a influência de Jimi para a confecção desta coleção, pois novamente se traz à tona peças masculinas, mas que facilmente poderiam ser utilizada por uma mulher. A cor amarela combinada com a cor terra traz a ideia do nascer do sol, alinhando-se a ideia de um novo dia, uma nova fase, um florescer de amor que permeia a Coleção Verão do Amor. Neste sentido, vejamos:

Figura 64 - Croqui 10 – Coleção Verão do Amor



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Em síntese, o Verão do Amor é inspirado em Jimi Hendrix, nas bandeiras por ele representadas, de forma que todos os elementos de estilo utilizados, as cores, os materiais e modelagens aplicadas, deixam clara a atmosfera de romantismo, liberdade, fluidez, sensualidade e frescor que se pretende traduzir. Desta forma, nas imagens a seguir se ilustra a coleção Verão do Amor para a marca Be Wild. Nela tons que remetem a terra, a floração, ao sol e a liberdade se mesclam, algumas vezes de forma inusitada, para conferir a atmosfera buscada pela coleção. Peças fluídas, decotadas e justas demonstram essa ambiguidade e até mesmo fluidez de gênero que Jimi Hendrix trazia ao se vestir.

Figura 65 - 1/2 Quadro de coleção do Verão do Amor para marca Be Wild



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Figura 66 - 2/2 Quadro de coleção Verão do Amor para marca Be Wild



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Dos *looks* apresentados foram escolhidos quatro para serem confeccionados, peças capazes de representar o espírito da coleção Verão do Amor, tendo sido escolhidos os *looks* nº 01 (figura 55 - croqui 01), nº 2 (figura 56– croqui 02), nº 4 (figura 58 – croqui 04) e nº 9 (figura 63 – croqui 09) para representar a coleção no catálogo que acabou sendo fotografado. Vejamos:

Figura 67 - Looks escolhidos para serem prototipados.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Os *looks* escolhidos trazem diferentes elementos da coleção, ao mesmo tempo em que se relacionam entre si. O primeiro *look*, o vestido azul fluído é compreendido com um *look* de vanguarda, ou seja, item que, por si só, traduz os elementos da coleção, quais sejam: fluidez, romantismo, sensualidade, liberdade, esperança. Através dos elementos de estilo, decote “v” profundo, ombros à mostra, sensualidade, conecta-se ao segundo *look* que traz o contraste de cores, o bordado floral aplicado, elemento utilizado como conexão ao terceiro *look*, o qual retoma a ideia de romantismo, feminino, seja através dos tons utilizados, dos babados na saia. E, por fim, o quarto *look* conecta-se aos demais, trazendo o decote “V” profundo, os babados, mangas e calças boca de sino, um *look* masculino fluído e sexy, que rompe com os padrões de masculinidade e salienta os elementos que foram considerados do vestuário de Jimi Hendrix e o contexto que o influenciou na construção dos *looks* da coleção. Sendo que, para confecção de tais peças foi necessária a elaboração prévia das fichas técnicas conforme se irá analisar de forma pormenorizada no próximo subcapítulo.

8.2.8 Fichas técnicas

Documento descritivo das peças, a ficha técnica inclui além da ilustração da peça que se pretende confeccionar, ou seja, o desenho técnico², seus principais dados como: materiais, dimensões, sequência operacional e custos, de forma a viabilizar o planejamento e controle da produção (TREPTOW, 2013, p. 161).

As fichas que seguem descrevem as peças que vieram a ser prototipadas para ilustração da coleção Verão do Amor.

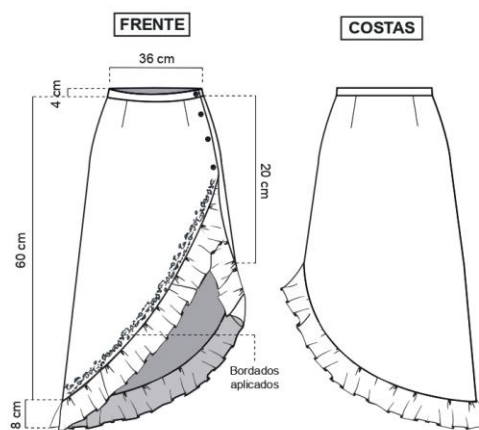
A título de exemplificação se trouxe a ficha técnica da Saia 01, saia evasê assimétrica, com fechamento feito por quatro botões em madrepérola, com barra em babados, aplicação de bordado em linha na parte da frente acompanhando a barra da saia, com pences na frente e nas costas e cintura com 4 centímetros de espessura e 36cm de cintura na parte da frente. Tal peça custou R\$ 292,36, considerando R\$ 112,36 em materiais e R\$ 180,00 com o custo de manufatura.

² “Também conhecido como desenho planificado ou desenho de especificação, o desenho técnico tem por objetivo comunicar as ideias do designer ao setor de amostra (modelagem e pilotagem). [...] não aparece um corpo de manequim. São evitadas distorções e alongamentos característicos dos desenhos de moda, pois sua intenção é fornecer uma informação precisa de como deverá ser confeccionada a peça. Por isso, a riqueza nos detalhes é importante, e o modelo é desenhado de frente e de costas.” (TREPTOW, 2013, p. 144).

Figura 68 - Ficha técnica – saia do Look 03

FICHA TÉCNICA

Nome da empresa: BE WILD		Matéria prima principal																												
Coleção: VERÃO DO AMOR		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/m	Preço total																				
Modelo: SHORT		Crepe Mousson	100% Poliéster	126	2 m		Empório das Sedas	1,50 m	R\$ 39,50	R\$ 79,00																				
Referência: S02		Matéria prima secundária																												
Designer: RENATA CERATTI		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/un	Preço total																				
Modelista: MARIA DE BONA		Botões	Madrepedra	Bege	4 un		Fofa		R\$ 2,50/un	R\$ 10,00																				
Piloteira: MARIA DE BONA		Tec. renda bordada Angelica	100% Poliéster		40 cm		Makro Central Aviamentos LTDA	1,28 m	R\$ 45,90/m	R\$ 18,36																				
Data: 21/10/2021		Linha	100% Poliéster	Bege	1 un		Fofa		R\$ 2,50/un	R\$ 2,50																				
		Custo costureira		R\$ 180,00																										
		Custo total		R\$ 292,36																										
Descrição da peça: Saia evasê midi com babados na barra, bordados, fechada a lateral com botões, assimétrica.		Sequência operacional:																												
Tamanho da peça piloto		<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">Grade de tamanhos</th> </tr> <tr> <th>PP</th> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>GG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>X</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>36</td> <td>38</td> <td>40</td> <td>42</td> <td>44</td> </tr> </tbody> </table>									Grade de tamanhos					PP	P	M	G	GG	X		X			36	38	40	42	44
Grade de tamanhos																														
PP	P	M	G	GG																										
X		X																												
36	38	40	42	44																										
Etiqueta:		Operação																												
Tipo		Maquinário																												
Localização		Corte																												
Bordada		Unir laterais da saia																												
Beneficiamento:		Inserir babados																												
		Fechar pences																												
		Bainha do babado																												
		Inserir cós																												
		Bainha da cintura																												
		Bainha da lateral da saia																												
		Colocação dos botões																												
		Casear botões																												
		Aplicação de bordados																												
		Limpeza																												
		Revisão																												
		Embalagem																												



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Esta, portanto, é a ficha técnica de uma das peças que foi confeccionada nos termos descritos no próximo subcapítulo. As fichas técnicas das demais peças, por sua vez se encontram no Apêndice B deste trabalho.

8.2.9 Confeção da coleção

A coleção acabou sendo executada pela costureira Maria de Bona a qual utiliza a técnica de *moulage* para a confecção de suas roupas. Conforme Silveira (2017, p. 2), *moulage* é uma:

Palavra francesa, derivada de moule que significa forma. É sinônimo da palavra draping do inglês, que quer dizer dar forma e caimento ao tecido (S. Burtin – Vin Holes – Dicionário Francês/Português. Ed. Globo, 1997). *Moulage* é o método utilizado para criar modelos tridimensionais, sobre a forma do corpo. O modelo bidimensional é passado para a realidade tridimensional que dá forma ao tecido. A *moulage* é uma técnica de modelagem, onde a construção do modelo do vestuário é feita diretamente sobre o corpo de modelo vivo ou busto de costura, permitindo a sua visualização no espaço, bem como seu caimento e volume, antes de a peça ser confeccionada. O processo de modelagem tridimensional facilita o

entendimento da montagem das partes da roupa e suas respectivas funções. A técnica permite a produção de peças bem projetadas, com caimento perfeito, favorecendo a percepção das formas estruturais do corpo durante a construção das roupas.

No quadro a seguir vê-se imagens da costureira Maria e de seu ateliê:

Figura 69 - Quadro sobre Maria de Bona



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Na sequência verificam-se imagens de alguns dos materiais/aviamento que foram utilizados nas confecções das peças:

Figura 70 - Fotografias dos materiais/aviamento utilizados na confecção das roupas



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Para a confecção das peças Maria utilizou a técnica de moulage, utilizando-se de um manequim para *moulage*, tesoura, fita métrica, bem como as máquinas de costura reta e overloque. Nesse sentido, seguem as imagens dos utensílios utilizados:

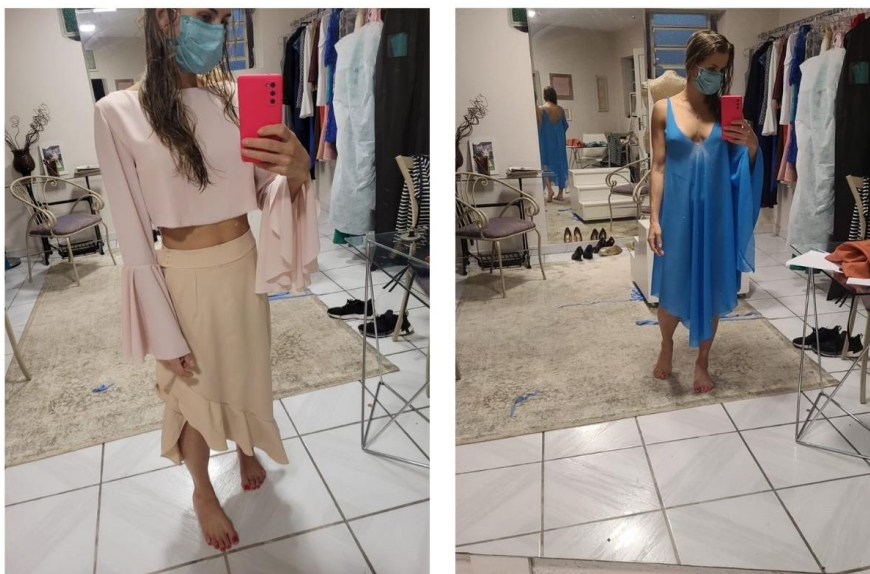
Figura 71 - Quadro dos equipamentos/utensílios utilizados na confecção das roupas.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Na técnica de moulage empregada por Maria, a roupa é cortada diretamente no tecido final, de forma que foi necessária somente uma medição para os ajustes finais. Nas imagens que seguem é possível verificar-se um pouco deste processo da prova das roupas:

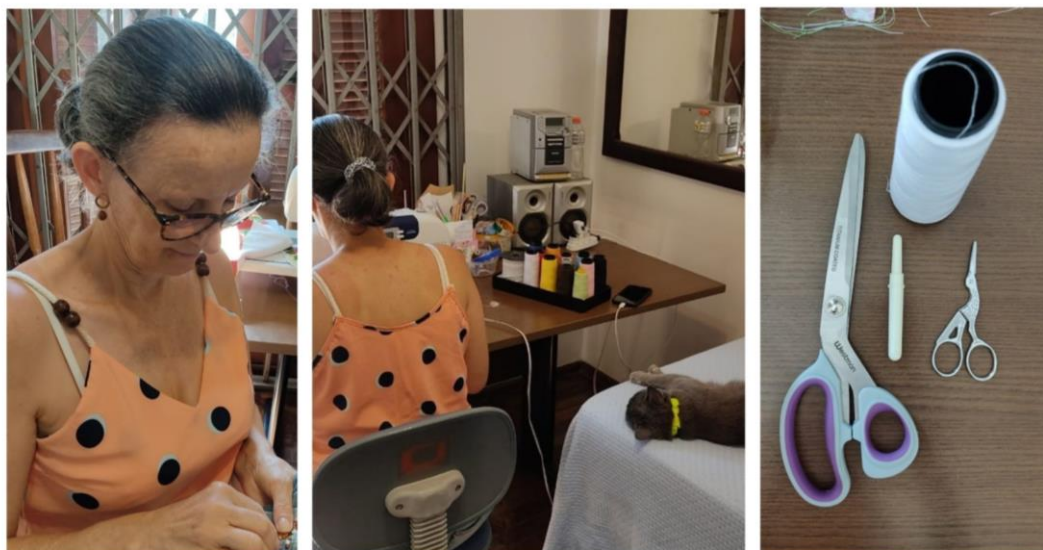
Figura 72 - Imagens da prova das roupas no ateliê de Maria.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Uma vez finalizada a etapa de costura das peças, em virtude do tempo (posto que o término da coleção foi atrasado diante da necessidade de distanciamento social imposta, pois a modelo/autora deste trabalho foi acometida pelo COVID durante o período de prova das peças), a aplicação dos bordados adquiridos acabou sendo realizada de forma manual pela artesã Luiza Denicol. Desta forma, os bordados em linha de flores que se encontravam na renda Angélica foram destacados e, posteriormente, costurados as peças de forma manual com linha de cor branca. Nas imagens que seguem é possível ver o material utilizado para confecção do trabalho, bem como a artesã e seu ateliê.

Figura 73 - Imagens da artesã Luiza, seu ateliê e o material por ela utilizado.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Verifica-se, portanto, que a coleção contou com a aplicação manual de bordado em linha. Conforme explicitado em capítulo anterior, uma das características do movimento Hippie era a manualidade, muitas vezes simbolizada pela customização das peças, como uma forma de se contrapor ao consumo exacerbado, viabilizando a ressignificação das peças e diminuindo o consumo. A manualidade, portanto, foi um dos princípios que se buscou retomar na confecção da coligação.

Prototipadas algumas peças da coleção Verão do Amor se passou a explorar de que forma a coleção seria comunicada, instrumento necessário para viabilizar a venda das peças, assunto que será abordado no próximo subcapítulo.

8.2.10 Comunicação da coleção

Como forma de comunicação da coleção utilizou-se a técnica de editorial de moda para a produção de um catálogo. Conforme Treptow (2013, p.194): “O catálogo é uma importante ferramenta de apoio à divulgação e comercialização da coleção.” Neste caso, optou-se pelo catálogo de modal institucional o qual será vinculado através de publicações no Instagram da marca e que nos termos de Treptow (2013, p. 194):

[...] visa transmitir ao consumidor através das fotografias artísticas e editoriais que valorizam 'atitude', deixando o produto em segundo plano. O catálogo institucional divulga o 'clima' da coleção e pode ou não apresentar todas as peças.

E foi com a ideia de transmitir o clima da coleção que as fotos foram tiradas pelo fotógrafo Leonardo Hostyn na cidade de Carlos Barbosa, município que se encontra localizado à 106km de Porto Alegre, mais especificamente nas terras da falecida avó da autora deste trabalho, Dezanira Guerra Denicol, uma forma de trazer e prestigiar o seu legado, assim como Jimi Hendrix fazia ao se vestir para o palco exaltando sua origem negra e indígena.

Além da ideia de legado, o local foi escolhido pela sintonia com o tema Verão do Amor, um cenário bucólico com cavalos solto no pasto, árvores, pássaros e um açude, elementos que auxiliaram a compor a atmosfera perquirida com a coleção, a vida ao ar livre, a liberdade para ser e existir, o amor e a expansão buscada.

Conforme Carvalhal (2016, p. 256):

Para uma marca, que é mais que uma roupa, a campanha (ao que ela pretende significar), estabelecer conexões mentais a favor da construção. Uma campanha tem o potencial de despertar sentimentos, memórias e associações como poucas ferramentas.

Nas imagens que seguem é feito um breve copilado deste que foi o cenário escolhido para eternizar a coleção Verão do Amor.

Figura 74 - Imagens sobre a locação das fotos em Carlos Barbosa



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Além disso, foi realizada uma breve pesquisa por imagens de maquiagem e poses no site Pinterest, a fim de subsidiar o ensaio e conferir a ele o romantismo e sensualidade desejados, formando-se assim dois quadros inspiracionais, um com as

propostas de maquiagens e outro com as ideias de poses para fotografar a campanha.

Figura 75 - Quadro inspiracional da maquiagem.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A maquiagem feminina escolhida, portanto, trouxe à tona a feminilidade da coleção, o romantismo, através da utilização de um olhar levemente esfumado, com uma pele iluminada e batom claro. E, a maquiagem masculina trouxe a sensualidade, a quebra de paradigma de que homens não usam maquiagem, através de um olhar marcado, esfumado. Romantismo, sensualidade e liberdade passam a integrar o conceito da Coleção Verão do Amor e, no intuito de ressaltar tais conceitos foi criado um *moodboard* inspiracional com fotos para servir de inspiração a confecção do catálogo conforme vê-se a seguir:

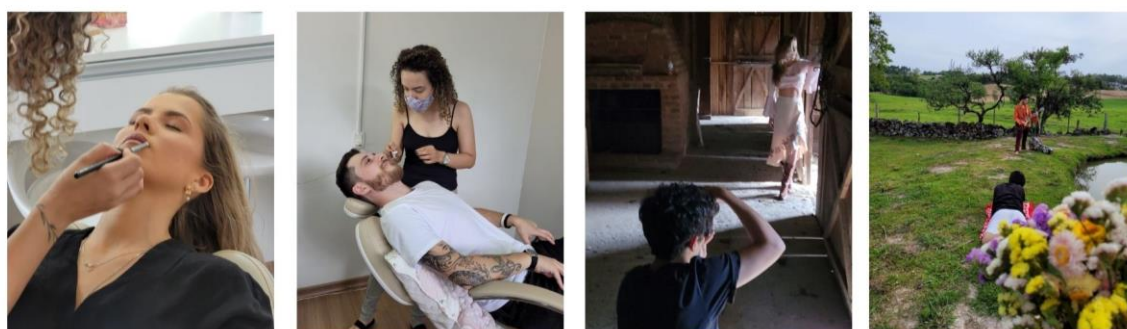
Figura 76 - Moodboard inspiracional das fotografias.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Assim, após aproximadamente uma hora e meia de viagem até a cidade de Carlos Barbosa se iniciou o processo para confecção do editorial, tendo sido registradas algumas das imagens dos bastidores da produção.

Figura 77 - Imagens dos bastidores da produção de moda.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Além das maquiagens, flores e local escolhido, a produção de moda contou com a participação da guitarra trazida pelo modelo e dos cavalos que se encontravam no terreno, tais elementos, devidamente alinhados, trouxeram a atmosfera buscada com a coleção Verão do Amor, leveza, legado, sensualidade,

romantismo, liberdade, fluidez e ruptura de parâmetros, viabilizando a produção do editorial de moda da coleção Verão do Amor que se confere a seguir:

Fotografia 1 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Fotografia 2 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Fotografia 3 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Fotografia 4 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Fotografia 5 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Fotografia 6 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Fotografia 7 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Fotografia 8 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Fotografia 9 - Foto da Campanha Verão do Amor



Fonte: Leonardo Hostyn (2021).

Quanto a ficha técnica do editorial, são importantes as seguintes informações:

Editorial: Verão do Amor

Data das fotos: 14 de novembro de 2021.

Modelos: Renata Denicol Ceratti e Lucas Goulart

Fotógrafo: Leonardo Hostyn

Maquiagem: Jennifer Marquioto

Stylist: Renata Denicol Ceratti

Produção Executiva e Conceito: Renata Denicol Ceratti

Auxiliar de produção: Andrea Cambuzzi

Locação: residência de Dezanira Guerra Denicol (*in memoriam*) – Carlos Barbosa / RS

Assim, o catálogo de moda da coleção Verão do Amor buscou através de *looks* fluídos, sexys e românticos, simultaneamente, trazer ao imaginário a ideia de um fim de tarde no campo, repleto de amor, esperança e liberdade. Para tanto a locação, a qual honra o legado da avó desta autora, e a participação do cavalo branco nas fotografias, trouxeram o frescor e a liberdade que se buscava exaltar. Inclusive, há o entendimento de que o cavalo branco simboliza o progresso espiritual e, mais, os cavalos de uma forma geral são vistos como “[...]símbolos de poder, força, liberdade, virilidade, velocidade, autoconfiança, espiritualidade e beleza.”(QUAL.....,2021). Assim, espiritualidade, autoconhecimento, liberdade, foram elementos considerados no momento da confecção do ensaio que, com a temática Verão do Amor e espelhado nas bandeiras representadas por Jimi Hendrix (liberdade, romantismo, sensualidade, fluidez ao masculino e autoconhecimento), bem como nos movimentos Hippie e Peacock Revolution, trouxe um grito de liberdade banhado de amor e esperança para a confecção de seu catálogo de moda.

Frente a isso, passamos a tecer as considerações deste trabalho no capítulo a seguir.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da análise do momento histórico em que a carreira de Jimi Hendrix se desenvolveu, qual seja, a década de 1960 nos Estados Unidos e na Europa, aprofundou-se o conhecimento acerca dos principais movimentos que marcaram o período. Sem dúvida, a década referida representou período marcado por conflitos, revoltas e conquistas. Sendo que, a compreensão acerca dos principais movimentos da época levou a elucidar possibilidades pelas quais Jimi Hendrix vestia-se da forma como o fazia, o que significava seu traje de palco e de que forma ele foi construído.

Com este trabalho buscou-se compreender possíveis significados das escolhas de Jimi Hendrix na composição de seu traje de cena, ou seja, elucidar de que forma o contexto em que o músico estava inserido contribuiu para suas escolhas de vestuário, ainda que de forma não proposital.

Assim, foi possível se compreender que muito além do que meras roupas coloridas, fluídas e, de certa forma, espalhafatosas, o traje de cena de Jimi Hendrix refletia o espírito da época, rompia com os velhos padrões de masculinidade trazendo fluidez ao gênero, afirmava a liberdade sexual e corporal do músico, exaltava suas origens, fosse pelo uso do cabelo *black power* ou pela jaqueta de franjas tipicamente *cherokee*. A vestimenta de Jimi ainda é representativa de insatisfações políticas de uma época que convive com a Guerra do Vietnã. Em seus shows, Jimi exaltava a busca pela harmonia, paz e amor, por meio de estampas florais, babados. Demonstrava a individualidade no palco ao promover combinações inusitadas, reafirmava seu valor ao utilizar roupas de tecidos nobre como veludos e chiffons de seda, ao mesmo tempo em que, se utilizando de roupas de brechós, deixava claro seu alinhamento com o espírito contracultural da época, que também rechaçava o consumo desenfreado.

A partir desta compreensão foi possível se criar uma marca de moda alinhada com os significados identificados – deduzidos - por trás das escolhas de roupas promovidas por Jimi Hendrix deduzidos ao longo deste trabalho, ou seja, uma marca capaz de pregar a individualidade, força, exuberância, liberdade, fluidez e expressividade, alinhada com a necessidade inerente de todos nós de nos encontrarmos e chegarmos a nossa essência, assim como Jimi o fez.

A partir da criação da marca, utilizando-se de aspectos da metodologia do design estratégico mas principalmente amparada na proposta de projeto de Doris

Treptow, foi possível compreender melhor os anseios do público e, assim, conceber a Coleção Verão do Amor a qual, alinhada com o espírito de revolução, desejo pela liberdade, pela vida e busca pelo autoconhecimento, bandeiras representadas por Jimi Hendrix, trouxe de uma forma fluída, romântica e sensual uma coleção de moda que traduz um grito de liberdade banhado de amor e esperança, principalmente diante do quadro de pandemia que ainda estamos enfrentando e que nos impôs, por tanto tempo, o isolamento social.

Concebido o tema de coleção, os elementos de estilo que seriam utilizados, bem como seus materiais, criados os croquis dos *looks* escolheu-se quatro que seriam confeccionados e posteriormente fotografados, criando-se um editorial de moda que traduz o espírito da coleção e que honra a influência de Jimi Hendrix e os movimentos que o impactaram.

A influência de Jimi, sua forma fluída de ser, a qual rompeu com os padrões de masculinidade vigentes à época, possibilitou a confecção de uma coleção de moda com *looks* femininos e masculinos. Apesar de a maioria das peças contemplar *looks* femininos, esta escolha não deixou de responder ao objeto deste trabalho, qual seja, desenvolver uma coleção de moda baseada em Jimi Hendrix no que ele transmitia ao se vestir. Afinal, Jimi Hendrix foi muito além da roupa, vestir-se para ele era um ato de liberdade, de demonstrar a expressão da sua individualidade sem deixar de estabelecer aproximações com suas origens e com a atmosfera de um tenso, porém rico, momento histórico vivido.

REFERÊNCIAS

- "HIPPIES" Sexo Drogas e Rock and Roll (Documentário completo). 1 vídeo (1h30min15s) Publicado por Documentários Hstóricos. [S.l.]: 4 de abril de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZP13Y8NgCek&t=204s> Acesso em: 20 de mar. de 2021.
- ABUGO ONGIRI, Amy. **Spectacular Blackness: The Cultural Politics of the Black Power Movement and the Surch for a Black aesthetic**. E-book.Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=6qNbkOO544C&oi=fnd&pg=PP1&dq=black+power+movement&ots=quvjTPZUGI&sig=ToYe8wpTIXATWB69BiGWgUvLJal&redir_esc=y#v=onepage&q=hair&f=falseackAeshetic. 2010. Acesso em: 20 de março de 2021.
- ALMEIDA, Cristovão Domingues de Almeida; GUINDANI, Joel Felipe. SÁ-SILVA, Jackson Ronie; **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais; [S.l.] Ano I, número I, jul. de 2009.
- ALMEIDA, José Carlos. **Qual a religião dos Beatles?** [S.l.]: 2016. Publicado por Portal Beatles Brasil. Disponível em:<https://portalbeatlesbrasil.com.br/new/qual-a-religiao-dos-beatles/> Acesso em: 20 de abr. de 2021.
- ALTMAN, Fábio. **E se Woodstock fosse hoje?** Não, ele não aconteceria. No mundo politicamente correto e de novas exigências da sociedade, o mar de lixo e o sexo livre do festival impediriam outra jornada de tanta liberdade. [S.l.]: Revista Veja, 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/e-se-woodstock-fosse-hoje-nao-ele-nao-aconteceria/> Acesso em: 26 de mar. de 2021.
- ANDRÉ, Henrique. **Afrofuturismo: O que é porque importa e quem tem construído esse movimento?** Publicado em Papo de Homem: 30 de jan. de 2020. Disponível em:<https://www.papodehomem.com.br/afrofuturismo-or-o-que-e-porque-importa-e-quem-tem-construindo-este-movimento> Acesso em: 01 de junho de 2021.
- ATEMPORAL: Os 10 pontos dos Panteras Negras ontem e hoje. [S.l.]: Jornalistas Livres, 2017. Disponível em: <https://jornalistaslivres.org/atemporal-os-10-pontos-dos-panteras-negras-ontem-e-hoje/> Acesso em: 26 de mai. de 2021
- BEL, Storter. **Outdoor Trend: What do you think about the outdoor trend?** Disponível em: <https://thesmedia.id/posts/the-outdoor-trend> Acesso e:08 de set. de 2021.
- BOCK, Bruno; LIMA, Junior. **10 COISAS + LOUCAS que ROLARAM EM WOODSTOCK**. [s.l.] 26 ago. 2019. 1 vídeo (17min e 20seg). Publicado pelo canal Pipocando Música. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r0jiJTG7Evg>. Acesso em: 20 de mar. de 2021.
- BOSCOV, Isabela. **'Os 7 de Chicago' Usa Caso Judicial do Passado para Alertar Sobre Presente**. [Brasil?]: Revista Veja, 2020. Acesso em: <https://veja.abril.com.br/blog/isabela-boscov/os-7-de-chicago-usa-caso-judicial-do-passado-para-alertar-sobre-presente/> Disponível em: 26 de abr. 2021.

BRANT, Leonardo. **O poder da cultura**. [S.l.]: Editora Peirópolis, 2019. *E-book* (não paginado). Disponível em: <https://pt.scribd.com/book/405705248/O-Poder-daCultura>. Acesso em: 22 de jun. de 2021.

CARVALHAL, André. **A vida imita a moda**: como construir uma marca de moda. São Paulo: Estação das Letras, 2016.

CECHELLI, Luca. Enzo Gentile, "**Electric Ladyland**" e la "**Italian Experience**" di **Jimi Hendrix 2**. [Italia?]: 2018. Postado por Musica 361. Disponível em: <https://www.musica361.it/electric-ladyland-italia-hendrix/enzo-gentile-electric-ladyland-e-la-italian-experience-di-jimi-hendrix-3/> Acesso em: 20 de mai. de 2021.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **A moda nos anos 60/70** (comportamento, aparência e estilo). Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras, vol. 2, 2008. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/230628888.pdf> Acesso em: 21 de nov. de 2021.

CLUBE dos 27. Postado em Wikipedia, [2021?]. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Clube_dos_27 Acesso em: 30 de jun. de 2021.

COMO os Protestos Contra a Guerra do Vietnã Iniciaram um Movimento e Mudaram a História. [S.l., 2019]. Disponível em: <https://www.greelane.com/pt/humanidades/hist%C3%B3ria--cultura/vietnam-war-protests-4163780/> Acesso em; 26 de abr. 2021.

CONGROVE, Ben. **Peace, Love, Music and Mud: LIFE at Woodstock**. LIFE MAGAZINE [Estados Unidos?; 2021?] Disponível em: <https://www.life.com/arts-entertainment/peace-love-music-and-mud-life-at-woodstock/> Acesso em: 20 de mar. de 2021.

CROQUI de moda: saiba tudo antes de iniciar sua coleção. [S.l.], 2020. Disponível em: <https://audaces.com/croqui-de-moda/> Acesso em: 18 de nov. de 2021.

DAHER, Elias. **Administração de Marketing**: os caminhos e desafios do profissional. Londrina: Eduel, 2015. E-book (não paginado). Disponível em: <https://pt.scribd.com/read/405666102/Administracao-de-marketing-Os-caminhos-e-desafios-do-profissional#> Acesso em: 01 de jun. de 2021.

EVAMS, Mike; KINGSBURY, Paul. **Woodstock**: Three days that rocked the word. Estados Unidos: Sterling, 2009. E-book. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=eO8oChHYDhMC&oi=fnd&pg=PA6&dq=woodstock+&ots=kkVWqjdrwo&sig=5xbirCj7m2POkLr6irws8jAr0s&redir_esc=y#v=onepage&q=woodstock&f=false Acesso em: 20 de março de 2021.

FIGUEIRA, Hector Luiz Martins; MENDONÇA, Gustavo Proença da Silva. **O caso Brown versus Board of Education e a Segregação Racial nas escolas Norte-Americanas em paralelo com o racismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Revista Direito em Movimento, 2020. Disponível em: <http://emerj.com.br/ojs/seer/index.php/direitoemmovimento/article/view/208/72>. Acesso em: 18 de abril de 2021.

FRAZÃO, Dilva. Malcolm X: Ativista norte-americano. [S.l.]: Ebiografia, 2019. Disponível em: https://www.ebiografia.com/malcolm_x/ Acesso em: 20 de mar. de 2021.

GARCIA, Sueli. **A contracultura e a vestimenta Hippie** - EUA e Inglaterra. Rev. Belas Artes. [S.L.],n. 24, 2017. Disponível em: <http://www.belasartes.br/revistabelasartes/downloads/artigos/24/a-contracult-vestimhippie.pdf> Acesso em: 02 de jul. de 2021.

GESSAT, Rachel. 1968: Martin Luther King é assassinado. [S.l.]: Canal Made for Minds, [2021?]. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/1968-martin-luther-king-%C3%A9-assassinado/a-784010> Acesso em : 18 de abril de 2021.

GILMAR, Mikal. Entre a ingenuidade e o ímpeto transformador. [entrevista cedida a] Wilker Souza. **Revista CULT**. [S.l.: 2010?]. 13 rev. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/43448743/Cult-Contracultura#> Acesso em: 14 de jun. de 2021.

GUERRA do Vietnã - Documentário [HQ]. [S.l.]: 18 de out. de 2012. Publicado pelo canal Raio-X de Rua. 1 vídeo (1h52min06seg). Acesso em: <https://www.youtube.com/watch?v=qPvoojWSWJo&t=5376s> Disponível em: 20 de mar. de 2021.

HADUSEK, Jon. **How to Get the Guitar Sound From Jimi Hendrix's Iconic "Star-Spangled Banner" Performance**. [S.l.: Consequence Sound, 2020. Disponível em: <https://consequence.net/2020/07/gear-jimi-hendrix-star-spangled-banner/> Acesso em: 20 de mar. de 2021.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. Tradução Maria Lucia Lopes da Silva. 1ª ed. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 2013. *E-book* (não paginado). Disponível em: https://www.academia.edu/43501770/Livro_A_psicologia_das_cores_Eva_Heller Acesso em: 02 de out. de 2021.

HENDRIX. Estados Unidos, 17 de set. 2000. 1 vídeo (1h40min). Direção de Leo Ichaso.

HOBBSAWN, Eric. **Era dos Extremos**: o breve século XX: 1914-1991. Tradução Marcos Santarrita; revisão técnica Maria Célia Paoli. São Paulo: Companhia das Letras, 1995 2ª ed. *E-book* (não paginado). Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4071638/mod_resource/content/1/Era%20dos%20Extremos%20%281914-1991%29%20-%20Eric%20J.%20Hobsbawm.pdf Acesso em: 20 de mar. de 2021.

JIMI HENDRIX: Cada Caso um Caos? [S.l.] 16 de out. de 2020. Publicado em Cada Caso um Caos.1 vídeo (15min20seg). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NETgD0cr3FI&t=111s> Acesso em: 10 de abr. de 2021

KOMAR, Marlen. **What The Peacock Revolution Did for Gender Norms**. [Estados Unidos?]: Bustle, 2016. Disponível em: <https://www.bustle.com/articles/164464-7->

reasons-the-peacock-revolution-of-the-1960s-was-important-for-gender-norms.
Acesso em: 10 de abr. de 2021

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnografica online. Editora Penso, São Paulo, 2010. Disponível em:
https://books.google.com.br/books?id=edi_AwAAQBAJ&pg=PA60&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false Acesso em: 06 de set. de 2021

LANÇA-CHAMAS: como funciona? *In*: Enciclopédia Virtual, 2020. Disponível em:
<https://enciclopediavirtual.com.br/como-funciona/lanca-chamas/> Acesso em: 16 de abril de 2021.

LEITE, Gisele. **Considerações Sobre a Segregação Racial nos Estados Unidos (EUA)**. [S.l.] Jornal Jurid, 2020. Disponível em:
<https://www.jornaljurid.com.br/colunas/gisele-leite/consideracoes-sobre-a-segregacao-racial-nos-estados-unidos-eua> Acesso em: 26 de mai. 2021.

LIMA JÚNIOR, Geraldo Coelho. **Pelo do Autor, Pele da Personagem**: entre design de moda e figurino, reflexões para a cena contemporânea. *In* VIANA, Fausto; Muniz, Rosane (org). Diário de Pesquisadores: Traje de cena. São Paulo: Estação da Cores e Letras, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do Efêmero**: A moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lucia Machado, São Paulo: Companhia de Bolso, [2020?] E-book. Disponível em:
https://www.academia.edu/33596055/O_Imperio_do_Efemero_Gilles_Lipovetsky Acesso em: 20 de abr. de 2021.

LOPES, Rodrigo Garcia. O Uivo Vivo de Allen Ginsberg: Para o poeta, liberdade individual, sexual, de linguagem, política e poética tinham de andar lado a lado. *In* **Revista CULT**. [S.l.: 2010?]. 13 rev. Disponível em:
<https://pt.scribd.com/document/43448743/Cult-Contracultura#> Acesso em: 14 de jun. de 2021.

MALHADAS, Daíse. **As Dionisíacas urbanas e as representações teatrais em Atenas**. Disponível em: file:///C:/Users/renat/Downloads/8176-Texto%20do%20artigo-24107-1-10-20170808.pdf Acesso em: 13 de junho de 2021.

MARIANO, Rose Mary; ABREU, Lia Márcia Borges de. **Figurino para TV**. *In*: VIANA, Fausto; Muniz, Rosane (org). Diário de Pesquisadores: Traje de cena. São Paulo: Estação da Cores e Letras, 2012.

MORETTA, John Anthony. The Hippie: A 1960s History. [S.l.]: 2017. E-book (não paginado). Disponível em:
https://play.google.com/books/reader?id=CpX4DQAAQBAJ&pg=GBS.PA14.w.1.0.492_123&hl=pt Acesso em: 20 de abr. de 2021.

MOTOWNSONG. The Beatles - Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band - 1967. 1º Ranking Rollinf Stone's The 500 Greatest Albums of All-Times. [S.l.]: 2011. Publicado em Motownsong, Disponível em: <https://motownsong.wordpress.com/2011/09/16/the-beatles-sgt-peppers-lonely-hearts-club-band-1967/> Acesso em: 27 de mai. de 2021.

NAVARRO, Roberto. **Quem Foram os Panteras Negras?** O Movimento defendia a resistência armada nos bairros negros contra a perseguição policial. Mais tarde, dedicara-se à assistência social. [Brasil] Revista Super Interessante, 13 de mar. de 2019. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quem-foram-os-panteras-negras/> Acesso em: 20 de abr. de 2021.

NORMAN, Philip. **Wild Thing: The Short, Spellbinding Life of Jimi Hendrix.** Estados Unidos: Liveright, 2020. *E-book (não paginado)*. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Wild_Thing_The_Short_Spellbinding_Life_o/W-XVDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1 Acesso em: 14 de jun. de 2021.

OLIVEIRA, Robespierre de. A Dialética da Libertação: contracultura e sociedade unidimensional. *In: Revista CULT.* [S.l.: 2010?]. 13 rev. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/43448743/Cult-Contracultura#> Acesso em: 14 de jun. de 2021.

OS 50 anos da Marcha sobre Washington. 28 agosto de 2013. **BBC News Brasil.** Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/videos_e_fotos/2013/08/130827_galeria_marcha_washington_an Acesso em: 20 de mar. de 2021.

PANTERAS Negras Todo Poder Para o Povo (Documentário). [S.l.: s.n.] 02 de mar. de 2018. 1 vídeo (52min14seg). Publicado pelo canal 2as Marias Conhecimento. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=alpwZ0oinYo> Acesso em: 20 de mai. de 2021.

PANTERAS negras, a través del lente de Stephen Shames. [S.l., 2017]. La Squierda Diário. Disponível em: <https://www.laizquierdadiario.com/Panteras-Negras-a-traves-del-lente-de-Stephen-Shames>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

PATRIOTA, Paulo Dimas Couto. **Plano de Marketing.**[S.l.]: Clube dos Autores, 2020. E-Book (não paginado). Disponível em: <https://pt.scribd.com/book/459397459/Plano-De-Marketing> Acesso em: 01 de jun. de 2021.

PEREIRA, Célio Roberto. **A Foto Mais Famosa da Guerra do Vietnan.** Blog Outra História. [S.l.; 2021?]. Disponível em: <http://historiofobia.blogspot.com/2010/05/foto-mais-famosa-da-guerra-do-vietnan.html> Acesso em: 20 de abr. de 2021.

PEREIRA, Dalmir Rogério. **Ensaio Sobre Traje de Cena e Moda.** *In:* VIANA, Fausto; Muniz, Rosane (org). Diário de Pesquisadores: Traje de cena. São Paulo: Estação da Cores e Letras, 2012.

PEREIRA, Taís Vieira; SCALETSKY, Celso Carlos. 6. Moodboard como um processo de construção de metáforas. *In:* SCALETSKY, Celso Carlos (org.). **Design Estratégico em ação.** Design Estratégico em ação. São Leopoldo: Editora da Universidade do Vale dos Sinos, 2016. p. 95-107.

PERSONA. Publicado em Dicionário Online de Português [2021?] Disponível em: <https://www.dicio.com.br/persona/> Acesso em: 30 de jun. de 2021.

PIMENTA, Antonio. **Marthin Luther King**: o gigante que derrotou o apartheid nos EUA. [S.l.], 2018. Disponível em: <https://horadopovo.com.br/martin-luther-king-o-gigante-que-derrotou-o-apartheid-nos-eua/> Acesso em: 8 de abril de 2021.

QUAL a simbologia e o significado espiritual do cavalo? [S.L.], 2021. Astrocentro. Disponível em: <https://www.astrocentro.com.br/blog/espiritual/significado-cavalo/> Acesso em: 25 de nov. de 2021.

QUEM Foi Malcolm-X? Nas décadas de 50 e 60 ganharam fama vários líderes e movimento de defesa dos negros dos Estados Unidos. Redação Mundo Estranho. [S.l.] Super Interessante, 2020. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quem-foi-malcolm-x/> Acesso em: 20 de abr. de 2021.

RODRIGUES, William Costa. **Metodologia Científica**. Paracambi: FAETEC/IST, 2007. *E-book*.

ROMANELLI, Sandro Luís Tomás Ballane; TOMIO, Fabrício Ricardo de Limas. **Suprema Corte e segregação racial nos moinhos da Guerra Fria**. São Paulo: Revista Direito GV, 2017. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1808-24322017000100204&script=sci_arttext&tlng=pt#B12. Acesso em: 18 de maio de 2021.

ROSZAK, Theodore. **Contracultura**: reflexões sobre a sociedade tecnocrática e a oposição juvenil. Petrópolis: Editora Vozes LTDA., 1972. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/412120006/Theodore-Roszak-a-Contracultura-1> Acesso em: 10 de jun. de 2021.

ROTHMAN, Liz; RONK Lily. **See Unpublished Protest Photos From the 1968 Democratic Convention**. [S.l.: LIFE, s.d.]. Disponível em: <https://www.life.com/history/unpublished-protest-photos-dnc-1968/> Acesso em: 20 de mar. de 2021.

SALES, Amanda. **Guepardo** - características, comportamento e hábitos do animal. [S.l., 2021?] Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/guepardo-especie/> Acesso em: 21 de nov. de 2021.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura?** [S.l.]: Editora Brasiliense, 2017. *E-book* (não paginado). Disponível em: <https://pt.scribd.com/book/405823926/O-que-e-cultura>. Acesso em: 22 de jun. de 2021.

SCALETISKY, Celso Carnos (coord). **Design Estratégico em ação**. São Leopoldo: Editora da Universidade do Vale dos Sinos, 2016.

SCIULO, Marília Mara. **6 Eventos que Precederam a Marcha sobre Washington por Direitos Civis**: Manifestação popular pacífica de 1963 foi marcada pelo discurso histórico "Eu Tenho Um Sonho", proferido por Marthin Luther King Jr. para mais de 200 mil pessoas. [S.l.]: Galileu, 2020. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Historia/noticia/2020/08/6-eventos-que-precederam-marcha-sobre-washington-por-direitos-civis.html> Acesso em: 20 de mar. de 2021.

SILVEIRA, Icléia. **Modelagem Tridimensional** - Moulage. Florianópolis, 2017.

Disponível em:

https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/3787/Apostila_Moulage____2017_15206213254004_3787.pdf Acesso em: 19 de nov. de 2021.

SIMBOLOGIA do Movimento Hippie. [S.l.]. 2013. Publicado em Movimento Hippie.

Disponível em: <https://simbologiahippie.blogspot.com/2013/11/simbologia-do-movimento-hippie.html> Acesso em: 27 de junho de 2021.

SINISTER Vinyl Collection: The Jimi Hendrix Experience - Electric Ladyland (1968).

Publicado em Sinister Salad Musikal's Weblog. [S.l. 2021?]. Disponível em:

<https://sinistersaladmusikal.wordpress.com/2010/11/20/sinister-vinyl-collection-the-jimi-hendrix-experience-electric-ladyland-1968/> Acesso em: 20 de mai. de 2021.

SPIRITHOODS, 2021. Disponível em: <https://www.spirithoods.com> Acesso em: 23 de nov. de 2021.

SRI Swami Satchidananda: The Woodstock Guru. [S.l.]: 2020. Disponível em:

<https://swamisatchidananda.org/> Acesso em: 20 de abr. de 2021.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**. Planejamento de Coleção. São Paulo: 5 ed, 2013.

OSHO. **Viva à sua própria maneira**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2018.

VEILLON, Dominique. **Moda e Guerra**: um retrato da França ocupada. Traduzida por André Telles. Rio de Janeiro: Jorge e Zahar, 2004. *E-book* (não paginado).

Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=IPJ1qHJsLZAC&oi=fnd&pg=PA7&dq=moda+e+segunda+guerra+mundial&ots=AGPaQYBgWn&sig=jh273UQZ6tw_DSk8qENf_O4Rdu8&redir_esc=y#v=onepage&q=moda%20e%20segunda%20guerra%20mundial&f=false . Acesso em: 06 de abril de 2021.

WAIKILL. *In*: Wikipedia. [S.l., 2021?]. Disponível em:

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Wallkill_\(Condado_de_Orange\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Wallkill_(Condado_de_Orange)) Acesso em: 19 de abril de 2021.

WOODSTOCK. [S.l.]: H History, 2019. Disponível em:

<https://www.history.com/topics/1960s/woodstock> Acesso em: 20 de abr. de 2021.

ZEITGEIST. *In*: Significados. 2013. Disponível em:

<https://www.significados.com.br/zeitgeist/> Acesso em: 27 de junho de 2021.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO “MODA E EXPRESSÃO”

Moda e expressão

Queridos amigos, são apenas algumas questões que irão auxiliar na conclusão do meu trabalho de conclusão em moda...ao responder, vocês estarão contribuindo para a realização desta conquista tão significativa. Gratidão pelo atenção, colaboração e tempo!

1. 1) Nome, idade, profissão

2. 2) Interesses

Check all that apply.

meditação

yoga

filosofia

música

teatro

cinema

dança

Other: _____

3. 3) O que é liberdade para você? Quais formas de liberdade você defende (expressão, sexo, gênero...)?

4. 4) Qual a relação entre moda e liberdade para você?

5. 5) Você entende que a roupa é uma forma de expressão?

Mark only one oval.

Sim

Não

6. 6) Você usa a roupa como forma de expressão? De que maneira? O que você busca transmitir?

7. 7) Sente dificuldade em encontrar peças de roupas que expressem quem você é? Pq?

8. 8) Você se preocupa com a sustentabilidade?

Mark only one oval.

- Sim
 Não

9. 9) Compraria roupas sob encomenda, ou seja, sem pronta entrega?

Mark only one oval.

- Sim
 Não

10. 10) Você acredita que a pandemia trouxe reflexões? Quais?

11. 11) Você passou a buscar mais programações ao ar livre?

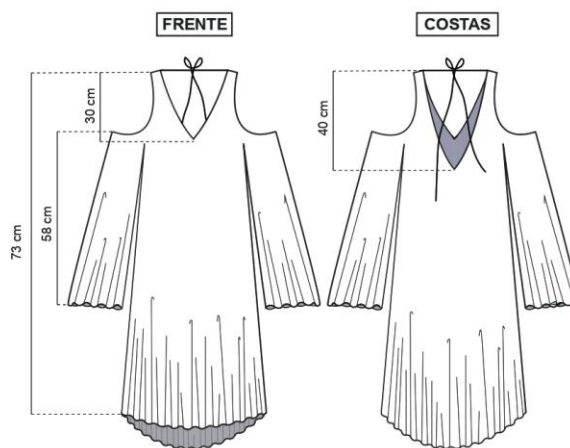
Mark only one oval.

- Sim
 Não

APÊNDICE B – FICHAS TÉCNICAS

FICHA TÉCNICA

Nome da empresa: BE WILD		Matéria prima principal								
Coleção: VERÃO DO AMOR		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/m	Preço/total
Modelo: VESTIDO		Crepe Mouseline	100% poliéster	Azul	5 m	China	DGP Tecidos	1,47 m	R\$ 21,81	R\$ 109,05
Referência: V01		Matéria prima secundária								
Designer: RENATA CERATTI		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/un	Preço/total
Modelista: MARIA DE BONA		Linha	100% poliéster	Azul	1 m		Fofa		R\$ 2,50/m	R\$ 2,50
Piloteira: MARIA DE BONA		Custo costureira		R\$ 280,00						
Data: 21/10/2021		Custo total		R\$ 391,55						
Descrição da peça: Vestido fluido com tecido duplo, ombros à mostra e mangas longas boca de sino.		Sequência operacional:								
Tamanho da peça piloto										
Grade de tamanhos										
PP	P	M	G	GG						
X										
36	38	40	42	44						
Etiqueta:										
Tipo		Localização								
Bordada		Centro costas								
Beneficiamento:										



FICHA TÉCNICA

Nome da empresa: BE WILD		Matéria prima principal								
Coleção: VERÃO DO AMOR		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/m	Preço/total
Modelo: BLUSA		Crepe Bubble	100% poliéster	GJ2L33N8C	1 m		A Catarinense	1,50 m	R\$ 14,90	R\$ 14,90
Referência: B01		Matéria prima secundária								
Designer: RENATA CERATTI		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/un	Preço/total
Modelista: MARIA DE BONA		Botões	Acrílico	Verde	3 un		Fofa		R\$ 0,10/un	R\$ 0,30
Ploiteira: MARIA DE BONA		Linha	100% poliéster	Verde	1 un		Fofa		R\$ 2,50/un	R\$ 2,50
Data: 21/10/2021		Custo costureira		R\$ 180,00						
		Custo total		R\$ 243,49						

Descrição da peça: Blusa cropped de tecido duplo com alças com babados que caem pelos braços, ombros à mostra, fechamento com botões nas costas.		Sequência operacional:				
Tamanho da peça piloto		Operação				
Grade de tamanhos		Maquinário				
PP	P	M	G	GG	Corte	Manual
X					Confeção do rolete	Overloque
36	38	40	42	44	Confeção dos babados da manga	Overloque
Etiqueta:		Unir babados à blusa		Manual	Unir laterais da blusa	Overloque
Tipo	Localização	Unir rolete à blusa		Máquina reta	Bainha mangas	Máquina reta
Bordada	Centro costas	Bainha blusa		Máquina reta	Colocação dos botões	Manual
Beneficiamento:		Limpeza		Manual	Revisão	Manual
		Embalagem		Manual		

FRENTE

COSTAS

FICHA TÉCNICA

Nome da empresa: BE WILD		Matéria prima principal								
Coleção: VERÃO DO AMOR		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/m	Preço/total
Modelo: SHORT		Linho Wash	100% Linho	429	0,70 m		Empório das Sedas	1,38 m	R\$ 109,90	R\$ 76,93
Referência: S01		Matéria prima secundária								
Designer: RENATA CERATTI		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/un	Preço/total
Modelista: MARIA DE BONA		Zipper	100% Poliéster	Terra	1		Fofa	22 cm	R\$ 2,50/un	R\$ 2,50
Ploiteira: MARIA DE BONA		Entretela	100% Poliéster	Branca	0,10 cm	Freudenberg	Fofa	1,50 m	R\$ 12,79/m	R\$ 1,27
Data: 21/10/2021		Linha I	100% Poliéster	Branca	1		Fofa		R\$ 2,50/un	R\$ 2,50
		Linha II	100% Poliéster	Bege	1		Fofa		R\$ 2,50/un	R\$ 2,50
		Tec. renda bordada Angelica	100% Poliéster		20 cm		Makro Central Aviamentos LTDA	1,28 m	R\$ 45,90/m	R\$ 9,18
		Custo costureira		R\$ 100,00						
		Custo total		R\$ 197,38						

Descrição da peça: Short curto com cintura alta e bordado lateral, fechado com zíper lateral.		Sequência operacional:				
Tamanho da peça piloto		Operação				
Grade de tamanhos		Maquinário				
PP	P	M	G	GG	Corte	Manual
X					Unir laterais do short	Overloque
36	38	40	42	44	Unir centro do short	Overloque
Etiqueta:		Fechar pences		Manual	Costurar o zíper	Máquina reta
Tipo	Localização	Bainha da cintura		Máquina reta	Bainha da barra	Máquina reta
Bordada	Centro costas	Aplicação dos bordados		Manual	Limpeza	Manual
Beneficiamento:		Revisão		Manual	Embalagem	Manual

FRENTE

COSTAS

FICHA TÉCNICA

Nome da empresa: BE WILD
Coleção: VERÃO DO AMOR
Modelo: BLUSA 02
Referência: B02
Designer: RENATA CERATTI
Modelista: MARIA DE BONA
Piloteira: MARIA DE BONA
Data: 21/10/2021

Matéria prima principal								
Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/m	Preço/total
Crepe Gloria	100% Poliéster	116	1 m		Empório das Sedas	1,50 m	R\$ 72,25	R\$ 72,25
Matéria prima secundária								
Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/un	Preço/total
Linha	100% Poliéster	Rosa	1 un		Fofa		R\$ 2,50/un	R\$ 2,50
Elastico		Branco	60 cm		Fofa			R\$ 2,00

Custo costureira R\$ 150,00

Custo total R\$ 226,75

Descrição da peça:
Blusa cropped de tecido duplo, com elástico na cintura, com mangas longas e soltas, com recorte na metade do antebraço que a torna boca de sino.

Tamanho da peça piloto

Grade de tamanhos				
PP	P	M	G	GG
X				
36	38	40	42	44

Etiqueta:

Tipo	Localização
Bordada	Centro costas

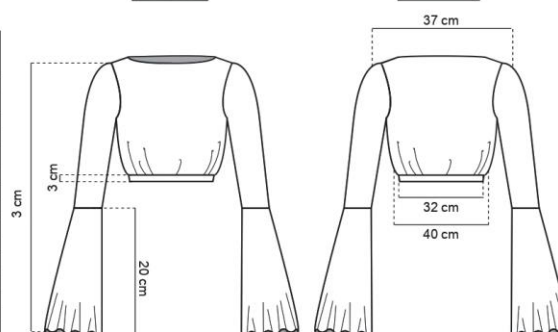
Beneficiamento:

Sequência operacional:

Operação	Maquinário
Cortar a peça	Manual
Fechar laterais manga	Overloque
Costurar babado	Máquina reta
Costurar babado na cava	Máquina reta
Fechar cava	Overloque
Fechar decote	Máquina reta
Bainha da manga	Overloque
Bainha do decote	Máquina reta
Inserir elástico	Manual
Bainha da blusa	Overloque
Limpeza	Manual
Revisão	Manual
Embalagem	Manual

FRENTE

COSTAS



FICHA TÉCNICA

Nome da empresa: BE WILD
Coleção: VERÃO DO AMOR
Modelo: CAMISA MASCULINA
Referência: CMV01
Designer: RENATA CERATTI
Modelista: MARIA DE BONA
Piloteira: MARIA DE BONA
Data: 21/10/2021

Matéria prima principal								
Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/m	Preço/total
Crepe Gloria	100% poliéster	116	1m		Empório das Sedas	1,50m	R\$ 36,12	R\$ 72,25
Matéria prima secundária								
Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/un	Preço/total
Linha	100% poliester	Marrom	1		Fofa		R\$ 2,50/un	R\$ 2,50
Botão	Acrílico	Marrom	3		Fofa		R\$ 0,25/un	R\$ 0,75

Custo costureira R\$ 200,00

Custo total R\$ 275,50

Descrição da peça:
Camisa, decotada, com babados e mangas boca de sino.

Tamanho da peça piloto

Grade de tamanhos				
PP	P	M	G	GG
		X		
36	38	40	42	44

Etiqueta:

Tipo	Localização
Bordada	Centro costas

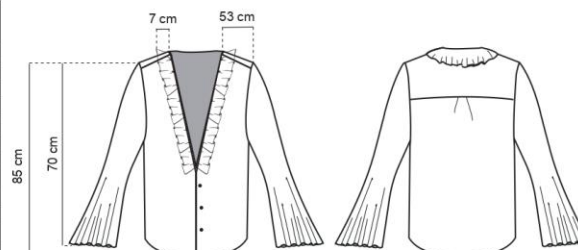
Beneficiamento:

Sequência operacional:

Operação	Maquinário
Corte	Manual
Unir laterais das mangas	Overloque
Unir laterais da camisa	Overloque
Unir mangas da camisa	Overloque
Bainha dos babados	Máquina reta
Unir babados à camisa	Máquina reta
Bainha das mangas	Máquina reta
Bainha da camisa	Máquina reta
Casear os botões	Manual
Aplicar os botões	Manual
Aplicação de bordados	Manual
Limpeza	Manual
Revisão	Manual
Embalagem	Manual

FRENTE

COSTAS



FICHA TÉCNICA

Nome da empresa: BE WILD		Matéria prima principal								
Coleção: VERÃO DO AMOR		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/m	Preço/total
Modelo: CALÇA		Cotton Satin (Sarja)	97% Algodão 3% Elastano	2139	1,50 m		Foxtexil	1,50 m	R\$ 30,45	R\$ 45,67
Referência: C01		Matéria prima secundária								
Designer: RENATA CERATTI		Nome/Código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura	Preço/un	Preço/total
Modelista: MARIA DE BONA		Linha	100% Poliéster	Bordô	1		Fofa		R\$ 2,50/un	R\$ 2,50
Piloteira: MARIA DE BONA		Botão	Niquel	Preto	1		Fofa		R\$ 0,25/un	R\$ 0,25
Data: 21/10/2021		Zíper	Nylon	Bordô	1		Fofa	20 cm	R\$ 2,50/un	R\$ 2,50
		Custo costureira		R\$ 250,00						
		Custo total		R\$ 298,92						

Descrição da peça: Calça boca de sino lisa masculina.		Sequência operacional:		
Tamanho da peça piloto		Operação	Maquinário	
Grade de tamanhos		Corte	Manual	
PP	P	M	G	GG
		X		
36	38	40	42	44
Etiqueta:		Unir o gancho central	Overloque	
Tipo	Localização	Unir a perle interna das pernas	Overloque	
Bordada	Centro costas	Costurar bolso	Máquina reta	
Beneficiamento:		Costurar laterais da calça	Overloque	
		Inserir o fecho	Máquina reta	
		Inserir o cós	Overloque	
		Fazer a bainha do cós	Overloque	
		Fazer a bainha da calça	Galoneira	
		Inserir botão	Manual	
		Inserir passador	Máquina reta	
		Limpeza	Manual	
		Revisão	Manual	
		Embalagem	Manual	

FRENTE

4 cm

42 cm

76 cm

31,5 cm

COSTAS

4 cm

42 cm

76 cm

33,5 cm