



Faculdade de Tecnologia de Americana “Ministro Ralph Biasi”
Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda

Beatriz Paschoal
Rafael Costa Neves

PROJETO DE COLEÇÃO INSPIRADO NA TENDÊNCIA CYBERPUNK
PRIMAVERA/VERÃO 2022

AMERICANA, SP
2021

**BEATRIZ PASCHOAL
RAFAEL COSTA NEVES**

**PROJETO DE COLEÇÃO INSPIRADO NA TENDÊNCIA CYBERPUNK
PRIMAVERA/VERÃO 2022**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Área de concentração: Moda.

Orientador: FERNANDA DO NASCIMENTO CINTRA, MESTRE.

Coorientador: JOSÉ FORNAZIER CAMARGO SAMPAIO, MESTRE.

AMERICANA, SP

2021

**BEATRIZ PASCHOAL
RAFAEL COSTA NEVES**

**PROJETO DE COLEÇÃO INSPIRADO NA TENDÊNCIA CYBERPUNK
PRIMAVERA/VERÃO 2022**

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/Americana.

Data de aprovação: ___/___/___

Banca Examinadora:

**Fernanda do Nascimento Cintra
Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP**

**José Fornazier Camargo Sampaio
Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP**

**Nancy de Palma Moretti
Doutora
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP**

**Luciana Ramos de Souza
Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP**

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo desenvolver um projeto de coleção para a estação primavera/verão 2022, tendo como base de pesquisa referencial a estética do Cyberpunk, que é uma subcultura originada do movimento cultural Punk da década de 80 e reinventada nos anos 2000 pelo avanço da tecnologia, são abordados os comportamentos do grupo dentro desse contexto social e suas formas de expressões através da moda. Analisando as tendências de comportamentos do consumidor de 2022 pós-pandemia, nota-se o surgimento de uma micro tendência de estilo chamado Euforia, que consiste em sua essência referências estética e estilo de vida do Cyberpunk, podendo ser comparados com as atitudes do movimento nos anos 80. O estilo visa transformar a moda em uma maneira de se expressar, através de cores vibrantes e estampas que lembram psicodelia, algo com apelo psicológico que faça suportar esse período de tanto impacto político e socioeconômico no mundo todo.

Palavras-chave: *Coleção de moda. Comportamento de consumo. Cyberpunk.*

ABSTRACT

This work aims to develop a collection project for the spring/summer 2022 season, having as a reference research base the aesthetics of Cyberpunk, which is a subculture originated from the Punk cultural movement of the 80s and reinvented in the 2000s by the advance of technology, the behavior of the group within this social context and their forms of expression through fashion are addressed. Analyzing consumer behavior trends in post-pandemic 2022, we note the emergence of a micro style trend called Euphoria, which in essence consists of Cyberpunk aesthetic references and lifestyle, which can be compared with the movement's attitudes in 80s. The style aims to transform fashion into a way of expressing yourself, through vibrant colors and prints reminiscent of psychedelia, something with a psychological appeal that makes you endure this period of so much political and socioeconomic impact around the world.

Keywords: *Fashion collection. Consumer behaviour. Cyberpunk.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Cultura punk francesa anos 80.....	15
Figura 2 – Rasgos característicos da cultura.....	17
Figura 3 – Elenco filme Hackers (1995).....	19
Figura 4 – Figurino do clipe Need to know - Doja Cat (2021).....	20
Figura 5 – Jogo Cyberpunk 2077 (2020).....	21
Figura 6 – Madonna, 1980's.....	23
Figura 7 – Mulher Punk.....	23
Figura 8 – Punks com cabelos coloridos.....	25
Figura 9 – Mulher punk utilizando item fetichista.....	26
Figura 10 – Punks com influência do post-punk.....	26
Figura 11 – Spice Girls (1997).....	27
Figura 12 – Cartela de cores.....	36
Figura 13 – Cartela de estampas.....	37
Figura 14 – Cartela de tecidos e texturas.....	38
Figura 15 – Croqui vestido preto.....	38
Figura 16 – Desenho técnico vestido preto.....	39
Figura 17 – Croqui estampado rosa e verde.....	39
Figura 18 – Desenho técnico estampado rosa e verde.....	40
Figura 19 – Croqui calça cargo.....	40
Figura 20 – Desenho técnico calça cargo.....	41
Figura 21 – Croqui tricô colorido.....	41
Figura 22 – Desenho técnico tricô colorido.....	42
Figura 23 – Croqui jeans.....	42
Figura 24 – Desenho técnico.....	43
Figura 25 – Croqui calça com abertura.....	43
Figura 26 – Desenho técnico calça com abertura.....	44
Figura 27 – Croqui estampado verde.....	44
Figura 28 – Desenho técnico estampado verde.....	45
Figura 29 – Croqui saia vinil.....	45
Figura 30 – Desenho técnico saia vinil.....	46
Figura 31 – Planificação da coleção.....	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 BREVE PANORÂMICO SOBRE SUBCULTURA.....	10
2.1 Moda e contracultura: subcultura punk	12
2.2 A transição do movimento Punk para o Cyberpunk	15
2.3 A definição de Cyberpunk	20
2.4 A moda Cyberpunk	22
3 A DEFINIÇÃO DE TENDÊNCIA NO MUNDO DA MODA.	28
3.1 Indivíduo.	28
3.2 Modos de consumo.....	29
3.3 Marcas	30
4 AS TENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PÓS PANDEMIA	32
4.1 Ansiedade financeira	32
4.2 Preocupação com a saúde	33
4.3 Síndrome da solidão	33
4.4 Busca pela verdade.....	34
4.5 Medos e inseguranças	34
5 CONSUMIDOR EUFORIA	35
6 PROJETO DE COLEÇÃO	36
6.1 Cartela de cores	36
6.2 Cartela de estampas.....	37
6.3 Cartela de materiais e texturas	37
6.4 Croquis e desenhos técnicos.....	38
6.5 Planificação da coleção	46
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS.....	49

1 INTRODUÇÃO

Observar comportamentos de consumo de moda de um determinado período pode nos auxiliar a compreender seus mecanismos. Este trabalho de conclusão de curso apresenta o desenvolvimento de uma coleção que tem como inspiração a estética cyberpunk, no chamado mundo pós pandêmico. Através de um estudo cauteloso e visual acerca do movimento cyberpunk, entende-se que os comportamentos analisados no mundo pós pandêmico em 2022, se assemelham com o sentimento pressentido, onde evidenciam o reflexo de ações que ocorreram no passado, tal como o movimento punk e a transição dele para o cyberpunk com a chegada dos anos 2000. O movimento marginalizado pela sociedade, é definido por caos urbano e consta com um grande propulsor: a tecnologia. Com essa influência na distopia, surgem novos pensamentos que visam a utilização da tecnologia na ciência, tendo aplicabilidade em implantes cerebrais, inteligência artificial, realidade virtual e dando espaço para a ficção científica explorar e salientar as revoltas desse grupo através de uma sátira social. A contracultura cyberpunk busca um meio para se divergir da normatividade proposta, empregando a indumentária como um veículo de externalização e comunicação visual, tornando explícito toda revolta contra o sistema inserido.

A análise de tendência de moda é estabelecida através do estudo de comportamento da sociedade, grupo ou região selecionada onde abordam o sentimento do futuro cliente, investigando seu inconsciente e trazendo à tona seus desejos de consumo. Essa subcultura analisada se apropria da estética para expor sentimentos internos que divergem com o sistema padrão e desigual, esse movimento carrega em si uma luta sociopolítica de aceitação e direito de liberdade de expressão, onde buscam alternativas para escapar do caos estabelecido através de designs, texturas, cores e estampas.

O projeto de coleção de moda, Imersão, foi desenvolvido visando atender as necessidades do consumidor Euforia de 2022, que tem em sua base a estética cyberpunk, onde simula contemplar majoritariamente o público feminino, porém não se restringindo a ele, conseguindo ser utilizado para todos aqueles se sentirem confortáveis ao design andrógino da coleção. Os visuais foram produzidos para estação primavera/verão trazendo a cultura através de adereços característicos do

movimento, no qual o design consiga representar o sentimento do consumidor Euforia pós pandemia.

Através da composição do look buscamos sanar as necessidades projetadas devido ao transtorno causado pela pandemia de COVID-19, no qual o design seja ousado, a fim de expor e transparecer sensualidade, que faça-o se expressar, através de adereços da cultura cyberpunk representando rebeldia, poder e símbolo de enfrentamento; onde as cores vibrantes tragam conforto e otimismo; enquanto em meio de um momento de restrição e desafios, as estampas psicodélicas New Wave consigam abordar o escapismo da realidade e a vivencia em um mundo paralelo.

2 BREVE PANORÂMICO SOBRE SUBCULTURA.

Na sociedade contemporânea, é comum notar a popularização das diversidades culturais, no qual o grupo dominante tem questionado e titulado aqueles como as culturas marginais, perante as expressões da massa. Entretanto, essa ruptura de costumes e comportamento não anula as formas identitárias que são os princípios das subculturas. Comumente esses grupos negam os códigos e valores massificados, através de confronto e violência, assim encontrando uma maneira de comunicar a sua existência em frente a sociedade. Onde opõem-se a individualização pós-moderna, quando “ser diferente em conjunto” (Haenfler, 2004: 415), permite aos indivíduos idealizar seus significados de subculturas, rompendo a exclusão e ganhando visibilidade na indústria globalizada, com novas expressões sociais.

O estudo das subculturas, visa observar o comportamento dos sujeitos que são diferentes, mas relacionados à cultura dominante (Blackman, 2005). A teoria subcultural de Shane Blackman (2005), explica que a delinquência juvenil do pós-guerra nos anos 50, gerou inúmeros estudos sobre a juventude pobre inglesa relacionado às privações emocionais e intelectuais desse grupo, consolidada na inadequação dos jovens da classe operária para fazer parte da sociedade dominante, abordando suas contradições sociais em formas de estilos, símbolos e rituais. Os diversos estilos das subculturas foram compreendidos a partir de cada sentido que os construíam com base no dominante. As subculturas em destaque eram os grupos como *teddy boys*, *mods*, *skinheads*, *punks*, *rastas*, *rockers*, *ruddies*.

Na teoria dos autores, as subculturas foram criadas por grupos de jovens pobres, interpretadas como expressão cultural e simbólica dessa determinada classe social. Andy Bennett (2006) pontua que no final dos anos 70, os pesquisadores começaram a considerar a música popular e seus estilos visuais como força política na sociedade contemporânea, hipótese que foi considerada a partir do final dos anos 80 e início dos 90.

Muitos autores como estes questionam os valores atribuídos às subculturas, se elas fazem uma crítica aos valores constituídos, ou se “não passam de inconsequentes passatempos que o capitalismo autoriza fora do tempo e da escola” (Ibidem). Dessa forma reduzindo a força política e reposicionando seus significados de resistência para restituir um lugar na sociedade capitalista, com seus hábitos culturais. (GELDER E THORNTON, 1997, BENNETT, 1999, HAENFLER, 2004).

Consistentes com a teoria em que a solidariedade subcultural não é totalmente progressiva ou "resistente", contanto que continuem respondendo às pressões de homogeneização da sociedade de massa. Superestimam a criatividade das subculturas e desconsideram fatos da vida cotidiana, os posicionando contra as formas de cultura em massa e os imperativos comerciais (CLARKE, 1981).

Autores como Herbdige criticam a relação das subculturas com a cultura *mainstream*, distorcendo o significado de distinção entre exploração comercial e originalidade, para ele as subculturas são criativas e inovam, oposto dos consumidores de bens culturais saturados que são imitadores.

Tão logo as inovações originais da subcultura são transformadas em mercadoria e colocadas à disposição, elas se tornam congeladas. Uma vez removidas dos seus próprios contextos por pequenos negociantes e grandes intérpretes que produzem moda numa escala de massa, elas são codificadas, assimiladas, tornadas de uma vez por todas propriedade pública e negócio lucrativo. (HERBDIGE, 1979, p.84)

Em oposição Gelder, 2005 diz que os pós-subculturalistas formam uma imagem baseados nos princípios subculturais, sendo difusos, diferentes. Enfatizando o ato de observar essas posições nas bases das subculturas que refletem de forma distinta em ação coletiva, possibilitando os jovens aderirem ou resistirem à autoridade vigente (BLACKMAN, 2005).

Jean Baudrillard e Michel Maffesoli consolidam novos termos em substituição a subcultura, neo-tribo, cena, (BENNETT, 1999, MUGGLETON, 2000, STRAW, 1991); sendo melhor para compreender a complexidade das formações subculturais na sociedade contemporânea. Os pesquisadores ressaltam a facilidade de a teoria subcultura apreender a cultura juvenil "em ação", mas podendo falhar ao tentar homogeneizar suas práticas, sem considerar suas variações locais. O sentido de "[...] cena parece capaz de evocar simultaneamente a intimidade de uma comunidade e o cosmopolitismo fluido da vida urbana" (STRAW, 1991, p. 7), traz a questão de que classe não são determinantes para a criação desses grupos, implementando mais um fator entre outros.

Martin (2004), afirma que as subculturas não devem ser consideradas "entidades" definidas e integradas, mas sim como uma forma de expressão através de símbolos, sendo uma abordagem versátil as subculturas. Para o autor o conceito de "entidades coletivas", enfatiza ações sociais, ressaltando a necessidade da

desconstrução das ideias sociológicas de coletividade, construindo significados subjetivos pelos indivíduos. Dentro desse conceito as culturas são compreendidas como representações simbólicas nas práticas sociais, enfatizando o senso de inclusão ou exclusão do indivíduo pertencente aos determinados grupos, devendo reconhecer suas formas de comunicação e representação individual em um campo social com influências múltiplas.

A experiência do senso de identidade ou pertencimento, por exemplo, deve ser compreendida como um ativo processo de colaboração no qual os indivíduos participam com outros na criação e manutenção do senso de si mesmo e dos outros, engajados em determinadas atividades que podem frequentemente ter uma característica ritual (MARTIN, 2004, p. 33)

Contudo as formas identitárias acompanham as mudanças de uma sociedade em coexistência com referências globais e locais, sendo o consumo cultural e o desejo de diferenciação, individualidade coletiva e resistência. Levando em consideração as reflexões realizadas, esta pesquisa se enfoca em um movimento de subcultura específico, o punk.

2.1 Moda e contracultura: subcultura punk

Historicamente a moda começou com a necessidade de o homem proteger o corpo. A comunicação era feita através de símbolos utilizados em suas vestes, portando a indumentária veio a se tornar um símbolo hierárquico. Jones (2005) conta que exploradores e viajantes documentaram ornamentos corporais e vestes encontradas ao longo da história em diferentes locais do mundo. Esteticamente moda simboliza hábitos e costumes de cada povo, distinguindo e estereotipando as camadas sociais, profissões, idades ou sexo.

Um exame da história da moda e dos usos e costumes dos diferentes países revela que todas as sociedades, das mais primitivas às mais sofisticadas, usam ornamentos para transmitir informações sociais e pessoais (JONES, 2005).

A comunicação de moda se dá através de contextos sociais e culturais, utilizando do corpo humano para transmitir seus significados. De acordo com Castilho (2007), a moda escreve seu texto visual, sua identidade e o seu ser na contemporaneidade. A imagem fala, propõe ideias, conceitos, noções, a partir de

elementos estruturais como pontos, linhas, formas, planos, cores, texturas e dimensões, podendo ser relacionadas às imagens estéticas da moda.

Thornton (1996) considera que o papel das subculturas é formar um “capital subcultural”, que são constituídas pela juventude, visando status e poder dentro dos seus próprios mundos, em um contexto social, criando e compreendendo novos conceitos subculturais, relacionados com a cultura e sociedade dominante. Nas proposições de Bortholuzzi:

Através da moda é possível que os indivíduos se comuniquem, utilizando-a como linguagem, ou seja, um código através do qual são produzidas mensagens. Ao usarmos uma roupa, estamos compartilhando informações com o mundo, demonstrando nossa identidade, a qual tribo pertencemos, enfim, a roupa pode ser considerada uma mensagem, a qual, provavelmente, encontrará um destinatário. (BORTHOLUZZI, 2012, p.10).

Hoje a roupa é uma das principais formas de expressão, pois o estilo de cada indivíduo transmite uma mensagem para quem o vê, “O ‘campo simbólico’ da informação na estrutura social se desenha como uma questão emancipatória na luta pelos direitos iguais e pela liberdade, o que implica na democratização da informação e do direito de ser informado. (CASTRO, CASTRO, OLIVEIRA, 2015, p.28). Enquanto Brandes e Souza, analisam que:

No campo da moda, o vestuário atua como um conjunto de signos, que enfatiza a função de definição do ser social, ou seja, não se limita simplesmente a uma função de proteção, pudor ou adereço, mas se impõe como elemento de diferenciação, tornando o vestir-se um ato significativo e de informação (BRANDES, SOUZA, 2012, p.9).

A contracultura utiliza a moda como discurso para se distinguir, uma forma de pertencimento à sua tribo. As identidades contraculturais surgem nas ruas, representando um estilo de vida, “no estado transcendente, que apresentam diálogos críticos na conjugação do autoritarismo e liberdade, ao se enfatizar a teoria crítica do corpo e este corpo como emancipação e como luta contra o consenso” (A. C. OLIVEIRA; CASTILHO, 2008, p.73). Sob a análise de Gonçalves, define-se que:

A moda no âmbito de uma história cultural, deve ser pensada ao lado de outras linguagens da esfera da cultura, pois, assim como estás, também a moda é uma forma de expressão dos valores que moldam uma época e, desta feita, fala-nos acerca da sociedade que a produziu. Contudo, a moda, do mesmo modo que ocorre com outras modalidades de expressão, apenas adquire significado em razão do contexto no qual está inserida, à maneira de uma palavra que, isolada, não possui significado preciso, uma peça de

vestimenta necessita ser contextualizada e combinada em “locuções” para gerar sentido. Ao assim fazê-lo, a moda se comporta como uma forma de linguagem. (GONÇALVES, 2007, p.40)

Com os movimentos que estavam acontecendo na rua, a indústria da moda percebeu que poderia comercializar os discursos feitos pelos jovens, abrindo uma nova classe de consumidores. Dessa forma entendemos como o sistema da moda se apropria culturalmente das causas pelos seus interesses. Brake (1980, p. 10) ressalta sobre como a urbanização é importante no processo de subculturização da população jovem na era boêmia da vida metropolitana. Ele relembra a transformação no mercado de trabalho durante a segunda guerra mundial, quando as mulheres tiveram que assumir a frente, assim as tecnologias e subculturas começaram a aparecer, pelo sentimento de revolta, que é um dos principais motivos pelo surgimento de novas expressões, as gerações buscam formas de refletir seus sentimentos. Brake (1980, p. 23) diz em seu estudo que a juventude pode ser dividida em quatro áreas de comportamento:

A primeira divisão da juventude seria classificada em “respeitável”, se trata de jovens que não se relacionam em nenhuma cultura adolescente, mas que optam por um estilo de vida, chamada cultura *mainstream*, sendo considerado uma referência negativa pelas subculturas. A segunda encaixa os jovens “delinquentes”, trazendo a questão da classe social, jovens que cresceram envolvidos em meio a violência física, sexual, e atividades ilegais como drogas, crimes e delitos. O terceiro grupo são os classificados como “rebeldes culturais”, que são pessoas envolvidas nas tradições boêmias e nas manifestações culturais, elas tendem a ser de classe média e possuir educação formal, e ser da classe trabalhadora, oposto da classificação dois, em que há uma distinção de referência social muito grande. Os rebeldes culturais “estão nas periferias do mundo artístico-literário, sendo aderentes a isto mais do que artistas” (BRAKE, 1980, p. 23). O quarto e último grupo da divisão da juventude são os “politicamente militantes”, envolvidos nos diferentes atos políticos, fazendo parte de grupos e associações. As diferentes tipologias influenciam-se entre si, sem regras fixas e sempre em constante transformação de ideais. Como o punk, por exemplo, que influencia um pouco de cada uma dessas divisões de tendência de comportamento juvenil.

Diversos teóricos estudaram no final dos anos 90 o conceito de subcultura e pós-subcultura, onde as classes sociais pertencentes às subculturas já não retratavam

de forma fixa e rígida seus conceitos, não sendo mais uma importante forma de representação da sua tribo. Já a pós-subcultura (MUGGLETON e WEINZIERL, 2003), está ligada à identificação do estilo, do que ao caráter ideológico e resistência ao movimento como no final dos anos 70 e década de 80. Os Punks formaram a primeira subcultura juvenil reconhecida por ter um caráter ideológico e identidade estética, adotada pela comunidade acadêmica. O sinal da transição da subcultura para a pós-subcultura é que a aceitação da subcultura não tem necessariamente um caráter ideológico, mas, em muitos casos, esse sentimento de pertencimento ocorre por meio de estilos estéticos. Esse estilo estético da subcultura pode ser comparado ao neotribalismo de Maffesol, 1985, no qual a estética se torna um vínculo emocional entre os indivíduos e é a principal característica da sociedade contemporânea, assim como demonstra a figura 1.

Figura 1 – Cultura punk francesa anos 80.



Fonte: cvltnation.com

2.2 A transição do movimento Punk para o Cyberpunk

A definição das subculturas são as tribos que foram reconhecidas na cultura jovem e tiveram ênfase na década de 1950, começando pelo primeiro grupo de

contracultura chamado beatnik, o conceito de tribos urbanas foi criada pelo sociólogo francês Michel Maffesoli, em 1985, ele acredita que esses grupos urbanos compartilham muitos interesses e ideias como uma forma de identificação e pertencimento à sociedade que eles idealizam. “A existência de um grupo fundamentado num forte sentido de pertença necessita, para a sobrevivência de cada um, que outros grupos se criem a partir de uma exigência da mesma natureza.” (MAFESSOLI, 1998, P. 197). Para ser considerado um grupo de subcultura, é preciso estar contra a cultura dominante e contestar os padrões de origem seguidos por eles, como aconteceu com os beatniks e hippies antes dos punks. “As diversas tribos urbanas ‘fazem cidade’ porque são diferentes e às vezes, até mesmo opostas. Toda efervescência é estruturalmente fundadora” (MAFESSOLI, 1998, P. 199). Para Bollon, o movimento é proposto como:

A história recente dos movimentos de moda e de mentalidade dão continuamente exemplo disso. A cada movimento de vestuário, surgido na Inglaterra durante as décadas de 60-80, correspondia um tipo especial de música, um estilo gráfico e uma estética pictórica, como também uma mentalidade, uma filosofia, mitos e períodos históricos de referência: sistemas inteiros de significação. (BOLLON, 1993, p. 67)

O movimento punk inglês utilizou a moda como sua principal fonte de resistência e rebeldia, esse grupo de subcultura jovem surgiu na Inglaterra em 1976, por não terem espaço público para expressar seus interesses, jovens desempregados e moravam em meio as delinquências do subúrbio “mais ‘punks’” do que eles não existem. [...] de tal modo eles levam até o absurdo as fronteiras habituais do Belo e do Feio, do Bem e do Mal, da Razão e da Loucura. (BOLLON, 1993, p.126). Com a crise econômica inglesa que estava ocorrendo nos anos 70, a juventude do subúrbio já não tinha esperanças de um futuro digno, então a revolta floresceu. Bortholuzzi, evidencia que:

O caos mais que propício para o surgimento do punk na terra da realeza [...] A juventude da classe operária sentia que não havia perspectivas de futuro. Com isso, surgia um novo movimento, como uma tentativa de atacar velhos valores de uma sociedade relativamente velha, o qual seria considerado um dos fenômenos sociais e culturais mais controversos da história contemporânea, mas ao mesmo tempo, um dos mais marcantes. (BORTHOLUZZI, 2012, p. 3).

Os movimentos jovens sentiam a necessidade de criar um estilo de vida à margem da sociedade capitalista, “Todos os modismos importantes mostram assim

visões de mundo que, na falta de uma significação estável e única, possuem uma lógica interna” (BOLLON, 1993, p.66). Ainda segundo o autor, os Punks eram aqueles que pertenciam as origens da rua, eram considerados desagradáveis, sujos, sem educação e péssimos gostos, justamente para causar incômodo a sociedade dominante dos bons modos, com uma justiça corrupta, expondo a hipocrisia de um mundo bom só nas aparências, em suas palavras:

Em suma, os punks revelavam à sociedade, com sua presença, faziam com que ela literalmente “parisse”, a sua realidade mais profunda. [...] Excediam de maneira espetacular os limites do bom gosto, da moral, e da razão – de todos os conformismos e de todos os hábitos adquiridos – para fazer com que tudo o que se escondesse “por baixo” daquela fachada prudente de convenções se “expressasse”. Eram realmente “demônios”, “serpentes”: eles tentavam o diabo que se escondia na sociedade; eles provocavam à existência, fazendo emergir à sociedade social toda uma parte “baixa, instintiva, maldita, tabu, que geralmente não tinha voz ativa. (BOLLON, 1993, p.151)

O movimento punk queria ir além dos seus antecessores, além dos ideais, a indústria jovem já estava vivendo no conformismo de um mundo melhor, portanto os punks voltaram para o começo, buscaram as origens do underground, criaram sua própria identidade, musica, mídias, ousaram na moda de forma que representasse sua rebeldia contrária ao sistema e criaram seu conceito antimoda, as roupas eram feitas e desfeitas pelos jovens, então surgiu o método DIY, que significa “faça você mesmo”, que dominou a estética do underground desta contracultura. “Numa embriaguez infinita de mostrar seu lado sombrio, eles se faziam piores do que pudessem imaginar” (BOLLON, 1993, p.129). A ideia de construir suas roupas era porque não queriam que o estilo fosse comercializado fora do seu nicho, destacando o fato de que a moda se apropriou do estilo punk e utiliza do conceito até atualmente, porém vendido de uma forma mais suave, diferente do estilo real que era original do subúrbio (AMARAL, 2005). Cabral, analisa o momento como:

O movimento punk se apropriou de todos os ícones de agressividade para transmitir simbolicamente que contrariava o contexto de comportamento e moda ao qual pertenciam, que foi expresso por meio de spikes, que consistem em aviamentos metalizados que originalmente eram utilizados para adornar as jaquetas dos roqueiros. Apropriaram-se amplamente de couro, correntes, roupas rasgadas, peles tatuadas, cabelos tingidos e estruturados, uma revolução para os costumes da época. A rebeldia do movimento foi rapidamente aliada às bandas de rock metaleiro ou heavy metal que surgiram no período e criaram o estereótipo do punk rock, como é conhecido até os dias atuais, devido à sua força de expressão musical. O sistema de moda aperfeiçoou sua capacidade de incorporar os modismos

surgidos nas marginalidades a partir das décadas de 1960, dos movimentos sociais hippie e punk. De acordo com Treptow (2013), até então a moda era imposta para a sociedade de cima para baixo na estratificação das camadas sociais; é o que Treptow chama de efeito de gotejamento ou trickle down. A partir deste período, as ruas passaram a influenciar a moda: trata-se do fenômeno de propagação de moda por meio de ebulição ou bubble up, em que as referências estéticas surgem nas massas e influenciam as elites. (CABRAL, 2006, p. 8)

Toda a estética que os punks adotaram para o seu movimento era contrário ao que a sociedade seguia, assim como mostra a figura 2, “era uma estética catastrófica do caos, do lixo, do rasgão, da colagem, da recuperação e do desvio: uma estética da pura negação e da inversão sistemática de todos os valores” (BOLLON, 1993, p.132). Eles foram o último grupo jovem que tentaram mudar a sociedade, os chocando com espetáculos de moda punk, “um princípio que na realidade atravessa todas as manifestações de estilo [...] uma espécie de concepção e de moral do mundo baseada não mais na dialética clássica, mas apenas na aparência.” (BOLLON, 1993, p.160).

Figura 2 – Rasgos característicos da cultura.



Fonte: wmagazine.com

Os punks se caracterizavam pelo visual rebelde, usaram a moda como sua principal aliada a resistência e seguindo a filosofia “se você não gosta do que existe, faça você mesmo”. Criando então, suas próprias vestimentas e músicas, e dando início ao cyberpunk. Lemos (APUD FERREIRA, 2007), fala que o termo cyberpunk surgiu do movimento literário da ficção científica, característica dos personagens do submundo da informática, relacionados às altas tecnologias e caos urbano. Considerado uma narrativa pós-moderna, e conhecidos como “ciber – rebeldes”,

undergrounds da informática: *hackers*, *crackers*, *phreakers*, *cupherpunks*, *otakus*, *zippies*, é possível ver essa referência no filme *Hackers* de 1995, como demonstra a figura 3.

O cyberpunk tem sua estética baseada nos conceitos da década de 1980, que ousaria com o caos urbano das grandes metrópoles no futuro, relacionadas a violência, falta de estrutura nos centros urbanos e grande opressão das corporações por conta do desenvolvimento tecnológico, que assim seria uma forma de desunir as classes sociais.

Figura 3 - Elenco filme *Hackers* (1995)



Fonte: reallycutetops.com

Como os hippies nos anos 60, o punk foi um movimento divisor de águas da subcultura e rebeldia juvenil (BRAKE, 1980), como muito lembrado durante o período e no próximo cenário, conhecido como o pós-punk, pela referência de estilo que permaneceu e influenciou outros grupos como o DIY (*Do it yourself* – Faça você), utilizado de diferentes formas, essa prática continuou presente como um conceito do underground. O pós-punk está relacionado aos estilos musicais do que com o movimento da subcultura punk, a música e a moda são fatores determinantes ao pertencimento de um determinado grupo social, como utilizado pelos punks.

Nos anos 2000 as subculturas estão cada vez mais subdivididas e diversificadas, em que os participantes podem fazer parte de não apenas um grupo. Dessa forma podemos entender a imagem literária/ visual dos cyberpunks e o que nos deparamos na rua ao ver pessoas que fazem parte do movimento.

O estilo da subcultura cyberpunk teve várias transformações estéticas, a partir das subculturas anteriores que a originaram, criando a estética do humano e não-humano, eletrônico e acústico. Esse estilo foi disseminado em diversas outras mídias, como no cinema, quadrinhos, música, moda, games, entre outros, tendo suas próprias gírias e elementos visuais. Contudo, o assunto abordado pela ficção científica, teve repercussão entre o mundo tecnológico e a subjetividade urbana, característico da cibercultura, podemos ver como as interpretações do universo da cibercultura é diverso ao analisar os figurinos e a estética do clipe *Need to know* da cantora Doja Cat lançado em 2021, totalmente com influência do cyberpunk (figura 4).

Figura 4 - Figurino do clipe *Need to know* - Doja Cat (2021)



Fonte: Pinterest

2.3A definição de Cyberpunk

“Cyberpunk surge como um subgênero da literatura de ficção científica por volta dos anos 1980 e é caracterizado por narrativas de um futuro próximo, distópico e de grande avanço tecnológico.” (SOUTO, 2014, p11)

O termo Cyberpunk originou-se na literatura pós-moderna de ficção científica, nos Estados Unidos, onde unia tecnologia e caos urbano. A palavra também passou a representar os cybers rebeldes, personagens underground da informática, com os hackers, crackers, phreakers, cypherpunks, otakus, zippies (LEMOS, Apud FERREIRA, 2007). O gênero de ficção científica que viria a ser chamado de cyberpunk, foi escrito por jovens autores no início dos anos 80, publicados em fanzines americanas e europeias.

A utopia Cyberpunk se ambienta em uma sociedade moderna, em que a tecnologia é dominada pelas ruas, sem solucionar os empecilhos sociais. Para a sociedade, a tecnologia junto a ciência seriam fatores para melhorar as condições da existência humana, porém os escritores Cyberpunks abordavam histórias sobre indivíduos marginalizados vivendo em caos urbano, originando o nome cyber, de máquinas cibernéticas; tecnologia de computadores, meios de comunicação de massa, implantes neurais etc., e punk, da atitude “faça você” do movimento punk inglês da década de 70 do século passado. O universo urbano dessa estética tecnológica é muito bem ambientado no jogo Cyberpunk, lançado em 2020, que retrata esse centro urbano em caos no ano de 2077, sendo analisado na figura 5.

Figura 5 - Jogo Cyberpunk 2077 (2020)



Fonte: wallpapercave.com

Os personagens principais das histórias Cyberpunks são anti-heróis que moram em um cenário sociopolítico, onde as corporações dominam toda a sociedade. As histórias relatam situações do cotidiano como o caos urbano, crime, poluição e a degradação das relações sociais. Mesmo sendo distopias, as histórias vão além da relação de dualidade entre a tecnofilia e a tecnofobia que marcou a ficção científica até então.

As histórias de ficção dos Cyberpunks segundo os autores era um reflexo da sociedade contemporânea. William Gibson, um dos autores mais importantes do movimento, diz que o cyberpunk não se preocupa com monstros alienígenas ou conquistas intergalácticas, o que ele faz é uma paródia do presente. Os aspectos das histórias se parecem com o que estamos vivendo no começo do século XXI.

O movimento cyberpunk fez ponte entre dois outros gêneros de ficção científica: a hard science e a new wave. A hard science se destacou muito no início, nas décadas de 40 e 50, apresentando possibilidades tecnológicas. Os contos do New Wave nasceram do ativismo político dos anos 60 e 70, que discutiam sobre a alienação em um futuro high-tech. Os temas escritos pelos autores cyberpunks mesclavam esses dois gêneros de ficção científica. Os contos da hard science focam em tecnologia de ponta: implantes corporais, circuitos, órgãos artificiais, drogas, cirurgia plástica, mudança genética, interface cerebral, inteligência artificial, neuroquímica, mundos virtuais, vírus, nanotecnologia. Diferente dos discursos da New Wave, que enfatizava a atitude da contracultura. Embora que ambos os gêneros não escrevessem sobre ficção científica, eles trouxeram à tona assuntos da época marcados pela trilogia sexo, drogas e *rock'n roll*. Escrita de forma satirizada o que os americanos chamam *streetwise*, uma inteligência que se aprende na rua e não na escola, os autores criticavam o *american way of life*, e influenciaram o nascimento da contracultura dos anos 60.

2.4 A moda Cyberpunk

A moda na década de 1980 começou com uma mistura de situações, ideias, comportamentos e estilos. O punk e o glam rock que surgiram na década de 1970 abriram caminho para a New Wave. Músicos como Ian Dury, Nick Lowe e a banda Eddie and the Hot Rods e os Ramones se tornaram símbolos desse estilo. Os anos 1980 foram a década da moda da dança e o início da cultura rave no Reino Unido.

A estética da nova onda era colorida e fluorescente às vezes ao mesmo tempo. O importante era brincar com as cortinas e os materiais das roupas e acessórios. Michael Jackson e Madonna são duas das maiores influências desta década. Michael Jackson em suas jaquetas extravagantes, cheio de zíperes e Madonna em suas minissaias, leggings, meia traineira e marca pesada (figura 6).

Figura 6 – Madonna, 1980's.



Fonte: godisinthetvzine.co.uk

A moda foi uma forma de expressão muito utilizada pelos grupos de contracultura, Daniela Calanca (2008) ressalta que os indivíduos pertencentes às subculturas punks vestiam seus corpos como se fossem cartazes transmitindo sua revolta contra os padrões impostos pela sociedade, como é retratado na figura 7 a imagem de uma mulher pertencente ao grupo Punk vestindo uma t-shirt escrita um palavrão que em meio a uma sociedade de padrões pré-estabelecidos, causava grande impacto. Ainda segundo Pedrosa, a moda cyberpunk ganhou notoriedade nas contraculturas dos anos 80, a partir das suas aparições cinematográficas, onde apresentavam uma imagem vanguardista da época em que viviam, sendo assim nomeado de proto-cyberpunk, e se inserindo em outras tribos como os punks, post-punk (PEDROSA, 2011).

Figura 7 – Mulher punk.



Fonte: huckmag.com

Com o começo do prêt-à-porter na década de 1960, permitiu que as massas sociais consumissem roupas com facilidade, esse consumo diverso de roupas também foi possível com as primeiras contraculturas jovens beatnik e hippie, que não só se libertaram do que era tradicional na sociedade como foram na contramão dela (BIAGI, 2005). Segundo Bollon, a partir da convivência dentro desse movimento, os indivíduos se expressam através de música, arte e principalmente pelas roupas, usando adornos para se diferenciarem e tornarem únicos diante do padrão normativo (BOLLON, 1993).

Muito antes de existir o conceito da palavra Moda, o pudor já era um controle social, as pessoas não podiam mostrar os seus corpos naturalmente e o uso de adornos se tornou uma forma de distinção social, indicando o que é de bom gosto ou o oposto. As contraculturas utilizaram a função da roupa para mostrar a sociedade como o sistema oprime e impõe o modo de se vestir considerados por eles de bom gosto, e discordantes disso, os punks utilizam a moda como uma forma de discurso dos seus ideais de mundo e vida, dentro dessa sociedade com padrões opressores (PEDROSA, 2011). O punk foi a contracultura mais radical contra o sistema, diz Salvatierra (2009). A moda é um fator cultural, Pedrosa (2011) complementa que os Cyberpunks reconhecem a moda como uma maneira de identificação e pertencimento a sua própria tribo, processo semelhante que acontece em diversos outros grupos sociais, Maffesoli (1998) conclui que as roupas são um reflexo do que vivemos, então fazem um discurso de sua época, sendo a moda um importante produto cultural da sociedade. Salvatierra colabora:

Visualizando esses movimentos, no qual o invólucro do corpo inclui produtos escolhidos pelos próprios consumidores, refletindo gosto pessoais e inventando através desse mapa corporal novas relações simbólicas coletivas, podemos afirmar que a moda, nesse contexto, reflete um simbolismo estético individual, gerando uma espécie de cibermoda. Ou seja, uma moda que está dentro de cada um na busca incessante pelo novo, mas com interferências dos objetos do passado. (SALVATIERRA, 2009)

Lemos (2004) é um dos autores que esclareceu a própria afirmação de Willian Gibson sobre o cyberpunk, Gibson definiu a antipatia do cyberpunk em relação à ficção científica utópica em seu conto de 1981, "The Gernsback Continuum", que ridiculariza e, até certo ponto, condena a ficção científica utópica dentro e fora da ficção científica, de que esse imaginário foi criado a partir da realidade cultural de seu próprio tempo, gerando o termo de influência e influenciado na cultura popular. Esses

elementos de tecnologia e declínio social são o reflexo da criação contemporânea da contracultura cyberpunk. Eles incorporam algumas subculturas juvenis da década de 80: do aspecto musical, efeitos eletrônicos mistos, como sintetizadores na moda punk, pós punk e pop music. Para a autora, as personagens do Cyberpunk são seres que se encontram às margens da sociedade. Em suas palavras:

Um modo de vida centrado nas tecnologias computacionais, música hardcore e agressividade adolescente. O cyberpunk nos dá a habilidade de ser livre. A tecnologia pertence ao jovem e deve ser explorada em seu proveito. Os personagens do cyberpunk clássico são seres marginalizados, distanciados, solitários, que vivem à margem da sociedade, geralmente em futuros distópicos onde a vida diária é impactada pela rápida mudança tecnológica, uma atmosfera de informação computadorizada ambígua e a modificação invasiva do corpo humano. (LEMOS, 2004, p.10)

Lemos (2004) relembra que as roupas da moda punk abrigaram os jovens marginalizados pela sociedade, como apareciam nas letras de uma das bandas do movimento, os Sex Pistols. Esses jovens descrentes, tanto com a sociedade padrão quanto com o sonho hippie de mudar o mundo, seus sucessores de contracultura que tinham não só falhado em mudar o mundo, como agora eram a nova geração dos velhos “quadrados” servindo o sistema (SALVATIERRA, 2009).

As roupas características do movimento punk eram extravagantes, desconstruídas, rasgadas e utilizavam tecidos não convencionais como o vinil, jeans, couro, roupas com modelagem justas, camisas e casacos com bottons e metalizados como os spikes, saias de couro, meia arrastão e acessórios fetichizados, coleira choker e cinta liga, maquiagens marcantes, sombras coloridas e delineados preto alongados que mudavam o olhar. Esses jovens também adotaram cortes de cabelos e penteados totalmente diferentes, cabelos curtos coloridos com cores vibrantes e descoloridos, como exibe-se na figura 8.

Figura 8 – Mulheres com cabelos coloridos.



Fonte: huckmag.com

Todas as estéticas tidas como contrárias ao padrão normativo, eram as principais escolhas como modo de se vestir para a contracultura punk da década de 1970 e o diferencial do visual era a customização chamada de DIY, faça você (PEDROSA, 2011). Para que tivessem roupas fora do padrão que encontravam nas lojas de departamento, era preciso personalizá-las, então faziam rasgos, criavam suas próprias estampas, escreviam frases impactantes, utilizavam aviamentos como spikes e acessórios de sex shop (figura 9). “As pessoas têm a possibilidade de ‘produzir’ e executar o seu próprio look. O abuso de uso de peças desprovidas do estatuto da marca tornou-se mais amplo, adquirindo postura e permitindo uma verdadeira ‘liberdade de escolha’.” (PEDROSA, 2011, p.29) O estilo dos cyberpunks tinha referências da contracultura post-punk, que foi outro movimento musical e cultural dos anos 80. Como o nome diz póstumo do punk, possui personalidade rebelde, gótica e introspectiva, com a maior presença da cor preta, transparências e cabelos longos pretos ou descoloridos, acessórios de crucifixo e outros elementos da cultura underground, figura 10.

Figura 9 – Punk utilizando item fetichista.



Fonte: wmagazine.com

Figura 10 – Mulheres mostrando a influência do post punk.



Fonte: wmagazine.com

Os estilos da contracultura punk e elementos do cyberpunk foram incorporados em estilos das subculturas, peças e tecidos como coturnos, casacos, jeans, couro, látex, entre outros, além da prática do DIY continuou presente como um conceito central do underground” (AMARAL, 2005, p.16), mesclando materiais tecnológicos como CD e capas de plástico que davam ar futurista, tudo era transformação, experimentação e inovação (PEDROSA, 2011). Com relação a androginia, Reed também colabora:

A fascinação da moda com o desfile de excentricidades que definiu o estilo das ruas e dos clubes noturnos alimentou um renascimento do fenômeno do cross-dressing nas estrelas pop. Os homens se vestiam, se não como mulheres, ao menos como incógnitas sexuais. E, por sua vez, as mulheres se vestiam para se parecer homens. Vez ou outra, os dois gêneros se encontravam no meio do caminho com um visual andrógono. (REED, 2014, p.76)

O foco desses grupos subculturais era contestar através da moda “a moda é a forma de escrever um texto visual, a própria identidade, a contemporaneidade, sendo uma linguagem estruturada por diversos elementos que geram o princípio do design” (ECO, Apud SALVATIERRA, 2009). Adriana Amaral (2005) fala que o cyberpunk não é um estilo único e sim uma junção de vários outros e conclui que suas características incorporaram outros estilos ao longo do tempo, ressaltando a rebeldia e tecnologia pelos grupos que se identificavam com esses elementos da estética jovem. O Cyberpunk foi um estilo cultural futurista e teve sua estética incluída em todas as tribos, como nos estilos do século XXI, difundido nas diversidades de estilos alternativos e nas tribos do underground, exibido na figura 11.

Figura 11 - Spice Girls (1997)



Fonte: cosmopolitan.com

3 A DEFINIÇÃO DE TENDÊNCIA NO MUNDO DA MODA.

É notável que o surgimento das tendências de moda que chegam nas grandes marcas de luxo como em passarelas, revistas e coleções não se originam apenas do seu designer ou diretor criativo, mas sim, de outras grandes instituições que pesquisam a tendência de comportamento contemporâneo como um todo, podendo ser dividido em duas megatendências: globalização (macrotendência) e individualização (micro tendência). (WALZENBERG, 1997).

Segundo Popcorn (1993), estudar o comportamento da sociedade é necessário para anteciparmos as próximas realidades, cada tendência faz parte de um grande movimento. Com isso, a cientista afirma que as tendências refletem na maneira que o indivíduo irá se comportar ao consumir os produtos disponibilizados a ele. Contudo, as empresas precisam adaptar seu produto para a nova necessidade do seu consumidor.

Os bureaus de estilo surgem a fim de transformar todo esse comportamento em informações técnicas para a indústria, definindo então cores, tecidos e texturas para as próximas coleções das casas de moda. O principal referencial teórico dessa pesquisa científica é o entendimento dos comportamentos de consumo que monitoram o momento social, econômico e político em que os consumidores estão inseridos. Popcorn ainda alerta que as tendências apenas refletem o estado futuro dos seus consumidores, podendo nascer como uma pequena tendência e ir ganhando força ao longo do tempo.

A empresa Brain Reserve, de Faith Popcorn, implementou métodos para decodificar a cultura, analisando vetores que influenciam os consumidores, trazendo então os três principais sendo eles: indivíduo, modos de consumo e marcas.

3.1 Indivíduo.

Apesar de ser necessário entender o movimento num coletivo, as influências individuais como expressões do indivíduo, necessidades do consumo e desejos dominantes é essencial para compor a construção de uma imagem, seja ela, uma cor, um tecido ou até mesmo para nortear o tema de uma coleção. A atitude e o contexto social adotados pelo indivíduo influenciam na decisão final do consumidor.

Empresas consultoras de imagem, tentam analisar o espírito do tempo, onde os caçadores de tendências desenvolvem uma pesquisa para descobrir os desejos que movem as compras, que traçam um caminho onde se localiza o pensamento e o sentimento contemporâneo. Assim como demonstra Wagner:

As pesquisas, demonstradores e estatísticas de previsão para a moda – fashion fo-recasting – fornecem um repertório para metodologias centradas na imprescindível máxima determinada pelo espírito do tempo, que, pela expressão internacional de mercado, se diz: the spirit of the times. Mas tal expressão não se refere apenas à noção de uma atualidade como superficialmente se entende. Trata-se da essência de uma metodologia intuitiva, dedutiva e indutiva para formular os diversos ciclos criativos da moda que compreendem os artigos básicos de longa duração, artigos que têm uma evolução progressiva em médio prazo e, sobretudo, aqueles de curta duração considerados de vanguarda. (WAGNER, 2014)

Esses investigadores do mercado se tornaram a principal arma depois de 1990 com o surgimento do *cool hunting*. Em conjunto de uma equipe com profissionais, cientistas, semiologistas, inteligência de campo e executivos do marketing, definem a expectativa de consumo dos jovens.

Contudo, os caçadores analisam também a rotina do seu público-alvo, podendo ser chamado de *lifestyle* ou “estilo de vida”, onde obtém dados da idade, classe social, lugares frequentados como restaurantes, costumes e o principal de todos, descobrem através do consumo o estímulo que leva o indivíduo a investir o seu dinheiro nesse fenômeno.

3.2 Modos de consumo

Reconhece-se que a partir do estudo do coletivo, é possível desvendar como funcionam o movimento de criação das marcas, identificando fontes de suas inspirações e essa influência que atinge do indivíduo à globalização.

A década de 1980 foi definido como o período de superconsumo, marcado por um crescimento individualista e reivindicados por marcas de luxo. Porém, em 1990 predomina-se o consumo mais seletivo, em busca de tranquilidade, atrelada ao prazer intenso e imediato. Em 2000, a moda é apontada como emocional, que chama a atenção do consumidor pelas sensações, em busca de experiências que envolvam decoração, arte e arquitetura. Antes o consumo era medido conforme o poder de compra do consumidor e atualmente é monitorado pelas preferências do consumidor.

O acontecimento do atentado de 11 de setembro de 2001 às torres Gêmeas em Nova Iorque, foi um exemplo de grandes mudanças na tendência de consumo dessa década. Após o acontecimento, os valores da moda eram baseados em busca de paz, segurança e do bem-estar, onde surge a indústria da moda preocupada com preservação ambiental e conscientização da utilização de tecidos orgânicos. Desfiles passados do atentado, como coleções de inverno de 2002, evidenciam a repetição de tons escuros e utilização de uniformes militares composto de diversas culturas. (WGSN, 2020)

A admiração por outras culturas também traz novos conhecimentos como tipos de adereços em trabalhos manuais, bordados e materiais semipreciosos. O momento traz uma admiração pelo luxo e o desejo de se sentir rico. O espírito do tempo é se embelezar.

3.3 Marcas

Define-se que a partir dos anos 1980 a influência da marca sobre o consumidor tornou-se um fator imprescindível a ser considerado na pesquisa de tendências que serão seguidas pelo mundo da moda. Dessa maneira, existe uma nova busca pela forma de consumir, uma busca não apenas pelo item de moda, mas por uma marca que direcione e que promova uma cura no nosso estado emocional (DAVIS, 2003).

Enquanto em 1980 as marcas eram retratadas através de logos como códigos de pertencimento social, nos anos 2000, a expectativa sobre as marcas se alterou para o compartilhamento de emoções fortes, sentido e busca de autenticidade (ROUX, 2005).

Por fim, a marca que representava autoridade se tornou a marca que consiga entender e atender os sentimentos do seu consumidor, aquela que tem uma visão global de onde o seu público-alvo está inserido e faça-o desfrutar das experiências e partilha de seus valores comuns, não visando apenas o produto tangível. Desse mesmo pensamento, surge o marketing da experiência que implicam em benefícios que o consumidor irá ter caso escolha aquela marca para investir seu capital.

Ao melhor compreender comportamento de consumo e outros conceitos que permeiam o consumo de moda, esta pesquisa enfoca as tendências de

comportamento de consumo originadas com a Pandemia da Covid-19 e suas reverberações.

4 AS TENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PÓS PANDEMIA

Atualmente, estamos passando por uma Pandemia, um surto de coronavírus, (SARS-Cov-2), causador da Covid-19, uma doença que se espalhou rapidamente em várias regiões do mundo, tendo diferentes impactos em cada uma. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), em 18 de março de 2020, os casos confirmados da Covid-19 já haviam ultrapassado 214 mil em todo o mundo; não existiam planos estratégicos para serem aplicados. Uma situação parecida que pode ser comparada com o sentimento que foi analisado por Faith Popcorn em 1993. Popcorn, explica que dentro dos comportamentos previstos, houve uma tendência na qual procuravam um tipo de casulo, um lugar seguro para se manter longe da violência excessiva e transmissão do HIV/AIDS após o fim da Segunda Guerra Mundial. O Comportamento é definido com altos índices de compras virtuais, itens que forneçam acesso a outra realidade em segurança, como músicas de outras nacionalidades, produtos para decoração da casa e itens que provém conforto e segurança dentro do casulo. O estudo do passado e do presente são fatores determinantes para a direção do futuro, ele está presente nas ações cotidianas mais frequentes da sociedade, podendo ser marcado como a reflexão de uma ação ocorrida. Contudo, sendo comparado com a condição em que o mundo se encontra hoje.

Com a alta propagação e alto nível de contaminação do vírus COVID-19, foi necessário a reclusão da sociedade para estabilizar números de mortes, sendo feita a quarentena. Dessa maneira, houve um grande impacto na economia das indústrias e empresas de todo o globo, trazendo outros comportamentos, pensamentos e conseqüentemente novas tendências. Durante esse período surgem cinco propulsores de comportamento, sendo eles: ansiedade financeira, preocupação com a saúde, síndrome da solidão, busca pela verdade e medos e inseguranças. A seguir, são apresentados os propulsores de comportamento de uma maneira mais detalhada.

4.1 Ansiedade financeira

Com a quebra na economia global, define-se a ansiedade financeira como um dos sentimentos do consumidor em 2021 (Time/NextAdvisor), 51% da população dos Estados Unidos teme cortes no salário e até perda da vaga de emprego. Em abril, um estudo da Nanos para a Comissão de Saúde Mental do Canadá, demonstra que cerca

de 40% dos canadenses consideram que “manter a economia saudável é o fator importante para a saúde mental do próximo ano”. Desse modo, houve uma mudança nos valores ligados à forma como consomem um produto. Em 2016 foi previsto que as pessoas comprariam pensando no propósito e não adquirir item novo, agora estão pensando no valor e longevidade daquilo que consomem. Alguns exemplos de preferência no consumo podem ser definidos como: multifuncionalidade, embalagens econômicas, reparação, reutilização e revenda (WGSN, 2021).

4.2 Preocupação com a saúde

Apesar do bem-estar fazer parte do estilo de vida do consumidor a algum tempo, a preocupação da saúde mental e física é algo novo.

A próxima tendência é a da autocompaixão – olhar para dentro de si próprio para encontrar acolhimento por meio de mecanismos de sobrevivência. Isso irá estimular as pessoas a lidarem com os problemas, reforçando a necessidade de cuidar do bem-estar mental para manter o bem-estar físico. (WGSN, 2020)

Em 2020, 70% da população dos Estados Unidos se sente estressado devido à crise do corona-vírus (ABC News). Alguns dos comportamentos previstos são: reforços imunológicos e investimento com autocuidado hi-tech.

4.3 Síndrome da solidão

Antes mesmo da pandemia surgir, a solidão já afetava grande parte das pessoas, estimulada por propulsões como o burnout. Em meio a quarentena, surgiu mais forte do que nunca as conexões digitais graças aos aplicativos de reuniões para negócios. Na Europa, os downloads do aplicativo Houseparty aumentaram de 24.000 para 651.000 de fevereiro 2020 para março do mesmo ano. Com a convergência do mundo digital e físico, prevê o surgimento de plataformas onde consumidores podem interagir e se divertir, já que, o índice de serviços de streaming segue aumentando cada vez mais, uma maneira de se sentirem menos sozinhos durante todo o isolamento social. (WGSN, 2021)

4.4 Busca pela verdade

Enquanto a sociedade vivia uma crise epistêmica, na qual desinformação gerou caos, notou-se a importância de consumir a verdade, já que todos estavam procurando orientação, conforto e dados confiáveis em sites de mídias sociais. Com isso, os indivíduos sentem a necessidade de um relacionamento com a empresa baseado em transparência, fazendo que empresas mostrem o processo de produção daquele item e conseqüentemente gerando mais fidelidade às empresas que demonstram todo esse processo de confiança. (WGSN, 2021)

4.5 Medos e inseguranças

Em meio a grandes mudanças políticas e sociais durante a pandemia, a segurança é o principal unificador demográfico e socioeconômico, além de protegerem a si mesmas, querem sentir ter controle no meio de um período turbulento. Contudo, a economia não irá se estabilizar até que a maioria das pessoas se sintam seguras. A casa tem um grande significado no meio do caos, onde produtos que agreguem a economia do lar e sirvam para nos proteger, seguirão em alta, podendo ser comparado assim com as medidas preventivas que os estabelecimentos estão tendo para que seus clientes se sintam mais confortáveis e seguros em visitar outros ambientes sem serem seu próprio lar. Os propulsores de comportamento anteriormente apresentado direcionam para um tipo específico de consumidor que será contextualizado a seguir. (WGSN, 2021)

5 CONSUMIDOR EUFORIA

Dentro das tendências de comportamentos, há uma contraposta a todo o sentimento que o consumidor tem passado devido ao caos causado pela pandemia, entretanto, uma delas é se expressar através da vestimenta, com isso podendo ser um dos estilos chamado Euforia. Esse estilo explora o poder do design para melhorar o humor e estimular positividade no consciente dos indivíduos, onde otimismo é considerado uma atitude necessária para o cenário mundial em que o consumidor está inserido. Os itens celebram a criatividade e a releitura da liberdade numa linguagem digital, em uma perspectiva natural e que a abordagem invoca o espírito vibrante do artesanato e da reciclagem das subculturas. Essa tendência, tem uma forte referência ao cyberpunk, uma cultura nascida do punk e reinventada nos anos 2000 com a chegada da tecnologia. Contudo, define-se estética e atitudes parecidas com o movimento punk, em uma busca de escapismo da realidade. (WGSN, 2021)

Após analisar as subculturas e o movimento Cyberpunk, observamos o comportamento de consumo e as tendências para o mundo da moda pós pandemia. Esta pesquisa resulta no desenvolvimento de uma coleção de moda apresentada em seguida.

6 PROJETO DE COLEÇÃO

Baseado na análise feita das pesquisas de tendências e comportamentos, desenvolvemos um projeto de coleção de moda, primavera/verão, chamado Imersão com inspiração nos desejos e necessidades dos consumidores Euforia de 2022. O projeto tem uma resposta emocional para todo o período de restringimento e cenário caótico provido da pandemia. “Em 2022, os consumidores estarão ansiosos pela liberdade e buscarão designs e experiências que atendam a essa demanda, por meio de propostas escapistas e vibrantes” (WGSN, 2021).

6.1 Cartela de cores

A paleta de Euforia traz cores ousadas, vibrantes, positivas que faça o consumidor escapar por essa época de distanciamento social e marcada pela restrição, como mostra a figura 12.

Figura 12 – Cartela de cores



Fonte: WSGN, 2021.

6.2 Cartela de estampas

Figura 13 – Cartela de estampas



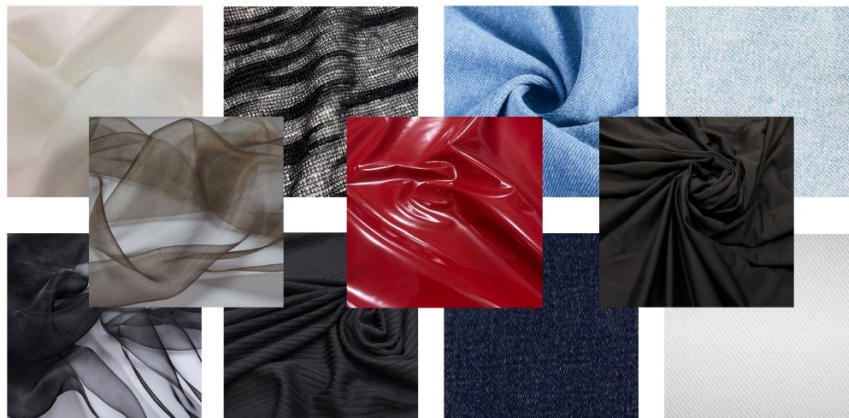
Fonte: desenho autoral

A cartela de estampas vem ricamente baseada em viagens psicodélicas, escapismo da realidade, degradê colorido, ice-dye com cores vibrantes para levantar o astral.

6.3 Cartela de materiais e texturas

Os tecidos utilizados são: tule de seda, 100% seda; organza de seda marrom e preta, 100% seda; malha canelada preta, 91% poliéster e 9% elastano; vinil, 100% poliéster; tricô, 100% poliéster; sarja branca, 100% algodão; poliamida para o biquini, 100% algodão e denim, 100% algodão. As texturas do projeto estão relacionadas ao crochê, linhas artesanais e texturas com transparência, dando espaço para a sensualidade, liberdade de expressão e ousadia. Como exibe a figura 14.

Figura 14 – Cartela de materiais e texturas.



Fonte: Montagem autoral.

6.4 Croquis e desenhos técnicos

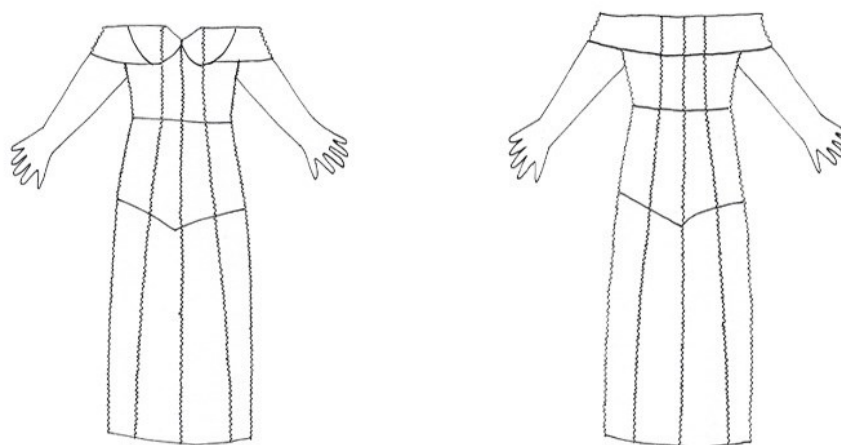
O vestido de tule drapeado, foi criado a partir do conceito gótico atrelado a estética punk, a hot pant e o bojo do vestido foram feitos de couro para contrastar com a leveza do tule e ressaltar a transparência da peça. A ombreira de corrente representa os acessórios usados por eles e muitas vezes criados a partir do DIY, sendo possível fazer em casa e complementar diversos looks, como demonstrado na figura 15 e 16.

Figura 15 – Croqui vestido preto



Fonte: Desenho autoral.

Figura 16 – Desenho técnico vestido preto.



Fonte: Desenho autoral.

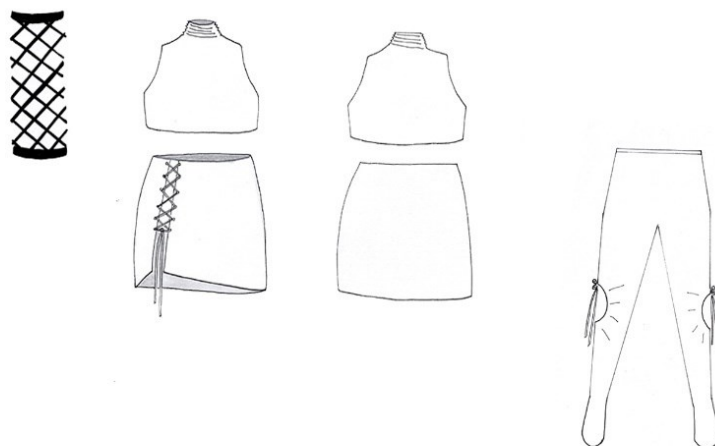
Trazendo colorido para a composição através da meia calça, conta também com peças totalmente estampadas em uma junção de rosa, branco e vermelho, algo que lembre o New Wave psicodélico dos anos 60. A minissaia conta com uma fenda lateral para que traga um ar mais sexy para todo o visual, como apresenta a figura 17 e 18.

Figura 17 – Croqui estampado rosa e verde.



Fonte: Desenho autoral.

Figura 18 – Desenho técnico estampado rosa e verde.



Fonte: Desenho autoral.

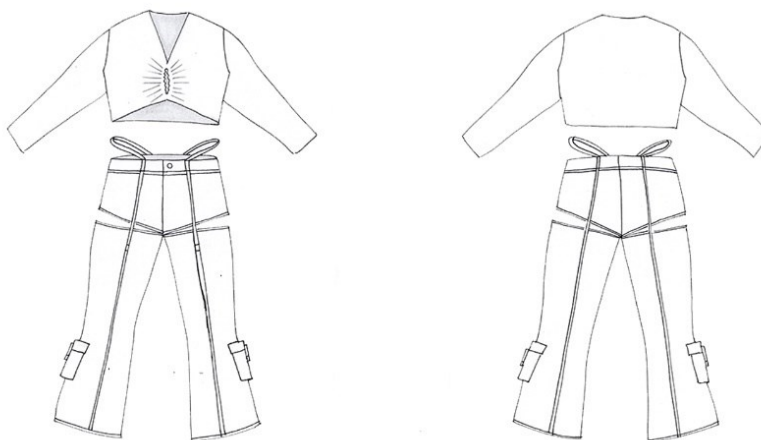
A estética cyberpunk esteve em ascensão nos anos 2000, para representar essa década desenvolvemos uma das calças mais utilizadas, o modelo cargo, com diferencial da abertura na perna. A blusa foi criada na estética do New Wave, com uma estampa psicodélica em tons quentes presente na nossa cartela de cores, como mostra a figura 19 e 20.

Figura 19 – Croqui calça cargo.



Fonte: Desenho autoral.

Figura 20 – Desenho técnico calça cargo.



Fonte: Desenho autoral.

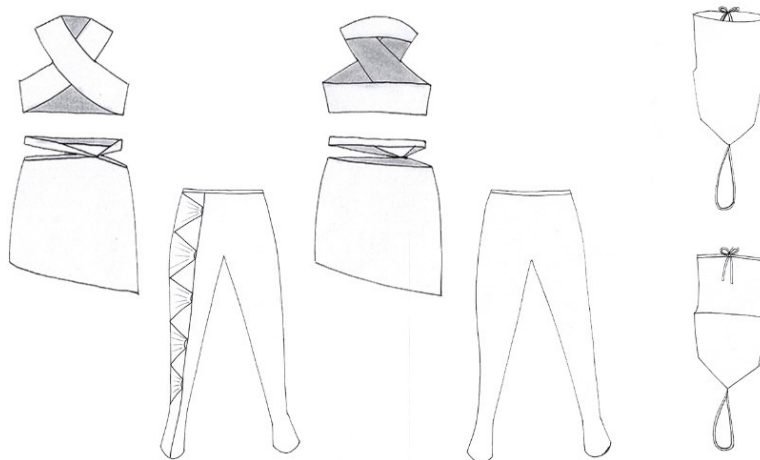
O visual é inteiro feito de tricô, utilizando as cores azul, rosa e lilás que cria uma imagem divertida e se relaciona com o movimento por ser uma técnica artesanal, sendo utilizada para contraposição e estilização durante o movimento cyberpunk, como mostra a figura 21 e 22.

Figura 21 – Croqui tricô colorido.



Fonte: Desenho autoral.

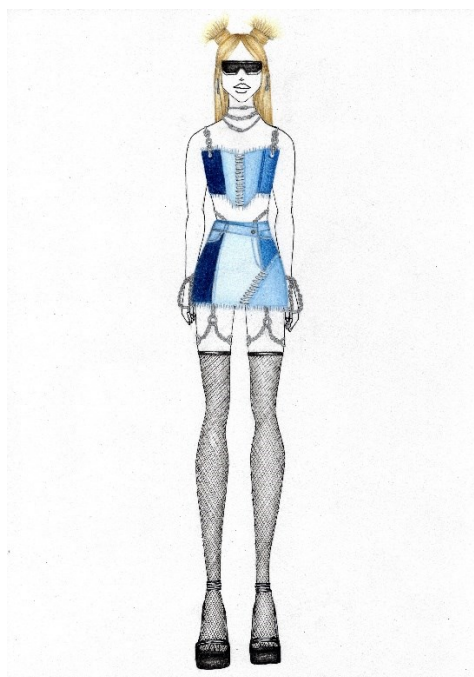
Figura 22 – Desenho técnico tricô colorido.



Fonte: Desenho autoral.

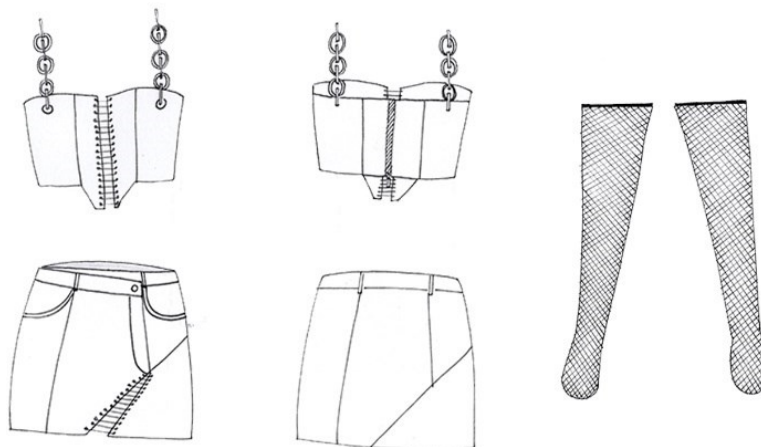
Querendo trazer uma estética fiel ao movimento, trouxemos uma composição toda jeans, que consiste em um look com correntes prata nas alças, patchwork de diferentes jeans sobre toda a peça e ainda alfinetes utilizados para estilização de vestimenta daquela época. O visual conta com acessórios fetichistas e um design que lembra o jeans remendado, algo feito de novo, estilizado que saia do padrão proposto para a época, como visualiza na figura 23 e 24.

Figura 23 – Croqui jeans.



Fonte: Desenho autoral.

Figura 24 – Desenho técnico jeans.



Fonte: Desenho autoral.

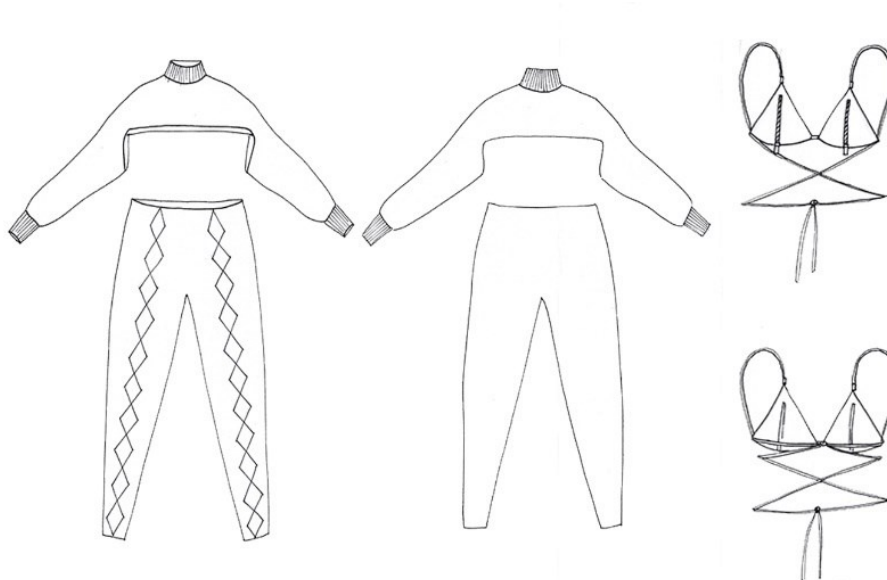
O visual foi inspirado em festas raves, tendo a utilização da estampa New wave em uma coloração de vermelho e amarelo, onde há um top azul de tricô, calça com fendas frontais e biquini com amarração na cintura e abertura nos seios, tendo em sua essência muita sensualidade. Cores saturadas são utilizadas para estampa simulando o escapismo da realidade, como mostra a figura 25 e 26.

Figura 25 – Croqui calça com abertura.



Fonte: Desenho autoral.

Figura 26 – Desenho técnico calça com abertura.



Fonte: Desenho autoral.

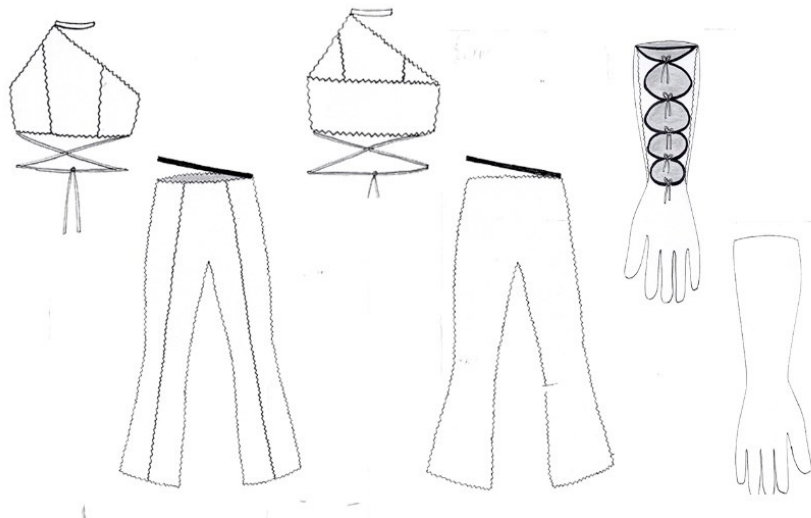
O conjunto estampado conta com amarrações na cintura, cores vibrantes e luvas pretas com aberturas circulares para maior imponência do visual cyberpunk. As cores seleccionadas trazem o otimismo para a imagem da vestimenta, como demonstra a figura 27 e 28.

Figura 27 – Croqui estampado verde.



Fonte: Desenho autoral.

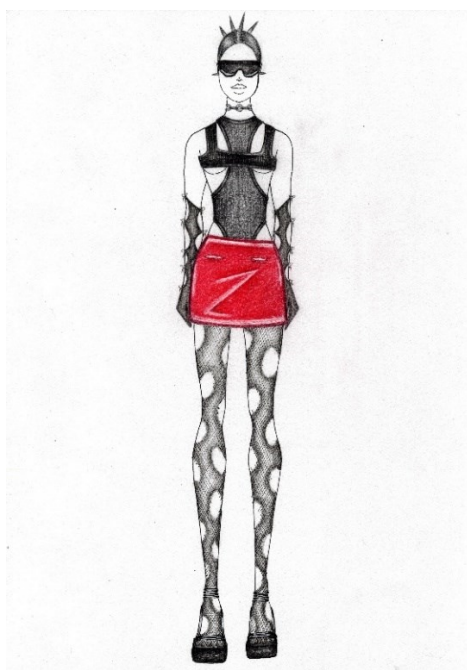
Figura 28 – Desenho técnico estampado verde.



Fonte: Desenho autoral.

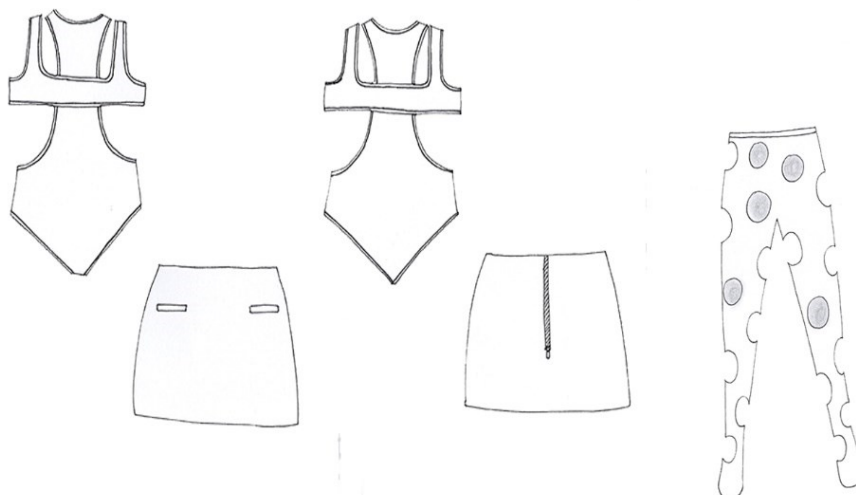
Este look foi pensado para representar uma das customizações mais comuns da subcultura punk, os rasgos nas roupas como é possível analisar na meia calça, que tem aberturas criando uma textura entre tecido com transparência e pele, se repetindo nas luvas e body de malha canelada, se destacando a minissaia vermelha de vinil, tecido característico da época e presente nas subculturas, sendo exibido nas figuras 29 e 30.

Figura 29 – Croqui saia vinil.



Fonte: Desenho autoral.

Figura 30 – Desenho técnico saia vinil.

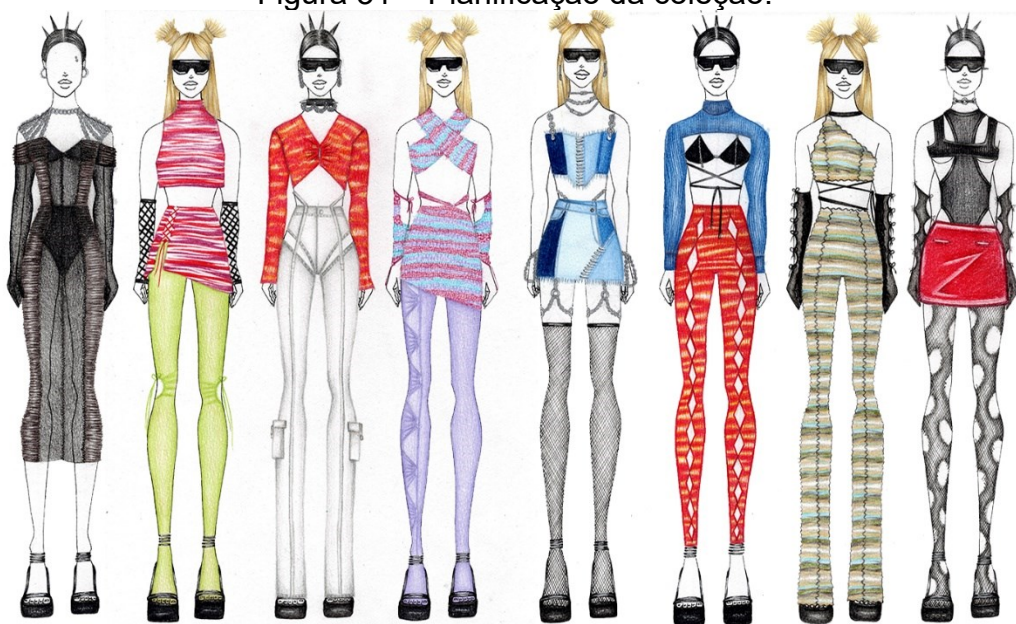


Fonte: Desenho autoral.

6.5 Planificação da coleção

A seguir, exibiremos a coleção Imersão planificada, seguindo a ordem dos croquis e desenhos técnicos já apresentados, podendo ser visualizado na figura 31.

Figura 31 – Planificação da coleção.



Fonte: Desenho autoral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve por objetivo desenvolver uma coleção que tem como inspiração a estética cyberpunk.

No capítulo 1, abordamos uma breve introdução panorâmica sobre subculturas, onde demonstramos através de imagens da época, os vestuários utilizados na década, exibindo sua cultura e toda a estética do movimento. Entretanto, entende-se que houve uma mudança na finalidade da indumentária ao longo do tempo, sendo utilizado inicialmente quando criada para questões voltadas para sobrevivência, onde era necessário cobrir o corpo para aguentar longas noites frias, sendo também posteriormente utilizada para pudor e controle hierárquico. Com o surgimento do prêt-à-porter, tendo disponibilidade de uma variação de roupas em grande escala, surgem-se subculturas que se opõem perante a sociedade, sendo marginalizados e criando sua própria identidade visual estética e estilo de vida, a fim de combater o padrão normativo proposto. Através de coturnos, *spikes*, *zippers*, *tie-dye* e cabelos coloridos, os punks marcaram a década utilizando a vestimenta como um veículo de comunicação com o mundo externo, por meio de camisetas feitas DIY, carregadas de frases de revolta, externalizavam a criatividade, individualidade e ódio ao sistema que estavam inseridos.

O cyberpunk por sua vez, surge por uma junção de subculturas marginalizadas, incluindo o punk, onde unia tecnologia e caos urbano, a fim de lutar contra o padrão imposto, tendo referências de uma sociedade distópica, com poderes concentrados em grandes organizações enquanto a massa sociopolítica vivia no meio da poluição, criminalidade e violência. Houve uma grande influência com a chegada da tecnologia, tendo base filmes de ficção científica e jogos que imitassem a realidade virtual, assim possibilitando grandes pensamentos sobre o Hard Science, assuntos como: implantes corporais, órgãos artificiais, drogas, mudança genética, inteligência artificial, neuroquímica, mundos virtuais e nanotecnologia. O movimento carrega com si toda a resposta gerada ao caos que estavam vivendo, tendo sua estética marcada pelo New Wave, referência ao psicodelismo dos anos 60, sendo notado pelas cores vibrantes e estampas que demonstrasse o escapismo da realidade. Toda identidade criada por essa contracultura era para conseguir se expressar através dos seus designs exóticos, cores saturadas, muitos recortes e estampas, afinal tudo aquilo era a

reflexão de toda a sociedade contemporânea, onde conseguiram manifestar sua opinião através de uma paródia do presente.

No capítulo 2, trouxemos como surgem tendências, a partir das grandes casas de moda como marcas de luxos e como isso influencia o resto do globo. Contudo, analisando os comportamentos dos consumidores na sociedade, notamos os fatores que determinam uma tendência no mundo da moda, tendo a possibilidade de prever situações de como o indivíduo vai consumir perante o cenário social, econômico e político inserido.

No capítulo 3, demonstramos os comportamentos previstos para o consumidor de 2022, sendo eles o reflexo da pandemia de COVID-19. Observando e estudando sobre o espaço que estamos vivendo é notável o caos instalado perante o vírus, que se proliferou de uma maneira rápida e que poderia ser fatal, sendo necessário o distanciamento social e isolamento na quarentena para diminuição e controle de números de mortes exacerbante. Com isso houve um grande impacto em como a sociedade está consumindo os produtos propostos, dessa maneira, se assemelhando com a situação e proposta refletida no movimento cyberpunk, um sentimento de necessidade de uma válvula de escape, algo que faça o indivíduo passar por esse momento mais leve, ousando mais e utilizando cores que levante teu astral.

No capítulo 4, exibimos o perfil do consumidor Euforia, onde aborda dentro das tendências, o comportamento cyberpunk, explicando suas lutas e trazendo seu estilo para nossa criação, tornando a indumentária um meio de comunicação.

Em conclusão, a coleção desenvolvida cumpre uma das previsões da tendência de 2022 para primavera/verão, onde prevê Euforia, nome dado ao consumidor que irá se submeter as tendências voltadas para estéticas cyberpunk, resultando em nosso projeto de coleção, intitulado Imersão, que visa atingir e atender todas essas necessidades, mesmo que inconscientes, reflexo do atual momento no qual a sociedade está introduzida, e cria, por meio dos looks, a possibilidade de se expressar através de sua indumentária no mundo pós pandêmico.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana. Uma breve introdução à subcultura cyberpunk. Estilo, alteridade, transformações e hibridismo na cibercultura. In: **E-Compós**. 2005. Disponível em: <http://bjopm.homologacao.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/36> Acesso em: 21 set. 2021.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BARROS, Lydia Gomes de. Subculturas, um conceito em construção. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1118-1.pdf> Acesso em: 21 set. 2021.

BENNETT, Andy; KAHN-HARRIS, Keith. After Subcultures - Critical studies in **Contemporary youth culture**. London: Palgrave Macmillan, 2004.

BENNETT, Andy; SHANK, Barry; TOYNBEE, Jason (Ed.). **The popular music studies reader**. Psychology Press, 2006.

BENNETT, Andy. "Subculture or neo-tribes." *Rethinking the relationship between* (1999).

BIAGI, Olávio Leme L. A Contracultura e o Rock'n'Roll: a Relação dos Movimentos de Contestação Social e a Música Jovem dos Anos 60 e 70. In: **Nethistória**, (Brasília), v. 1, p. 15, 2005. Disponível em: <https://www.historia.uff.br/stricto/td/2052.pdf> Acesso em: 21 set. 2021.

BLACKMAN, Shane. Youth subcultural theory: a critical engagement with the concept, its origins and politics, from the chicago school to postmodernism. **Journal Of Youth Studies**. Chicago, p. 1-20. março, 2005. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13676260500063629>. Acesso em: 21 set. 2021.

BOLLON, Patrice. **A Moral da Máscara**: Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks, etc. 1. Ed – Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

BORTHOLUZZI, Juliana. A relação entre a moda, o movimento punk e sua rainha, Vivienne Westwood. In: **Colóquio de Moda**, v 8. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202012/GT06/COMUNICACAO-ORAL/102634_A_relacao_entre_a_moda_o_movimento_punk_e_sua_rainha_Vivienne_Westwood.pdf Acesso em: 12 de set. de 2021.

BORTHOLUZZI, Juliana; ARAUJO, Denise Castilho de. A Moda Como Ferramenta de Crítica no Trabalho de Vivienne Westwood. In: **Revista Icônica**. Volume 2, No 1, 2016.

BRAKE, Mike. **The sociology of youth culture and youth subcultures**. London: Routledge, 1980.

BRANDES, Aline Zendonadi; SOUZA, Patrícia de Mello. Corpo e Moda pela Perspectiva do Contemporâneo. **Projetica**, [S.L.], v. 3, n. 1, p. 119, 4 set. 2012. Universidade Estadual de Londrina. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/12270> Acesso em: 21 set. 2021.

CABRAL, Kenia Moreira. **A Linguagem da Moda**: Uma história de revoluções – Da alta costura ao prêt-à-porter (1858-1960). 2006. 89f. Monografia Mestrado em Ciências da Linguagem) Graduação. Universidade do Sul de Santa Catarina, 2006.

CALANCA, Daniela. **História da Moda**. Trad. Renato Ambrósio. São Paulo: Senac, 2008.

CASTILHO, Kathia; OLIVEIRA, A. C. (Org.) . Corpo e Moda por uma compreensão do contemporâneo. 1. ed. Barueri- São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008. v. 1. 301p.

CASTRO, Kedma de Lima; CASTRO, Jetur de Lima; OLIVEIRA, Alessandra Nunes de. A Moda como Objeto de Informação: O caso do Movimento Feminista Punk Riot Grrrl. In: **AtoZ**: novas práticas em informação e conhecimento, v4, número 1 p.24 – 33. jan./jun. 2015. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/41762> Acesso em: 12 de set. 2021.

CLARKE, Gary. Defending Ski-Jumpers: A critique of theories of youth cultures [1981]. In: GELDER, Ken. **The Subcultures Reader**. 3ª ed. Londres e Nova York: Routledge, 2005.

DAVIS, Melinda. **A Nova Cultura do Desejo**. Os segredos sobre o que move o comportamento humano no século XXI, Rio de Janeiro: Record, 2003

FERREIRA, Aletéia. Cibermoda e suas influências na cibercultura, a moda punk ao estilo matrix. **Centro de estudos e pesquisa em Cibercultura**. 2007.

FREITAS, André Ricardo Ribas; NAPIMOGA, Marcelo; DONALISIO, Maria Rita. Análise da gravidade da pandemia de Covid-19. **Epidemiologia e serviços de saúde**, v. 29, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ress/a/TzjkrLwNj78YhV4Bkxg69zx/?format=html&lang=pt> Acesso em: 21 set. 2021.

GELDER, Ken, THORNTON, Sarah (ed.). **The subcultures reader**. London: routledge, 1997.

GIBSON, W. **Neuromancer**. New York: Ace Books, 1984.

GONÇALVES, Denise Oliveira. **Avesso e Direito**: Movimento Hippie e Mercado Cultural da Moda. 132f. Dissertação (Pós-graduação em História) Universidade Federal de Uberlândia, 2007.

HAENFLER, Ross. **Rethinking Subcultural Resistance**. In: Journal of Contemporary Ethnography, vol 33, nº 4. Sage Publication, 2004.

HEBDIGE, Dick. **Subculture: the meaning of style**. London: Methuen, 1979.

HEBDIGE, Dick. **Posing... threats, striking... poses: youth, surveillance and display**. In: GELDER, Ken, THORNTON, Sarah (ed.). *The subcultures reader*. London: Routledge, 1997.

JONES Sue Jenkyn. **Fashion Design: manual do estilista**. Tradução Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

LE MOS, André. Ficção Cibernética Cyberpunk: O Imaginário da Cibercultura. In: **Conexão** – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 3, n. 6, p. 9-16, 2004. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/71>
Acesso em: 21 de set. 2021.

LIPOVETSKY, Gilles E ROUX, Ellyette. **O Luxo Eterno, da idade do sagrado ao tempo das marcas**, São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MAFFESOLI, Michael. **O Tempo das Tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2. Ed – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MARINS, Alessandra. De onde vêm as tendências. **Anais [do] 4º Colóquio de Moda, Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2008**. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/40328.pdf> Acesso em: 21 de set. 2021.

MUGGLETON, David, WEINZIERL, Rupert (ed.). **The post-subcultures reader**. New York: Berg, 2003

PEDROSA, Carolina Gomes. **A Reconstrução da Moda Cyberpunk no Cinema**. Monografia Especializada em História Cultural – (TCC) – Universidade de Paraíba: UEPB, 2011.

POPCORN, Faith. **Relatório Popcorn**, São Paulo: Editora Campus, 1993.

Ramalho e Oliveira; CASTILHO, Kathia. **Moda também é texto**. São Paulo, 2007.

REED, Paula. **50 Ícones que Inspiraram a Moda: 1950**. São Paulo: Publifolha, 2014.

REED, Paula. **50 Ícones que Inspiraram a Moda: 1980**. São Paulo: Publifolha, 2014.

SALVATIERRA, Neliffer Horny. Do Cyberpunk ao Universo Pop: A Moda dos anos 1980 no Universo da Cibercultura. In: **Ícone**. Universidade Federal de Pernambuco, Volume 11 No 2, dez – 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/icone/article/view/230182> Acesso em: 21 de set. 2021.

SIQUEIRA, Gianny de Fátima Bolfoni de. Moda underground: o discurso cyberpunk na década de 1980 a partir de sua estética em Blade Runner. 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/14016> Acesso em: 21 de set. 2021.

SOUTO, Gabriela Barbosa de. **Blade Runner e o Caçador de Androides: As Narrativas (Pós) Humanidade no Gênero da Ficção Científica**. 2014. 129 f. Dissertação (Graduação em Literatura e Interculturalidade). - Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande – PB.

STRAW, Will. Systems of Articulations, Logics of Chance: Scenes and Communities in Popular Music. In: **Cultural Studies**, vol 5, nº 3, 1991.

WAGNER, C. Zeitgeist, o Espírito do Tempo – Experiências Estéticas. **Revista de Cultura e Extensão USP**, [S. l.], v. 12, p. 21-29, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rce/article/view/86802>. Acesso em: 12 set. 2021. >

WALZEBERG, Bernhard, **A Megatendência das Megatendências** documento interno da Adigo Consultores, distribuído por ocasião do Workshop A dinâmica das Organizações. São Paulo, julho/1997.

WGSN, **Mudança de valores**, 2021. Disponível em: https://www.wgsn.com/fashion/article/88646#page_1 Acesso em: 21 set. 2021.

WGSN, **Previsão de estampas femininas P/V 22**, 2021. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/88045> Acesso em: 21 set. 2021.

WGSN, **Previsão de moda feminina P/V 22**, 2021. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/87908> Acesso em: 21 set. 2021.

WGSN, **Previsão de tecido, lavagem e acabamento jeans da P/V 22**, 2021. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/87989> Acesso em: 21 set. 2021.

WGSN, **Previsão de tecidos da moda feminina P/V 22**, 2021. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/87670> Acesso em: 21 set. 2021.