A tribo urbana *Emo* e o consumo de moda em Fortaleza.

Meiriane do Nascimento Silva[1]
Profa Dra Francisca R. N. Mendes[2]

A presente pesquisa pretende abordar as relações existentes entre o consumo de moda e as tribos urbanas dando enfoque na tribo intitulada *Emo*. Traçando aspectos do seu surgimento e desenvolvimento uma vez que seu advento está intimamente ligado a sociedade de consumo, sabe-se que esses grupos ou tribos, são frutos da sociedade contemporânea sendo assim, sua existência está ligada ao consumo e principalmente a imagem, pois é através dela que são identificados como grupo e também é através da mesma imagem que se diferenciam das outras tribos urbanas dos dias atuais, tendo em vista que a tribo já citada surgiu há pouco tempo.

Tem-se como objetivos procurar estabelecer o quanto essas tribos estão ligadas ao consumo de moda e se o mercado local de Fortaleza atende de forma eficiente e satisfatória, seja em objetos ou vestuário. Também falar sobre a sociedade de consumo, partindo desses pressupostos, que a tribo urbana *Emo* tem uma estreita ligação com o consumo, o mercado da moda de certa forma tende a prestar atenção a essa parcela da população que, necessita de artigos próprios e únicos para confirmar seu pertencimento aquele grupo.

Produzir artefatos que permitam a identificação do indivíduo enquanto participante daquele grupo e enquanto pessoa dentro daquele universo próprio que eles vivenciam, propiciando mais uma alternativa na produção de vestuário e acessórios traçando uma característica de exclusividade, pois pode ser observado durante a pesquisa que além de serem influenciadas pela moda as tribos também influenciam esse segmento. Desta forma temos uma relação de reciprocidade entre o produtor de moda e o consumidor, que ao mesmo tempo em que produz moda acaba recebendo influencias desses grupos para outros ramos que não seja somente o específico das tribos.

Mas será que essa reciprocidade, existe no mercado de moda de Fortaleza? Ou será que essa relação ainda não foi explorada como deveria?

O trabalho foi feito através de pesquisas bibliográficas em autores como Michael Mafesoli (2000), Lívia Barbosa (2004), Cafaia (1985), entre outros.

---

[1] Estudante de bacharelado do curso de estilismo e moda da UFC
[2] Professora Adjunta do Curso de Estilismo e Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC), orientadora desse artigo.

A sociedade de consumo é um dos títulos da sociedade atual, segundo Barbosa (2008)[3], para problematizar o consumo é preciso reconhecer que ele é central no processo de produção social e que todo ato de consumo é essencialmente cultural. Cabe salientar que apesar de todas as sociedades anteriores utilizarem-se do consumismo só a sociedade contemporânea tem o rótulo, portanto, "isso significa admitir que o consumo está preenchendo, entre nós, uma função acima e além daquela de satisfação de necessidades materiais e de reprodução social comum a todos os demais grupos sociais." A autora ainda afirma que o consumo cresceu tanto que chegou ao ponto de se discutir suas origens e seus "porquês".

A partir daí tem o surgimento da democratização do consumo em detrimento das melhores condições de vida, agora cada um decide o que consumir e quando fazer isso, o estilo de vida torna-se opcional sem grupos referentes. Diante disso afirma Barbosa (2008) "o que existe hoje seria uma multiciplidade de grupos, *tribos urbanas* e indivíduos formando suas próprias modas" e esses grupos que se formam como é o caso das tribos, Maffesoli (2000)[4] os define como: "Comunidades Emocionais", "Nebulosas afetivas" é assim que Mafesoli (2000) ele afirma que o fenômeno tribos urbanas trata-se de um engajamento transitório resultante de condensações instantâneas. Diz ainda que a adesão as tribos não tem motivo comprovado, é apenas um motivo fugaz, não há objetivo concreto para estes encontros que possa assegurar sua continuidade. Ainda continuando na dinâmica das tribos para esses grupos conhecer o outro não é necessariamente querer entrar na sua biografia a instituição família não existe segundo Caiafa (1985)[5] "em algumas tribos tem-se apenas olhares rápidos que não se fixam, entre os próprios membros ou mesmo em relação ao resto do mundo[...] Quanto a circulação de pessoas dentro da tribos ele continua "parece emergir como um valor em si mesmo o que nos remete a própria circulação incessante de objetos e mercadorias em

---

[3] BARBOSA, L. Sociedade de consumo – 2. Ed.- Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

[4] MAFFESOLI, M. O tempo das tribos: declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

[5] CAIAFA, J. Movimento Punk na cidade: a invasão dos bandos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985

uma sociedade de consumo” Essas são observações de Caiafa (1985)[6], onde ele relaciona a sociedade de consumo a pratica dentro da tribo Punk que possui esses traços.

As várias tribos e suas *personas*

As *personas* são imagens formadas por cada um dentro da tribo citadas por Nero (2007) [7], ainda segundo ele a roupa é como um figurino que mostram quem você está representando naquele momento, e são essas *personas* que circulam nessas relações descritas anteriormente por Caiafa (1985), em complemento a essa idéia da aparência Maffesoli diz, que “a estética é um meio de experimentar, de sentir em comum e é também um meio de reconhecer-se”. Então ainda segundo Nero (2007) essas *personas* acabam se juntando em algum momento visando compartilharem seus conceitos.

---

[6] CAIAFA, J. Movimento Punk na cidade: a invasão dos bandos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985

[7] NERO, C Del. Com ou sem a folha da parreira: a curiosa história da moda. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

Estilo *emo,* allstar em destaque.

A tribo urbana *emo* está inserida nesses grupos, também tem seus *personas* e geralmente formadas por adolescentes procuram identificar-se e ser parte de algum espaço determinado deles, onde são espectadores e atores, pois eles se reconhecem por isso e ao mesmo tempo representam. A tribo *emo* surgiu nos anos 80, o termo *"emo"* advém de publicações criadas por revistas especializadas em rock da época para definir o novo tipo de hardcore o *"hardcore emotional"* quem gostava desse estilo de música tornou-se o emo*,* acessado em 30/04/2010, mas o movimento começou muito antes na década de 80 quando só existiam os punks e o *"hardcore punk"* segundo o mesmo site, começou-se a utilizam nas canções batidas mais lentas e emocionais daí o nome *"hardcore emotional"* ou *"emocore"* esse estilo musical sofre um *boom* muito grande nos anos 2000 e chegando ao Brasil em 2003 e até hoje super popularizada.

Banda que se encontra na lista das mais ouvidas pelos emos.

A cultura tem grande influência norte americana, a moda adolescente tem usado muito o preto, o listrado e tênis *allstar* vale ressaltar que nem só os *emos* usam esse gênero, mas até quem não é tem essa influência e pode ser observado que é a tribo mais aderida do momento. A tendência do mundo da moda é acompanhar essas tribos com artigos que as façam consumir já que tem que manter uma imagem e o mercado de moda está pronto para atender essa febre chamada *Emo*, e Fortaleza, já tem esse público como alvo?

Por estar apenas iniciando a pesquisa ainda está passível de alterações, portanto, não é possível apresentar conclusões, pois elas seriam apenas momentâneas e não atenderiam as condições necessárias.

Referências bibliográficas

CAIAFA, J. Movimento Punk na cidade: a invasão dos bandos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985

MAFFESOLI, M. O tempo das tribos: declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

BARBOSA, L. Sociedade de consumo – 2. Ed.- Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

NERO, C Del. Com ou sem a folha da parreira: a curiosa história da moda. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo companhia das letras, 1989.

http://pt.wikipedia.org/wiki/Emocore, visitado em 30/04/2010.

Palavras chave: tribos urbanas, emo, consumo de moda.