

Normcore: incompreendido estilo anti-fashion que conquistou o mercado de moda

Resumo

O presente trabalho conceitua as tribos urbanas na nossa sociedade pós-moderna a partir da contribuição de Michel Maffesoli e explica a necessidade do surgimento de tal definição. Levando sempre em consideração o caráter plural da moda, usamos o estilo *normcore* como exemplo de crítica ao estabelecimento de padrões estéticos e à aderência da moda ao que seria considerada uma “Contracultura Pop”. Apresentamos ainda – após pesquisa detalhada – uma coleção de seis croquis inspirada no estilo em questão, abordando necessidades primordiais para os consumidores da tendência como conforto, praticidade e inovação.

Abstract

This paper conceptualizes urban tribes in our postmodern society based on Michel Maffesoli’s contribution and explains the emergence need of such a definition. Always taking into account fashion’s plural character, we use the normcore style as an example of establishment’s criticism of aesthetic standards and adherence to fashion that would be considered a “Pop Counterculture”. We also present – after detailed research – a collection of six sketches inspired by the style in question, addressing basic needs for that standard consumers’ as comfort, practicality and innovation.

Palavras-chave:

Normcore, Tribos urbanas.

Introdução

A sociedade vem vivenciando, sobretudo desde o século XX para cá, alguns sinais de que o sistema mercadológico capitalista estaria saturado. Praticamente a partir da década de 50 ele opera quase da mesma forma: absorvendo movimentos alternativos e entregando-os para o grande público de maneira mastigada e pronta para o consumo, nos mais diferentes vieses da produção, indo do campo têxtil ao de bens duráveis, dos alimentos à arte decorativa. E o caminho desse movimento passa a interferir diretamente na individualidade de cada um.

O consumo daquilo que é novo não é mais novidade e não mais diferencia alguém ou até mesmo algum grupo dentro de uma população que está 24h *online*. A sociedade urbana se tornou muito complexa e estilo *normcore*¹ é um dos recentes exemplos de movimento que não surgem apenas como uma nova tribo possuidora de “atitude”, mas sim como um modo de vida muito mais aberto a novas experiências e comportamentos.

Observar o estilo *normcore* pode ser interessante para entendermos como a propagação de tendências vem mudando. Mas para chegarmos a essa conclusão será preciso discorrer nesse trabalho sobre o hermetismo do movimento de propagação de tendências conhecido como *trickle-down* que, segundo Malcolm Barnard (2003), se baseia na ideia de que as modas escorrem das classes mais altas para as mais baixas. Dessa forma, para o autor, a moda só teria uma origem, a elite social ou classes altas.

Porém, levar em consideração essa afirmação isoladamente – que apresenta-se datada – é tão somente negar o “pluralismo do policentrismo da moda”. A moda não é mais algo que escorre, mas sim que se espalha, graças aos meios de comunicação, de forma simultânea por todos os níveis da sociedade. Portanto, em vez de existir um único centro provedor da moda, existem agora muitos centros, cada um criando e desenvolvendo seus próprios modismos. É o caso das tribos urbanas, por exemplo.

No caso do *normcore*, o que chama a atenção é a grande relevância que o movimento comportamental está ganhando na mídia, mais do que nas ruas. O estilo é novo e, como toda novidade, muitos querem discorrer (ou se aproveitar mercadologicamente) a respeito. Marcas como Gap, Nike e Birkenstock vêm atraindo um novo público com suas campanhas que fazem uso de peças básicas e anti-fashion.

Diante do que foi apresentado até o momento, cabe esclarecer que este trabalho tem como objetivo geral buscar referências diversas e também entender o estilo *normcore* para assim desenvolver uma coleção composta de seis vestidos que correspondam fielmente a essa tendência de comportamento urbano. Ao fim do estudo, realizado dentro do curso de Design de Moda, da Faculdade Senac PE, durante o semestre letivo 2015.1, foi selecionado um dos modelos desenvolvidos para confecção em sala de aula utilizando tecidos planos como matéria-prima principal, atendendo aos princípios de inovação e praticidade inspirados no estilo.

¹ Em inglês é a junção das palavras “normal” com “hardcore”. Em tradução livre “normal ao extremo”.

Referenciais Teóricos

Tribos Urbanas

O conceito de tribo diz respeito a um conjunto de pessoas agrupadas por uma cultura em comum, em que cada uma delas apresenta costumes e histórias pessoais diferenciadas, mas que, no entanto, podem convergir. Observando esse princípio e, de posse do reflexo da globalização nas sociedades modernas, assim como do conseqüente surgimento de um fenômeno de agrupamentos nas grandes cidades, o sociólogo Michel Maffesoli resolveu cunhar o termo “tribos urbanas”. Em seu livro *O Tempo das Tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa* (2006) o autor discorre sobre como o individualismo é substituído pela necessidade de identificação com um grupo.

Conceituando tribos urbanas, podemos dizer que são grupos formados por pessoas com afinidades de pensamentos, hábitos e modo de se vestir que partilham mutuamente desses interesses. Apresentam uma cultura informal, diferente dos padrões estabelecidos e se apresentam como não-ativistas, se opõem ao sistema, mas preferem demonstrar isso não aderindo a protestos, passeatas ou outros eventos com palavras de ordem, mas fazendo uso da música ou outra forma de arte.

O autor defende que esses grupos são abertos e instáveis, sendo possível que uma pessoa mude de um grupo para outro, sem interferir na formação daquela tribo. Opinião semelhante a de Diane Crane, em seu livro *A moda e o seu papel social: classe gênero e identidade das roupas*:

[...] Douglas Holt (...) enfatiza a diversidade de estilos de vida disponíveis em sociedades contemporâneas, sugere que eles não apenas evoluem e mudam com o tempo, como também os indivíduos mudam de um estilo para outro à medida que a visibilidade de determinados estilos de vida muda. (2006. P. 36)

Porém, com a classe formada por jovens representando a grande massa consumidora de bens em todo o planeta, é preciso entendê-los para realmente entender o fenômeno das tribos urbanas e também como elas estão se desfazendo ou se transformando em um novo tipo de tribos ainda desconhecido por nós já que esse processo está em constante transição.

Essa linha de raciocínio é mais ou menos semelhante ao que sugere a BOX1824, empresa de pesquisa especializada em tendências de comportamento e consumo, em seu vídeo *We all want to be Young* (2011). A mídia defende que nos dias de hoje “é legal saber e ser várias coisas ao mesmo tempo”, alegando a pluralidade cultural e intelectual.

E continua enfatizando que na década de 80 e 90 era comum alguém pertencer a um único grupo social e ser reconhecido apenas pelas características e diferenças daquela determinada tribo, enquanto que hoje:

ao invés de neutralizar as diferenças, se tornou legal expressá-las. É possível ser surfista, DJ, roqueiro, nerd, cinéfilo e designer ao mesmo tempo. [...] É uma pluralidade que garante que os jovens possam, simultaneamente, reconhecer-se, mesmo com suas diferenças pessoais. (WE ALL WANT TO BE YOUNG, 2011)

Normcore

Como em todo período de grande exaltação da moda, o atual momento apresenta uma nova tendência anti-fashion: o *normcore*. A palavra deriva de outras duas do inglês, “*normal*” e “*hardcore*”. Simplificando, o estilo nada mais é do que uma releitura do minimalismo dos anos 90, somado à consciência ambiental. É mais uma forma de dizer “abaixo as grifes” e “abaixo ao consumismo voraz da indústria de moda”.

Parece simples, mas o termo já levantou diversas discussões mundo a fora no ramo da moda e também da sociologia. Gustavo Mini, colaborador do coletivo O Esquema (<http://www.oesquema.com.br/>) afirmou que:

No território de extrema complexidade que se tornou a sociedade urbana, o *Normcore* surge como um comportamento de abertura ao todo muito mais do que como uma definição de uma nova reserva de atitude. (2014)

Para o autor, o estilo *normcore* é apenas mais uma tendência que surgiu como forma de diferenciação de quem a usa, porém se espalhou rápido demais, assim como as calças *skinny* e as sacolas ecologicamente corretas, por exemplo, e acabou por perder a sua essência, digamos assim. E defende que “tudo é tão rapidamente absorvido pelas pessoas e pelo mercado que logo se torna parte da paisagem”.

Prova de que o *normcore* é a tendência do momento foi a adoção de grandes meios de comunicação de moda, como a revista Vogue, ao novo estilo. Em uma de suas matérias dedicadas ao tema, intitulada “*Normcore: a montagem cede espaço para o cool e o confortável*”, em outubro de 2014, a revista define o movimento como sendo uma maneira de se vestir “despretensiosa” e “naturalmente *chic*”.

7 - Se o look for tingido de cores alegres que fogem da cartela de neutros que dão o tom do *normcore*, troque o salto alto pelos **tênis de couro branco** e sola reta que já são unanimidade nas ruas lá de fora.



(Fotos: Imaxtree, Marcio Madeira e Divulgação)

Figura 01: Trecho de reportagem da revista online Vogue, no qual ensina-se como usar a tendência *normcore*.

Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2014/10/normcore-o-que-nao-pode-faltar-na-hora-de-vestir-tendencia.html>

A diretora de moda da Vogue, Barbara Migliori, afirma ainda:

[...] *normcore* é a maneira de pensar a construção do visual que transcende recursos específicos de styling ou a escolha de determinadas peças de roupa e acessórios. Colocando de maneira mais didática, básicos voltam a ser desejáveis [...]. (VOGUE, 2014)

A revista *Veja* também fez a sua interpretação do movimento e afirma que a tendência surgiu através dos adeptos do estilo *hipster* (que, por sua vez, celebra a cultura e a vida alternativas, é frequentemente relacionado ao consumo de música, filmes e arte independente e apresenta saudosismo frequente, além de uma sensibilidade intensificada para tudo aquilo que está fora do *mainstream*), com seu modo de viver aparentemente despojado e seu visual “desabado”. E afirma “o negócio é parecer normal, nem que seja na marra”. Fez ainda um apanhado histórico lembrando que, na década de 60, aconteceu o movimento de contracultura *hippie* pregando a renúncia da sociedade de consumo capitalista. Foi quando surgiu o “natural *look*”, com um vestuário “desencanado” e despreocupado com padrões, mostrando que isso não é novo no mundo da moda.

A revista também relacionou alguns ícones do estilo como o milionário Steve Jobs e o presidente dos EUA, Barack Obama e completou fazendo uma crítica bem humorada, afirmando que a tendência deve ser apenas mais uma “modinha” passageira, afinal de contas, ninguém quer parecer normal.

O mais interessante do estilo *normcore* é constatar que, por fugir dos padrões, critica a moda contemporânea e quebra com o conceito de “rótulos” muito comum na moda. Se cruzarmos com alguém na rua trajando moletom e tênis All Star não é possível saber se aquela pessoa se interessa por funk ostentação, dança de salão ou se é operador de telemarketing. Ou tudo ao mesmo tempo. Esse é o grande feito do estilo *normcore*.

Metodologia

Ao longo do semestre letivo 2015.1, no curso de Design de Moda da Faculdade Senac PE, houve um processo de pesquisa a respeito de tribos urbanas na unidade temática de *Moda, Cultura e Sociedade*, com a finalidade de compreender o contexto em que se inserem para então dar início à pesquisa específica a respeito da tribo escolhida na unidade temática *Pesquisa e Criação*.

Especificamente nesta última disciplina, nos aprofundamos sobre o tema em dois momentos distintos: primeiro determinando as diretrizes do briefing para depois elencar fontes de pesquisa primária e secundária e criar o painel imagético. Esse processo permitiu que aumentássemos o embasamento sobre o tema tornando possível a criação de uma coleção casual *chic*. Concretizando todo o resultado de busca e pesquisa, foi construído um caderno de tendências com o tema *normcore*.

Com a coleção criada em forma de croquis foi escolhido qual deverá ser confeccionado. A partir da escolha, deu-se início ao processo de modelagem na unidade temática de *Projeto de Modelagem*, que levantou questões como: é realmente possível executar essa modelagem como indica o desenho? De que forma seria feito? Com a reflexão sobre as respostas, foram necessárias, então, algumas adaptações para viabilizar a costura da peça e torná-la comercial.

Resultados

A criação da coleção teve como foco a tendência anti-fashion conhecida como *normcore*, que é caracterizada por trazer referências do minimalismo da década de 90 e misturar as referências com traços da cultura atual. A listagem de fontes de pesquisa para o

processo foi extensa e incluiu grandes revistas de moda como Vogue e Elle, sites de *street style* mundialmente conhecidos como o *The Sartorialist*, *lookbook.nu* e *Humans of New York*, além da análise de vitrines em centros comerciais e pesquisas a respeito da moda nos anos 90. O resultado foi um painel imagético conciso e objetivo (Figura 02), que destacou os principais aspectos de inspiração trabalhados.

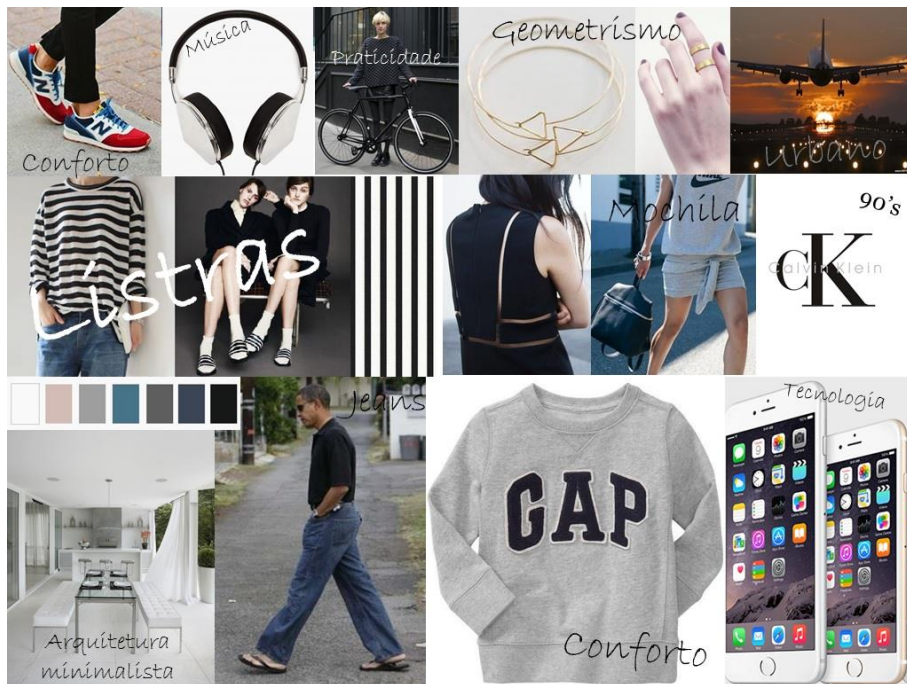


Figura 02: Painel imagético *normcore*

Para criar um vestido casual *chic* primavera/ verão foram levados em consideração aspectos ergonômicos de segurança e conforto, elementos prioritários para os clientes. São consumidores que estão sempre conectados, por dentro das tendências de moda – mas não necessariamente as seguem – que põem o bem estar acima do visual, geralmente pertencentes à classe média e com consciência ambiental.

Para atingir o objetivo, foram pensadas matérias-primas naturais mixadas com tecidos e malhas sintéticas, remetendo à tecnologia, além de aviamentos que tornassem a peça funcional, como zíperes destacáveis e botões.

A cartela de cores principais fez referência a ambientes urbanos e ao minimalismo, portanto preto, branco, cinza, azul marinho e bege traduzem a imagem despreziosa que os clientes buscam. E contou ainda com alguns acentos de cores, que estiveram presentes com menor relevância (Figura 03).

Considerações Finais

Michel Maffesoli foi certeiro ao definir as tribos urbanas como um fenômeno social e cultural, porém esse não é um conceito engessado. Como designer, é preciso aceitar e entender as mudanças que a sociedade pós-moderna sofre buscando compreender o porquê de estarmos apresentando determinado comportamento como o *normcore*, que ainda é incompreendido em diversos aspectos, mas já há muito que se falar a respeito. Por ora, entendemos apenas que é um fenômeno cultural em resposta ao consumo desenfreado. Seja como crítica ou como forma de resistir ao sistema, o estilo virou assunto.

E serviu como inspiração principal de todo um projeto de pesquisa e planejamento de coleção pensado com conceitos do estilo, porém que fosse possível ser usado por outras tribos. O trabalho abre portas para um estudo de observação mais aprofundado sobre o tema, com a finalidade de entender se existe um *lifestyle* e gostos e atitudes que a definam como tribo urbana ou se a tendência é passageira e mundana.

Referências

BARNARD, Malcolm. Moda e comunicação. Rio de Janeiro, Editora Rocco, 2003.

CRANE, Diane. A moda e seu papel social – Classe, gênero e identidade das roupas. 2 ed, São Paulo. Editora Senac São Paulo.

MAFFESOLI, Michel. O tempo das tribos: o declínio do individualismo. 2 ed, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MINI, Gustavo. Normcore, esse incompreendido. Disponível em: < <http://www.oesquema.com.br/conector/2014/05/15/normcore-esse-incompreendido/> >. Acesso em 31 de maio de 2015.

MENDES, Mario. Normcore: *a anti-moda*. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/multimedia/video/normcore-a-anti-moda>> Acesso em 31 de maio de 2015.

MIGLIORI, Barbara. Normcore: *a montagem cede espaço para o cool e o confortável*. Disponível em: < <http://vogue.globo.com/moda/moda-noticia/2014/10/normcore-montacao-cede-espaco-para-o-cool-e-o-confortavel.html>>. Acesso em 31 de maio de 2015.

_____. Normcore: *o que não pode faltar na hora de vestir a tendência*. Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2014/10/normcore-o-que-nao-pode-faltar-na-hora-de-vestir-tendencia.html>> Acesso em: 31 de maio de 2015.

Videografia

BOX1824. We All want to be Young. Disponível em: < <https://vimeo.com/16641689> >. Acesso em 03 de jun de 2015.

BOX1824. Youth Mode. Disponível em: < <https://medium.com/@box1824/youth-mode-d0466e1be491> >. Acesso em 03 de jun de 2015.