

INDUMENTÁRIA, PERTENCIMENTO E DIFERENCIAÇÃO: O PAPEL DAS ROUPAS NA CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE COLETIVA GÓTICA

Stella Mendonça Caetano¹

RESUMO: A subcultura gótica é remanescente de uma safra de culturas juvenis oriundas do final da década de 70 e do início da década de 80. Assumindo, na modernidade, papel fundamental na identidade de grupo, a moda e a indumentária passam a ser um meio de expressão da auto-identidade dos indivíduos e, também, um indicador de pertencimento ao grupo e diferenciação na sociedade. A partir dos estudos de identidade de Stuart Hall e Anthony Giddens, combinados com o conceito de moda trabalhado por Gilles Lipovetsky e o hibridismo homem-objeto proposto por Daniel Miller, busca-se uma reflexão acerca do papel da indumentária enquanto extensão da auto-identidade formada pelos integrantes da subcultura gótica, bem como na construção de uma identidade coletiva.

PALAVRAS-CHAVE: Identidade; Subcultura; Gótico; Diferença; Pertencimento.

CLOTHING, BELONGING AND DIFFERENTIATION: THE ROLE OF CLOTHES IN THE CONSTRUCTION OF A COLLECTIVE GOTHIC IDENTITY

ABSTRACT: Gothic subculture is reminiscent of a crop of youth cultures from the late 1970s and early 1980s. Its resilience to time is directly linked to its ability to transform and adapt to changes in the world, becoming more comprehensive and varied in musical and aesthetic terms. From the studies of identity by Stuart Hall and Anthony Giddens, combined with the concept of fashion worked by Gilles Lipovetsky and the object-man hybridism proposed by Daniel Miller, we seek a reflection on the role of clothing as an extension of self-identity. formed by the members of the gothic subculture, as well as in the construction of a collective identity.

KEYWORDS: Identity; Subculture; Goth; Difference; Belonging.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades (PPCULT/UFF).

A SUBCULTURA GÓTICA: MÚSICA, MODA E EVOLUÇÃO

A rapidez com a qual se dissolvem relações, produtos, ideias e identidades na contemporaneidade, denuncia a liquidez das narrativas ao mesmo tempo em que são oferecidas milhares de opções e recursos, materiais e imateriais, para que os sujeitos contem suas histórias através de seus próprios corpos. Neste mundo de efemeridades, existe uma subcultura que resiste à prova do tempo, cujos participantes reivindicam uma identidade e evocam o pertencimento através do vestuário: a subcultura gótica.

A subcultura gótica surgiu em Londres, no final da década de 1970 e início de 1980, como decorrência da expansão do gênero musical *post-punk* para além dos limites fonográficos (GUNN, 1999). Ao contrário do que o termo subcultura possa sugerir, não se trata de uma cultura de alguma forma inferior, mas sim uma cultura de um grupo que está inserido e compõe, junto com outros, a sociedade, ou seja, microentidades, ou grupos, formados com base em afinidades e escolhas, as quais Maffesoli (1984) denomina de tribos, sendo estas tribos urbanas estruturas sociais fundamentadas no auxílio mútuo, partilha do sentimento e ambiência de afeto.

No entanto, é importante ressaltar que outras subculturas inglesas precederam ao gótico e criaram a base para que ele pudesse desenvolver sua estética. Com o enfraquecimento do punk, novos grupos se formaram, entre eles um grupo de jovens liderados pelo *ex-punk* Stevie Strange, que promoviam as Bowie Nights, em homenagem ao cantor David Bowie. Essas festas logo se tornaram constantes e iniciaram uma nova *club culture*, *Blitz Kids*, posteriormente conhecidos como *New Romantics*. Grande parte dos participantes eram jovens alunos do *St. Martins College of Art & Design* em Londres, assim a estética se tornou o elemento central das reuniões, e as roupas eram a garantia de entrada no clube, afinal, para entrar no Blitz era preciso estar vestido de maneira criativa e extravagante.



Figura 1. New Romantics Steve Strange (Visage), Boy George (Culture Club) e Adm and The Ants. Fonte: Google Imagens.

Os *Blitz Kids*, ou *New Romantics*, representam um momento de transição entre duas subculturas inglesas que, apesar de muitas distintas, estão interligadas. O momento que edifica essa ponte é o desfile realizado pelo estilista, e *Blitz Kid*, Stephen Linard, cujo tema foi "*Neo Gothic*".



Figura 2. Desfile Neo Gothic. Fonte: Google Imagens.

No desfile *Neo Gothic* os amigos de Linard do clube Blitz eram seus modelos e desfilavam com trajes inspirados em vampiros juntamente com acessórios religiosos; a maquiagem dos modelos era escura e seus rostos pálidos. Esse foi o primeiro momento no qual a arte, a estética e as subculturas caminharam para a metamorfose da juventude inglesa, estas que preencheram as ruas de preto nos anos que se seguiram.

Inspirados pelos *New Romantic* e o desfile *Neo Gothic*, em 1982, Jon Klein e Ollie Wilson, da banda *Specimen*, criam a *Batcave*, uma boate cujo lema era “blasfêmia, luxúria e sangue”. A nova estética que surgiu nesse espaço ficaria conhecida como *Death Rock*, tendo como principais referências os próprios fundadores das *Batcave* e membros da banda *Speciem*. Além destes, outras bandas de *death rock* como *Sex Gang Children* e *Alien Sex Fiend* também foram referências de estilo neste momento inicial da subcultura gótica.



Figura 3. Ollie e Jon, fundadores da *Batcave* e a banda *Specimen*. Fonte: Google Imagens.

Dada sua gênese no momento de enfraquecimento do *punk*, mas não deixando de beber desta fonte, o gótico pinta o mundo de preto e cria uma forte e marcante imagem do que seria futuramente denominado de estilo *trad-goth*, ou gótico tradicional. Os principais nomes e referências, tanto da música quanto da estética da cena eram Siouxsie Sioux, da banda *Siouxsie and the Banshees*, e Peter Murphy, vocalista da banda *Bauhaus*, com seus olhos maquiados de preto sobre uma pele pálida, roupas pretas de diferentes cortes e tecidos, cabelos elaborados e gestos melodramáticos (HODKINSON; DEICKE, 2007). Neste momento, misturando elementos do cinema expressionista alemão combinado com o *Do It Yourself (DIY)* característico do *punk* e, ainda, o apreço pelo fetichismo, os góticos criaram sua identidade visual inicial.



Figura 4. Siouxsie Sioux e Peter Murphy. Fonte: Google Imagens.

Nos anos compreendidos entre a década de 1980 e a atualidade, o mundo passou por intensas transformações e adaptações, mudanças significativas ocorreram nas relações sociais, principalmente no que diz respeito à comunicação (CASTELLS, 2010). A subcultura gótica não ficou isenta de transformações e adaptações, na verdade, a permanência do gótico na cultura contemporânea se dá através das transformações e desdobramentos que sofre desde o final dos anos 70, seu momento mais incipiente (HODKINSON, 2002). Estes processos estão relacionados intrinsecamente à música e ao vestuário, ainda que não exista obrigatoriedade na correspondência entre um e outro.

Na década seguinte, 1990, o *gothic rock* se populariza e para além dos limites do território inglês, juntamente com o *pós-punk*, e o gótico ganha espaço nas rádios. Ainda, a subcultura se torna inspiração para histórias e personagens cinematográficos da época, como os vampiros da adaptação "Entrevista com o Vampiro" (*Interview With The Vampire*, 1994), baseado na obra homônima da autora Anne Rice, publicada pela primeira vez em 1976, e na personagem Nancy, interpretada pela atriz Fairuza Alejandra Balk do filme "Jovens Bruxas" (*The Craft*), de 1996. Ambos os filmes contribuíram para a construção de um imaginário gótico popular no qual as possíveis entre a subcultura com o vampirismo e a bruxaria se tornaram mais evidentes e expressas esteticamente. No caso do vampirismo uma nova forma de vestir surgiu e ganhou a alcunha de gótico romântico, inspirado nas vestimentas da Era Vitoriana europeia, com tecidos fluídos de algodão,

mangas compridas, babados, *corsets*, *corselets* e longos casacos masculinos e saias femininas.



Figura 5. Estilo gótico vitoriano. Fontes: Loja Punk Rave (<https://www.punkravestore.com/products/mens-black-victorian-gothic-jacquard-vest>); Instagram Black Friday (<https://www.instagram.com/itsblackfriday/>); Google Imagens.

Além do vampirismo e da bruxaria, ou ocultismo, o gótico incorpora elementos do *rock* industrial e da música eletrônica, dando origem ao gênero musical *EBM*, em conjunto, aos estilos *cybergoth* e *industrial*, que expressam em sua estética elementos como máscaras, lentes de contato coloridas, aplique de cabelo de plástico e cores *neon*, em referência ao alerta de radioatividade, toxicidade e perigo; e cortes mais retos com menos tecidos e formas, cabelos e maquiagens mais simples, respectivamente.



Figura 6. Estilos Cybergoth e Industrial. Fonte: Google Imagens.

O surgimento da internet proporcionou novos espaços sociais, rompendo os limites dos espaços urbanos e oferecendo uma interconexão da rede mundial, reformulando assim a vida social em sua dimensão física e virtual (OLIVEIRA, 2012). Dessa forma, a cena europeia, antes importada através de discos e reprodução de *looks*, tem seu raio de alcance ampliado e praticamente sem limitações. A partir deste momento surgem novas formas de expressão através do vestuário dentro da subcultura em diversas partes do mundo, como é o caso do *gothic lolita* japonês, do fenômeno virtual mundial *pastel goth* e da mais recente moda *nu-goth*.

O estilo japonês *gothic Lolita* adiciona ao gótico a delicadeza dos babados e cachos das bonecas, criando um visual predominantemente preto, porém com uma aura de inocência. O *pastel goth* também é um estilo infantilizado, colocando cores pastéis e maquiagens suaves em contraste com pontos de preto e iconografia gótica, como morcegos, teias e etc. Por sua vez, o *nu-goth*, ou novo gótico, se popularizou por propor visuais góticos mais casuais, estampados ou não mantém a cor preta como principal, sendo as roupas usáveis no dia-a-dia.



Figura 7. Estilos Gothic Lolita, Pastel Goth e Nu-Goth. Fonte: Google Imagens; Lookbook PastelKawaii Barbie (<https://lookbook.nu/look/9260328-Ebay-Lavender-Rose-Spiker-Black-Lace-Buster>).

A despeito dos reflexos positivos dessa expansão, a popularização dos estilos e o fácil acesso às inspirações e aos produtos, acessórios e roupas, ocasiona uma cisão na relação entre música e

indumentária. O vestuário, desassociado da música e, portanto, do fundamento da subcultura, torna-se, em certa medida, um problema. Ocorre que o número de jovens atraídos para a subcultura é grande, porém a atração se reduz ao campo da estética "*dark*", ignorando as raízes musicais, e enfraquecendo a subcultura e as cenas locais (AUTUMM, 2017).

O espaço virtual ou ciberespaço propõe uma inter-relação entre as realidades virtual e física, incentivando os sujeitos a instituírem redes de colaboração e participação dentro da sociedade (LÉVY, 2010), provendo um espaço de comunicação, diálogos, troca de experiências e construções intelectuais compartilhadas (OLIVEIRA, 2012). Neste espaço, também, os indivíduos podem criar, para si e para os outros, narrativas de suas próprias identidades, construídas, inclusive, a partir da imagem.

As roupas podem ser consideradas uma segunda pele do corpo, uma extensão daquilo que o sujeito acredita ele mesmo ser. Nesta esteira, o vestuário ganha novo significado, tornando-se parte da narrativa da biografia do sujeito, compondo assim sua autoidentidade.

IDENTIDADE: CORPO, VESTUÁRIO E PERFORMANCE

A identidade é o processo de construção de significados, ou identificação simbólica da finalidade das ações praticadas, com fundamento em algum, ou alguns, atributos culturais que se sobressaem perante outras formas de significado, de forma que um indivíduo, ou um ator coletivo, possam ter múltiplas identidades (CASTELLS, 2013).

Considerando a construção social dos significados, a identidade é uma narrativa, e, portanto, pode ser entendida como uma ficção baseada na sensação de pertencimento, ou seja, pelo menos parte da identidade surge no imaginário do sujeito (HALL, 2007). O caráter ficcional da identidade permite que o sujeito narre sua própria biografia, forjando para si uma autoidentidade, o *eu* compreendido reflexivamente pela pessoa em termos de sua biografia, o qual pressupõe uma continuidade, também, reflexivamente, interpretada pelo agente.

Stuart Hall (2004), a fim de enfatizar o processo de subjetivação, propõe o uso do termo identificação, a qual se constrói a partir de características reconhecidamente partilhadas com outros grupos ou pessoas. Diante disto, no contexto da modernidade tardia, esta concepção de identificação, ou identidade, admite a fragmentação das identidades e sua construção ao longo dos discursos e práticas que podem se interligar ou contradizer (HALL, 2004). Esta conjuntura faz com que a trajetória e a memória do indivíduo, sua biografia, alcance um valor tal que se torna elemento constitutivo da sociedade (VELHO, 1994). Para Eagleton (2003) quando entendemos que a cultura corresponde também à identidade percebe-se uma ponta de hostilidade às tendências normativas da cultura estética e seu elitismo.

Diante deste quadro, a identidade não apenas é expressa de maneira comunicacional, através das ações, mas essas últimas, juntamente com a narrativa do self, são constitutivas de identidade. Tais ações podem ser atos de performatividade, podem ser compreendidos como algo que faz referência a si mesmo, bem como um ato constitutivo de realidade (FISCHER-LICHTE; BONFITO, 2013). Assim, ao exercer a performatividade o sujeito cria uma nova realidade diversa daquela a qual está previamente inserido e vivencia, no momento da performance, uma experiência que guiada por si tem sob controle. Ainda, Butler (1999), propõe compreender a identidade a partir do conceito de performatividade, segundo o qual a identidade corresponde àquilo que “torna-se”, é um movimento, uma transformação. Assim, a biografia narrada pelo sujeito está sempre se transformando a cada performance, e a cada performance incessantemente repetida mais se torna eficaz a produção significativa da identidade, o que reforça o caráter fragmentado e líquido, ou transitório, das identidades na modernidade tardia.

Resultam da relação entre a roupa e a autoidentidade, alterações de aspectos visíveis da aparência do corpo, e o corpo é local de produção do eu. A modificação da aparência desse corpo através das roupas configura uma mediação entre o corpo físico, que está sendo vestido, e o corpo social que insere o sujeito na cultura (PITOMBO, 2002).

As roupas traduzem, ou personificam, as ideias de pertencimento e adesões, remetendo à esfera emocional e sensível do cotidiano (CIDREIRA, 2017). Dado que os modos de vestir são influenciados por pressão de grupo, propaganda, recursos socioeconômicos e outros fatores que, muitas vezes, promovem a padronização mais que a diferença individual, é a partir dos conceitos e ideias de diferenciação e não conformação com os padrões estéticos estabelecidos que subculturas subvertem a moda e desafiam o ideal estético socialmente estabelecido.

A moda, em suas origens, cumpria a função de um sistema de comunicação através do qual exercia o papel social de demarcar as distinções sociais, de gênero, etárias e até mesmo temporais (SAHLINS, 1979). No entanto, esta assumiu um papel central nas sociedades modernas, libertou-se do enfoque que a vinculava unicamente às estratégias de estratificação social e, hoje, está associada a dois fatores fundamentais da modernidade: a importância da expressão da individualidade e o novo (LIPOVETSKY, 1989). Mudança esta que, para Lipovetsky (1989), está relacionada às dimensões políticas, uma vez que, conforme a tese do autor, há um potencial democrático na moda que permite que ela realize os princípios da sociedade liberal e proporcione a plena expressão da individualidade humana por meio da ação cônica dos sujeitos envolvidos.

Democrático, o vestuário relaciona-se ainda com o localismo. Na medida em que toda a atribuição de sentido é local (GEERTZ, 1997), a indumentária interage com outras manifestações estéticas, tais como a música e suas letras, e a dança. Isto pressupõe que para compreender a estética de um grupo é necessário considerar o vínculo entre a arte e a vida coletiva (MIZRAHI, 2007), que pode se dar dentro e fora dos espaços virtuais de convivência.

INDUMENTÁRIA GÓTICA: PERTENCIMENTO E DIFERENCIAÇÃO

A subcultura gótica tem o vestuário e a música como seus pilares, tendo o primeiro adquirido maior relevância na formação de uma identidade e uma estética de grupo. Nascida nos clubes ingleses, a cena é marcada por *looks*, ou visuais, mais elaborados para festas e *shows*. No Brasil não foi diferente, a indumentária se tornou tão

representativa na cena paulista, por exemplo, que para inauguração da casa noturna *Treibhaus*, em 1983, os convites foram entregues em mãos somente para os *darks*, como eram chamados os góticos da época, considerado mais estilosos (VILELA, 2014).



Figura 8. Os darks da Treibhaus. Fonte: Facebook Treibhaus (<https://www.facebook.com/treibhaus4ever>)

A indumentária, neste sentido, é um objeto pensando como um elemento da composição de um todo e de suas relações com outros elementos do conjunto. Miller (1987), porém, propõe a compreensão do objeto propriamente dito. O objeto não funciona apenas para comunicar algo a alguém, ou representando uma categoria ou outra, mas o que se busca em seu significado são os valores que a coisa arrasta consigo. Nesta esteira, as roupas pretas, predominantes em todos os desdobramentos de estilo góticos, não representam apenas a atmosfera sombria e melancólica que permeia os clubes e festas, elas carregam esse poder sombrio. As roupas são, portanto, dotadas de agência, e a agência e a materialidade funcionam em conjunto, uma vez que pessoa e coisa são consubstanciadas; o ser se torna um híbrido entre humano e não humano de maneira que precisam um do outro para causar o efeito desejado (MIZRAHI, 2007).

A extravagância dos góticos, presente no seu modo de vestir e comportamento, corresponde ao próprio significado da palavra: aquilo que é excepcional, singular, raro, diferente, excêntrico, excessivo, anormal, incomum e desviante, muitas vezes entendido, na linguagem romântica, como transgressor (BRAGA-PINTO, 2018). A ultrapassagem dos limites do normal para o extravagante dentro da subcultura gótica

é proposital e desejada, sendo explicitamente visível na indumentária que reveste o corpo.

Nesse sentido, compreendendo que a ornamentação corporal corresponde à decoração do corpo tendo como objetivo uma produção de ambiência (BRANDINI, 2007). Também é a representação da imagem da identidade construída através da performance e do próprio corpo, o excesso de ornamentação, o exagero dos cabelos, maquiagem que fazem parte da performance da identidade gótica relacionam-se com o conceito de capital subcultural desenvolvido por Thornton:

O Capital Subcultural confere *status* ao seu portador aos olhos de seu espectador relevante. Afeta de muitas formas tanto jovens quanto adultos. O capital subcultural pode ser objetificado ou incorporado. Como os livros e pinturas ostentam capital cultural nas casas das famílias, também o capital subcultural é objetificado na forma de penteados da moda e coleções de discos bem montadas (repletas de bom gosto, edições limitadas 'white label', doze polegadas e afins) (THORNTON, 1996, p. 11).

A extrema ornamentação, portanto, é uma maneira de demonstrar o comprometimento e o conhecimento sobre a subcultura gótica. Além de ser um meio de exibição simbólica, uma maneira de dar forma exterior às narrativas da autoidentidade (GIDDENS, 2002), as roupas são uma forma diferenciar-se do outro, seja o outro de fora da subcultura ou, conforme a lógica do capital subcultural, o outro gótico. Nesse sentido a busca por identificar-se socialmente converge com a diferenciação do outro, vez que sem diferença não há identidade (WOODWARD, 2007).

Identidade e diferença são, conforme apontado por Simmel (2005) em seus estudos de psicologia da moda, portanto, pólos de um conflito: o ser humano possui a necessidade de se singularizar, ser autêntico, se diferenciar e destacar dos demais que estão em seu grupo ou fora dele, ao mesmo passo em que anseia por integração. Desse conflito individual e social surgem novas formas de vestir que podem caracterizar uma subcultura, tal como a gótica.

Muitos dos estudos desenvolvidos nas últimas décadas que se debruçam sobre questões de identidade revelam uma preocupação

política e científica com a diferença, uma marca da sociedade pós-moderna individualista, muito presente no ocidente. O conflito entre identidade e a diferença se traduz em declarações sobre quem pertence e sobre quem não pertence, sobre quem está incluído e quem não está.

O pertencimento no gótico exige a criação de uma “comunidade imaginadas” que precisa ser inventada a fim de reunir pessoas através de laços imaginários sem os quais os membros seriam apenas indivíduos isolados, desprovidos do sentimento de terem alguma coisa em comum (ANDERSON, 2008). Após os processos de globalização e o advento da internet, essa “comunidade imaginária” pode ser encontrada nos ciberespaços nos quais as pessoas se reúnem conforme identificam-se umas com as outras, de imediato pela aparência, e, então, pelos gostos e interesses compartilhados.

Os espaços virtuais permitem que góticos de todo o mundo se reúnam para conversar sobre música, arte e moda relacionados ao grupo; permite a troca de experiências e torna-se, também uma vitrine de exibição da imagem pessoal de cada membro que através do vestuário performa sua auto-identidade dentro do grupo, se afirmando como parte dele e diferenciando-se dos demais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender o gótico como uma subcultura ou contracultura que também sofre com as transformações externas permite vislumbrar o grupo como uma microcultura em movimento e renovação, cuja territorialização não está fixada em aspectos tradicionais como terra, língua, sangue ou até mesmo uma nacionalidade. A subcultura funciona como uma comunidade imaginada a partir dos gostos em comum e da identidade gótica compartilhada, ainda que cada indivíduo expresse sua auto-identidade, nas interações dadas em ambientes virtuais, festas e *shows*.

As roupas, moda e estilo são elementos de suma importância na construção de uma identidade pessoal e coletiva, e no gótico não é diferente. Composto o conjunto da narrativa da biografia dos sujeitos e atuando como objetos dotados de poder, as roupas misturam-se ao ser humano e deste hibridismo emana o efeito sombrio buscado por

aqueles que adotam a identidade e o estilo gótico em qualquer de suas variações.

A extrema ornamentação dos corpos góticos denota o desejo pela autoexpressão de uma identidade individual que se destaca e afirma seu pertencimento ao grupo por meio de elementos e símbolos compartilhados, bem como confere destaque e capital subcultural ao sujeito que, assim, também se destaca entre os demais membros da subcultura gótica. Assim, a aparência extravagante, ou seja, excêntrica, exagerada, fora do normal e única dos góticos, cumpre a função de diferenciação por meio do vestuário, uma vez que ao vestir-se e identificar-se como gótico automaticamente diferencia o sujeito de outras esferas sociais e o inclui à subcultura. O caráter de ao mesmo tempo pertencer e diferenciar-se é comum às subculturas e evidencia a ousadia de desafiar a normalidade das estéticas hegemônicas.

A questão da moda dentro da subcultura é como uma faca de dois gumes: ao mesmo tempo que permite a identificação, individual e coletiva, e a formação de comunidades, pode cair na armadilha da fluidez da modernidade tardia. Enquanto uma cultura juvenil, o gótico tem maior apelo com faixas etárias compreendidas na adolescência e juventude, momentos nos quais o apelo visual e estético é forte e ainda mais fortificado pelas mídias de massa, principalmente plataformas como *Instagram*, *Facebook* e *Tumblr*, nas quais circulam toda sorte de imagens e fotografias de garotas e garotos góticos super produzidos. A ampla circulação dessas imagens tem um, igualmente, amplo raio de alcance, levando a estética, o vestuário e a moda gótica a todos os tipos de pessoas, aonde quer que estejam, e podendo, assim, ser como um produto no “supermercado de estilos”, sendo adotado e descartado no momento em que o sujeito desejar. Este quadro implica no enfraquecimento da subcultura e de suas cenas locais, onde elas existirem, uma vez que não há na modernidade o compromisso com a subcultura, a identificação com a música que deu origem a ela e, portanto, não há identificação com a comunidade.

Paradoxalmente, a subcultura gótica tem como suas principais características o comprometimento, a identidade e a translocalidade. Neste sentido, o gótico é um agrupamento social que não está marcado por efemeridade, mas sim pela continuidade,

comprometimento e pertencimento em longo prazo, intimamente conectados com o compartilhamento de gostos musicais, literários, cinematográficos, estéticos, artísticos e outros (HODKINSON, 2002) independentemente de haver uma comunidade material instalada em algum local.

Há, ainda, muito campo para ser explorado no que diz respeito ao objeto em questão, portanto, é importante pensar a dinâmica da indumentária na subcultura em termos de identidade coletiva e enquanto instrumento de expressão e narrativa individual da identidade. No coletivo, assemelha-se ao figurino escolhido para um espetáculo, na medida em que o sujeito gótico escolhe qual conjunto de roupas usar para ir a um *show* ou a uma festa onde outros góticos estarão, atuando como um personagem naquela cena. No que tange ao campo individual, às roupas podem ser atribuídas tamanha agência que o indivíduo e a roupa se transformam em uma única coisa, em um ser híbrido cujo corpo, roupas e identidade se misturam. Assim, a performance da identidade gótica através de sua indumentária tem caminhado de maneira coletiva e individual ao mesmo tempo, permitindo que o agente tenha garantido seu pertencimento ao grupo ao mesmo tempo em que se diferencia dos outros e na sociedade.

O presente ensaio propôs uma reflexão mais ampla acerca do tema, porém entende-se que pesquisas futuras devam aprofundar e aplicar as articulações propostas em recortes menos generalistas, focando na esferas nacionais e locais e suas particularidades, contemplando, dessa forma, mais formas distintas existentes de estilos, moda gótica e dinâmicas do grupo subcultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ANDERSON, Benedict; BOTTMAN, Denise. *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. Companhia das Letras, 2008.

AUTUMM, Laila. *Goth Isn't a Youth Culture Anymore*. Seattle. 02 jul. 2017. Disponível em: <http://www.thebelfry.rip/blog/2017/7/2/gothisntayouthculture>. Acesso em 04 de jul. 2017.

BONFITO, Matteo. Entrevista com Érika Fischer-Lichte. Transcrição Andreia Paula Justina dos Santos. *Revista Conceição Concept*, Campinas, SP, v. 2, n. 1, p. 131-141, jan./jun. 2013.

BRAGA-PINTO, César. Sexualidades extra-vagantes: João do Rio, emulador de Oscar Wilde. *Revista Brasileira de Literatura Comparada*, v. 20, n. 35, p. 88-100, 2018.

BRANDINI, Valéria. Vestindo a rua: moda, comunicação & metrópole. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 9, n. 1, p. 23-33, 2007.

BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do "sexo", In: LOPES LOURO, Guacira (org.). *O corpo educado. Pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999: 151-172.

CASTELLS, Manuel. *Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

CASTELLS, Manuel. *O Poder da Identidade*. São Paulo: Paz e Terra. v. 2. 2013.

CIDREIRA, Renata Pitombo. Moda, arte e cultura: as marcas e os processos de identificação. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. 13, 2017, Salvador. *Anais*. Bahia: 2017.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: Edusc, 2012.

EAGLETON, Terry. Versões de cultura. In: *A ideia de cultura*. Lisboa: Temas e Debates, 2003. p. 11-48.

GEERTZ, Clifford. *O saber local*. Petrópolis: Vozes, 1997.

GUIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

HALL, Stuart. "Epilogue: Through the Prism of an Intellectual Life". In: MEEKS, Brian (org.). *Culture, Politics, Race and Diaspora: The Thought of Stuart Hall*. Kingston/Londres: Ian Randle Publishers/Lawrence & Wishart, 2007.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. (SILVA, Tomaz Tadeu, org.) 5a. ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2004, pp. 103-133.

HODKINSON, Paul; DEICKE, Wolfgang (Ed.). *Youth Cultures: scenes, subcultures and tribes*. Routledge, 2007.

CAETANO, Stella Mendonça. Indumentária, pertencimento e diferenciação: o papel das roupas na construção de uma identidade coletiva gótica. *Revista Ensaios*, v. 16, jan-jun, 2020, p. 176-192.

HODKINSON, Paul. *Goth: Identity, Style and Subculture*. Oxford: Berg, 2002.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 2010.

MAFFESOLI, Michel. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

MILLER, Daniel. *Material culture and mass consumption*. Oxford: BasilBlackwell, 1987.

MIZRAHI, Mylene. Indumentária *funk*: a confrontação da alteridade colocando em diálogo o local e o cosmopolita. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 231-262, jul./dez. 2007

OLIVEIRA, José Reinaldo. *Juventude e Ciberespaço*: implicações do uso da internet na constituição da sociabilidade juvenil. Brasília: 2012.

PITOMBO, Renata. A dimensão espetacular da indumentária. In: *O corpo ainda é pouco*. II Seminário sobre a contemporaneidade. NUC/UEFS. Feira de Santana: UEFS, 2000.

SIMMEL, Georg. Da psicologia da moda: um estudo sociológico. In: SOUZA, J. e ÖELZE, B. (orgs) *Simmel e a Modernidade*. 2.e. Brasília: UNB, 2005.

THORNTON, Sarah. *Club cultures: Music, media, and subcultural capital*. Wesleyan University Press, 1996.

WOODWARD, Ian. *Understanding material culture*. Sage, 2007.

VELHO, Gilberto. Memória, identidade e projeto. In: *Projeto e Metamorfose*: Antropologia das sociedades complexas. RJ, Zahar, 1994.

VILELA, Marcelo. Para além do dark: os primeiros góticos de São Paulo. *Site Amazon Dark Wave*, São Paulo, 24 set. 2014. Disponível em: <https://amazondarkwave.wordpress.com/2014/09/24/os-primeiros-goticos-de-sao-paulo/>. Acesso em 05 de abril 2018.