

EMILIO
PUCCI
PRIMAVERA/
VERÃO 2014

O épico hippie
e o jovem
HIPSTER

Moda e festivais de música andam de mãos dadas há 45 anos. Woodstock marcou o arranque de uma relação que foi sempre apaixonada, mesmo antes de ser glamorosa.

por Ana Brasil

D

izem que quem realmente viveu os anos de 1960 não se lembra deles (a regra também vale para a década seguinte). Mas como esquecer os lendários *hippies* quando a cada verão os seus ecos surgem na forma de coroas de flores, franjas e maxi-saias entre a multidão dos festivais de música? Woodstock pode ter sido em 1969, mas, no calendário da moda, marca o início dos anos 70. Foi a última e a maior manifestação das *flower children* antes do cinismo das décadas seguintes. E, tal como uma infância perdida, recordamo-lo com nostalgia ao mesmo tempo que o revivemos em cada novo festival.

Uma guitarra grita distorcidos os acordes do hino norte-americano antes de avançar para o tema *Purple Haze*. Jimi Hendrix, educadamente, canta "Please excuse me before I kiss the sky" e, diante dele, parece que a multidão de cerca de 500 mil pessoas está realmente a tentar fazê-lo. A chuva tinha transformado a quinta de Max Yasgur num grande poço de lama, mas ninguém parecia importar-se. Para a posteridade ficou Hendrix de fita vermelha no cabelo, casaco de cabedal branco cheio de franjas e *jeans* à boca-de-sino, claro.

Os fãs que acorreram a Woodstock, bloqueando as estradas com filas de quilómetros de distância, constituíam uma contracultura, eram uma parte da sociedade determinada em mudar o todo. E a estética *hippie* (ou a falta dela) indicava o caminho para a revolução. À rigidez dos anos 50, onde o New Look de Christian Dior tinha sido rei e senhor, os *hippies* contrapunham a liberdade total. Os cabelos rebeldes esvoaçavam ao vento e a roupa deixava de ser uma gaiola para o corpo que agora se



ETRO
PRIMAVERA/
VERÃO 2014

JIMI
HENDRIX

movimentava solto e sem constrangimento dentro de peças confortáveis e sem elas numa nudez que tinha tanto de inocência como de desafio.

Confrontados com a guerra do Vietname e com a possibilidade de uma guerra nuclear, os *hippies* queriam voltar à natureza e elegiam os índios como ícones de estilo. O que é que um elemento da tribo Navajo e um *hippie* têm em comum? A pergunta pode parecer o arranque de uma piada, mas a resposta é inequívoca: muito. As *flower children* retiraram inspiração da estética das tribos de índios norte-americanos da cabeça até aos pés, a começar pelas fitas que usavam no cabelo, aos ponchos, botas de camurça com franjas, padrões e bijuteria. Ah, a bijuteria! Que levante a mão quem nunca usou uns brincos com penas ou uma pulseira de latão com pedras naturais cor de turquesa ou tijolo. Algures no nosso armário todos temos, pelo menos, uma peça desta estética, sejam uns óculos de sol redondos e coloridos ou uma túnica florida. Não estivemos em Woodstock, mas vivemos sob o seu legado. E, como concluiu Julianne Escobedo Shepherd num artigo para a revista *Rolling Stone* sobre os 45 anos da ligação entre moda e festivais de música, "ainda que cada festival tenha tido o seu estilo de assinatura, a primeira grande festa da música no exterior ditou o tom. Toda a gente ainda está a tentar recapturar o estilo livre e irreverente das *flower children* originais."

Chuva, leite e rock'n'roll

O bilhete diário custava uma libra (aproximadamente 1,30€) e o festivaleiro tinha ainda direito a um copo de leite de oferta. A primeira edição do Glastonbury, em 1970, realizou-se no dia a seguir à morte de Jimi Hendrix e abriu um novo capítulo para os festivais de música. A Europa experimentava a música ao ar livre nos mesmos moldes que vira os norte-americanos fazer história com Woodstock. E assim, também em Inglaterra, o local escolhido foi uma quinta, a Worthy Farm, perto de Pilton. Na estreia daquele que é hoje um dos maiores festivais de música do mundo estiveram 1500 pessoas, um número que atualmente provocará tanta risota como a ideia de consumir laticínios em Glastonbury.

As primeiras edições de Glastonbury foram realizadas sob o signo do improvisado. Se algo era preciso, arranjava-se maneira de a construir na hora. As pessoas não se

vestiam para ir ao evento, aliás, não pensar nisso era o *dresscode* do festival que se assumia como um sítio livre de qualquer tipo de regras e constrangimentos.

A morte de Hendrix, em 1970, não foi sinónimo do fim da cultura *bippie* que se prolongou durante essa década. Em Glastonbury as pessoas ainda dançam sorridentes e semi-nuas enquanto correm por lama e montes. Os cabelos estavam mais compridos, o *rock* tinha agora sotaque inglês e a *ganga* estava por toda a parte. As pessoas iam tanto para ver David Bowie e Joan Baez como pela oportunidade de serem livres.

Calções com galochas? A combinação foi cunhada em Glastonbury e na moeda a face é a de Kate Moss. A chuva é presença tão

por temas tão inusitados como *Bikini Girls With Machine Guns* ou *Creature From The Black Leather Lagoon*. Tinha 24 anos e, para ver o seu primeiro festival de música, levava “umas calças de ganga, umas *t-shirts* na mochila e um blusão de cabedal. Precisamente aquilo que tenho vestido hoje”. Entre risos, o guitarrista conclui: “Não evolui muito”.

As novas tribos que tinham nascido nos anos 70 chegaram ao centro das atenções durante os anos de 1980. Em Londres, Vivienne Westwood foi a madrinha dos *punks*, lançando a estética a partir da sua loja em King's Road que tomou o sugestivo nome de Sex. Nesse mesmo ano, 1974, quatro rapazes de Queens, nos EUA, seriam determinantes para o movimento que se assumiu tão anti-moda quanto

As novas tribos que tinham nascido nos anos 70 chegaram ao centro das atenções durante os anos de 1980

habitual quanto a modelo inglesa que ano após ano usa calções com botas de cano alto (por norma, galochas Hunter) com cinto de cabedal, colete e chapéu de feltro. A atual imagem de marca mostra que as coisas não mudaram assim tanto desde os anos de 1970 no que toca ao estilo dos festivaleiros. Mas o mundo, esse fartou-se de girar.

Dez anos depois da primeira edição de Glastonbury, o Live Aid transmitiu para mais de 100 países e 1,5 mil milhões de espectadores os concertos realizados simultaneamente em Londres, Inglaterra e em Filadélfia, nos EUA. O mundo fez a coreografia de *Radio Ga Ga* acompanhando pela televisão Freddie Mercury, dos Queen, e cantou o refrão de *Heroes* com David Bowie. Do improvisado de Glastonbury passara-se ao maior evento televisivo até à data.

Casacos de cabedal em banho-maria

“Acho que hoje em dia as pessoas vão a um festival para dizer ‘eu estou aqui’. Os festivais misturam cada vez mais oferta. Já não é só sobre as bandas, é quase uma celebração, um circo”. Quando em 1990, Tó Trips, uma das metades dos Dead Combo, foi ao festival Reading, em Inglaterra, o objetivo era ver os The Cramps, a banda *punk* célebre



KATE MOSS

POPPY DELEVINGNE



FLORENCE WELCH



RAPARIGA A APANHAR SOL NO FESTIVAL DE GLASTONBURY

GETTY IMAGES

anti-sistema. “Lembro-me de passar na Rua do Carmo há muitos anos e ver uma capa de um disco dos Ramones. Olhei para aqueles quatro tipos todos rasgados encostados a uma parede e pensei: ‘eu curtia ser como esses gajos, meu’. Vestiam-se como queriam e faziam o que queriam”, recorda Tó Trips.

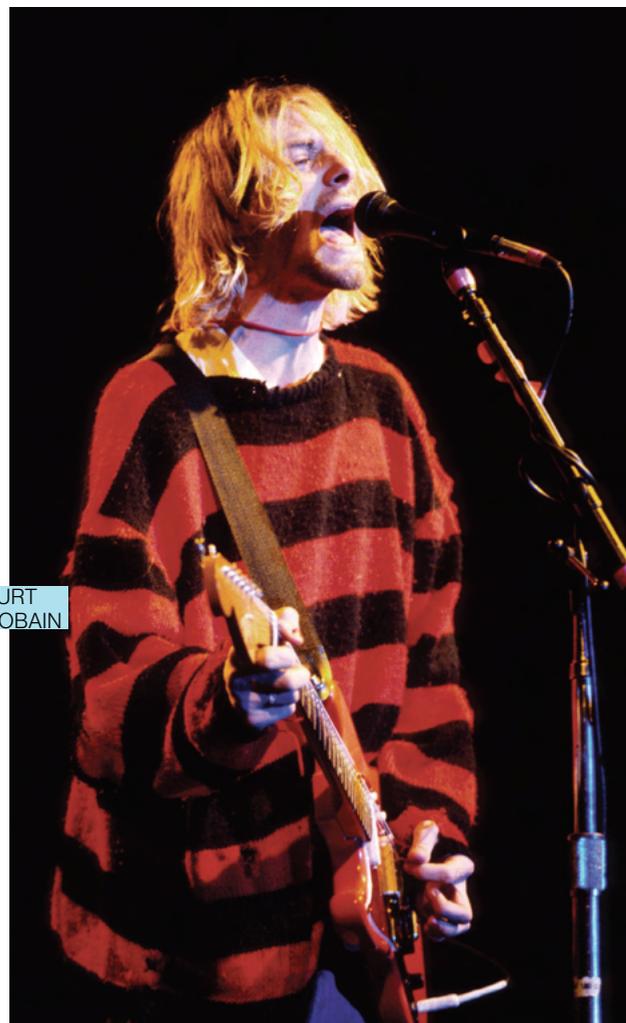
Se os *bippies* só queriam paz e amor, os *punks* não queriam saber de nada. Tomando a anarquia como bandeira, faziam do artificial e do chocante o seu uniforme. As *t-shirts* eram rasgadas, os cabelos espetados desafiavam a lei da gravidade e o grotesco cultivado com adereços como tampões, correntes e alfinetes-de-ama. “Era uma estética que me agradava. Usei botas e cintos de picos”, diz o guitarrista dos Dead Combo sobre os seus anos 80. “Ainda cheguei a pintar o cabelo de vermelho.”

Uma tribo urbana após a outra foi chocando com estilos que a multidão progressivamente absorveu e, desde então, cultiva nos diferentes festivais. A herança dos *punks* foi sobretudo os casacos de cabedal e as tachas que hoje usamos sem o menor desejo de salvar um membro da família real britânica.

“Sempre curti blusões de cabedal, sobretudo em segunda mão”, explica Tó Trips antes de partilhar a receita para o *look vintage* do seu guarda-roupa. “Ponho-os sempre em água quente. Ficam todos quebrados e encolhem, ficam mais justos, mais velhos”. Esta técnica, muito coerente com o atual espírito *Do It Yourself* (DIY), vale tanto para os *punks* como para a tribo *grunge* que se lhes seguiu.

Em Reading, tal como em todos os festivais de música, os fashionistas não podem ignorar as condições climatéricas. A chuva e, sobretudo, a lama, dita a supremacia do calçado fechado. Em 1990, os escolhidos eram as sapatilhas All Star e as botas militares. A estética ficava completa com uma camisa à lenhador amarrada à cintura, calças de ganga rasgadas no joelho e *cardigans* para lá do XL. Para as seguidoras de Courtney Love, mulher de Kurt Cobain e ícone *grunge*, havia a lingerie visível, os *baby dolls* e a maquilhagem de quem não tinha dormido na noite anterior, com o *eyeliner* esborratado e o batom sangue de boi.

Foi este o cenário que Tó Trips encontrou nas suas incursões a Reading, em 1990 e nos dois anos seguintes, a “altura em que rebentou o *grunge*”, e onde assistiu ao vivo aos Nirvana, os reis do novo estilo a par



KURT COBAIN

com os Pearl Jam. Em Portugal, foram aparecendo no mapa o Super Bock Super Rock e o Paredes de Coura, juntando-se ao já existente Vilar de Mouros. Ainda assim, estávamos fora do roteiro das grandes bandas e de algumas das suas peças de assinatura. “Antigamente, tinhas de cravar quem ia lá fora. Os amigos pediam ‘traz-me uma *t-shirt* dos Ramones e umas All Star’.”

De bandas cultivadas por rebeldes, os Ramones e os Nirvana são hoje estampa de *t-shirts* vendidas a baixo custo em lojas de massas direcionadas para adolescentes que, na sua maioria, nem sequer os ouviram. “De repente, as marcas perceberam que havia ali um nicho de mercado e começaram a fazer isso. Hoje em dia os miúdos não sabem quem foram os Ramones, mas aquilo passa-lhe um *mood*. É estar na onda. Massificou-se”, conclui o guitarrista.

Flores de plástico no vale de Coachella

Senhoras e senhores, estamos prestes a aterrar no Vale de Coachella, no sul da Califórnia, onde o sol brilha mais intenso desde 1999 sobre o mais *fashion* dos festivais de música. Considerado o “the ultimate boho chic playground”, Coachella pede coroas de flores artificiais, tops de crochê, malas com franjas, *kaftans* e botins de camurça. A imagem parece-lhe familiar? A revista Rolling Stone explica afirmando que “Coachella, mais do que qualquer outro festival norte-americano, vive na sombra de Woodstock”. Aqui o estilo *hippie* é revisitado, mas trazido para o século XXI com novos tons néon, óculos de sol excêntricos, materiais *high tech* como o neopreno e cores de cabelo arco-íris.

Cores de cabelo arrojadas é uma das tendências actualmente mais fortes entre os festivaleiros. Para isso contribuíram tanto a oferta reforçada de cores não permanentes para o cabelo em formato *chalk*, como as madeixas californianas verdes que Katy Perry usou na última edição do Coachella.

Aqui todas as tribos se encontram atraídas por um cartaz que na sua última edição, em



JUNYA WATANABE
PRIMAVERA/
VERÃO 2014



ELLIE GOULDING



DIANE KRUGER

Maio, teve cabeças tão distintas quanto Lana Del Rey, Motorhead e Skrillex. E o estilo é menos direcionado perante géneros musicais tão diferentes, do *hip hop* ao *folk*, do eléctrico ao puro *rock*, combinados no mesmo dia. São assim os festivais de 2014, uma celebração da música para além de fronteiras de qualquer espécie para atrair todos os tipos de público. A multidão aumentou, o número de palcos também e a moda diluiu-se num *easy cool*.

As tribos já não são nichos, mas o estilo de cada um ganhou tanta ou mais importância. Na era do Instagram, do Facebook e de mil outras montras virtuais, a partilha é tão mais valorizada quanto mais peculiar for o visual. Não são só os festivaleiros que divulgam as suas escolhas de guarda-roupa, as revistas de moda também estão lá para encontrar os estilos mais *cool*. Rubricas de *street style* põem lado a lado celebridades e desconhecidos cheios de pinta que dão cartas na altura de dar frescura aos conhecidos clichés. De certo modo, a massificação trouxe também a democratização. Peças *vintage* são conjugadas com outras de marcas conceituadas e novos *designers*. O resultado? O *hipster*. Diferente o suficiente para se destacar na multidão e discreto o suficiente para continuar a fazer parte dela.

GETTY IMAGES



KESHA

ALESSANDRA AMBROSIO