

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN / FAMECOS

VALENTINA JAEGER

MODA E MEMÓRIA: A IMPORTÂNCIA DO JEANS 501 DA LEVI'S COMO PARTE DA CULTURA
POPULAR E IDENTIDADE DAS GERAÇÕES.

Porto Alegre
2023

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

VALENTINA JAEGER

MODA E MEMÓRIA:

A IMPORTÂNCIA DO JEANS 501 DA LEVI'S COMO PARTE DA CULTURA
POPULAR E IDENTIDADE DAS GERAÇÕES.

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à
Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, como
requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em
Publicidade e Propaganda

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cristiane Mafacioli Carvalho

Porto Alegre
2023

VALENTINA JAEGER

MODA E MEMÓRIA:

**A IMPORTÂNCIA DO JEANS 501 DA LEVI'S COMO PARTE DA CULTURA
POPULAR E IDENTIDADE DAS GERAÇÕES.**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à
Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, como
requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em
Publicidade e Propaganda.

Aprovado em: ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA:

Profª. Drª. Cristiane Mafacioli Carvalho – PUCRS (Orientadora)

Profª. Drª. Márcia Pillon Christofoli – PUCRS

Profª. Drª. Paula Regina Puhl – PUCRS

Porto Alegre
2023

À Deus.

Aos meus pais e meus irmãos.

Eu amo vocês.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha mãe e melhor amiga, que é meu alicerce e quem acredita em mim mais do que eu mesma. É meu maior exemplo de mulher, de inspiração e de persistência, obrigada por sempre me incentivar a seguir meus sonhos e a nunca desistir daquilo que quero. Sem ti nada disso seria possível, essa vitória é nossa!

Um agradecimento especial ao meu irmão, e agora colega de profissão, que é meu grande incentivador, e me inspirou a estar aqui hoje. Tenho certeza que sem ti, a caminhada teria sido muito mais complicada.

À minha irmã, por todo apoio que me deu em seus abraços, sem nem mesmo perceber. Agradeço todos os dias pela tua chegada em nossas vidas.

Ao meu padrasto, por todo apoio e incentivo que sempre me proporcionou, e por ter sido uma figura paterna tão presente e importante.

Ao meu pai, por ter batalhado para que nunca me faltasse estudos.

Ao meu namorado Henrique que esteve ao meu lado em grande parte dessa trajetória, sempre segurando minha mão.

E gostaria de agradecer também, à minha orientadora, Prof Cristiane Mafacioli, por todos os ensinamentos e dedicação ao longo desses meses.

RESUMO

O presente trabalho explora a ligação entre moda e memória, destacando o jeans 501 da Levi's como elemento intrínseco na cultura e identidade geracional. Nesse contexto, a questão central que constitui o problema de pesquisa é: Qual é a importância do jeans 501 da Levi's como um elemento de memória cultural e identidade das gerações, na perspectiva dos consumidores de moda, e como a Levi's conseguiu manter a relevância do jeans 501 ao longo dessas gerações? Decorrente desta questão, os objetivos da investigação consistem em: compreender moda como expressão cultural; contextualizar a história do jeans 501; analisar sua evolução ao longo das gerações; e, por fim, examinar sua relevância na cultura popular. Os procedimentos metodológicos empregados para a construção dos capítulos teóricos consistem em pesquisa bibliográfica, – utilizando referências centrais como Barnard (2013), para tratar sobre Moda e Comunicação, e Embacher (1999), para tratar sobre Moda e Identidade, – bem como uma pesquisa documental, em sites de informações sobre moda e sobre o jeans 501, além dos sites da marca Levi's. Para o tratamento dos dados, utiliza-se a metodologia de leitura e análise de imagens (Coutinho, 2006) – de pessoas vestindo o jeans 501, ou mesmo imagens do jeans apenas como produto comercial e cultural – e as respectivas representações de identidade suscitadas para as gerações Baby Boomers, X, Y e Z. As análises destacam que o jeans 501 persiste como ícone de moda e atemporal, associado a valores como rebeldia e autenticidade. É possível afirmar que o Jeans 501 da Levi's transcende gerações e se torna parte integrante da cultura popular e da identidade das pessoas..

PALAVRAS-CHAVE: Publicidade. Moda. Jeans. Identidade cultural. Gerações.

ABSTRACT

This study discusses the relationship between fashion and memory regarding Levi's 501 jeans as an essential element of generational identity and culture. The main research question is: What is the significance of Levi's 501 jeans for cultural memory and generational identity from the perspective of fashion consumers and how has Levi's sustained the relevance of 501 jeans throughout generations? Based on this question, the objectives are to comprehend fashion as cultural expression, to contextualize the history of the 501 jeans, to analyze its evolution throughout generations, and to examine its relevance in popular culture.

The methodological procedures utilized to construct the theoretical chapters entail bibliographical research. This includes referencing central sources such as Barnard (2013) for Fashion and Communication and Embacher (1999) for Fashion and Identity. Documentary research is also incorporated, which involves gathering data from websites providing information on fashion and 501 jeans, as well as the websites of the Levi's brand. To analyze the data, we employed Coutinho's (2006) methodology that involved scrutinizing images of individuals sporting 501 jeans or depicting jeans purely as a cultural or commercial item. We also studied the linked identities of individuals from the Baby Boomer, X, Y, and Z generations. The findings reveal that the timeless 501 jeans remain a fashion icon, connoting rebellion and authenticity. Finally, Levi's 501 has transcended generations and became an inseparable aspect of popular culture and personal identity.

KEYWORDS: Advertising. Fashion. Jeans. Cultural Identity. Generations.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1: Primeira calça jeans feita com rebites.....	27
Imagem 2: Patente da calça jeans azul	28
Imagem 3: Logotipo Two Horse.....	32
Imagem 4: Original jeans 501, em 1890.....	33
Imagem 5: Marlon Brando no filme “O Selvagem”, de 1953.....	40
Imagem 6: Marilyn Monroe no set do filme "Os Desajustados" em 1962.....	42
Imagem 7: Kurt Cobain utilizando sua Levi's 501 com retalhos personalizados.....	46
Imagem 8: Jeans 501 customizada com patches em meados dos anos 60.....	48
Imagem 9: Capa do álbum "Born in The USA" de Bruce Springsteen lançado em 1984.....	51
Imagem 10: Cindy Crawford vestindo Levi's 501s em 1994.....	53
Imagem 11: Ben Gibbard, em 2005,durante o Park City - Levi's Ranch - 501 Happy Hour.....	56
Imagem 12: Jennifer Lopez, vestindo jeans 501 da Levi's, customizado com mais de mil cristais no Super Bowl de 2001.....	58

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 MODA COMO EXPRESSÃO CULTURAL E IDENTIDADE.....	13
2.1 MODA E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE INDIVIDUAL E COLETIVA.....	13
2.2 O PAPEL DA MODA NA CULTURA POPULAR	19
2.3 GERAÇÕES E SUAS IDENTIDADES.....	22
3 HISTÓRIA DO JEANS E A ASCENSÃO DO JEANS 501 DA LEVI'S.....	25
3.1 ORIGEM DO JEANS.....	25
3.2 A RELAÇÃO ENTRE JEANS E MODA.....	28
3.3 A LEVI'S COMO MARCA PIONEIRA NO MERCADO DE JEANS.....	30
3.4 CRIAÇÃO, EVOLUÇÃO E POPULARIZAÇÃO DO JEANS 501.....	32
4 IMPACTO DO JEANS 501 NA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE DAS GERAÇÕES.....	36
4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	36
4.2 ANÁLISE DE GERAÇÕES.....	39
4.2.1 1946 a 1964 - A Geração Baby Boomers	39
4.2.2 1965 a 1978 - A Geração X	44
4.2.3 1978 a 1994 - A Geração Y	50
4.2.4 1995 a 2010 - A Geração Z	55
4.2.5 Inferências	60
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
REFERÊNCIAS.....	65

1 INTRODUÇÃO

Ao falar sobre moda, é importante saber que ela é caracterizada como uma forma de expressão cultural, social e individual que permeia todos os aspectos da vida humana, refletindo as mudanças e evoluções da sociedade ao longo do tempo. A moda, como coloca Roland Barthes (1967), é uma linguagem que cria símbolos, comunica valores e estabelece relações sociais. Sendo assim, é uma expressão cultural poderosa que desempenha um papel significativo na construção da identidade individual e coletiva. Através das roupas e acessórios que escolhemos usar, transmitimos mensagens, valores e pertencimento a determinados grupos.

Nesse contexto, o jeans 501 da Levi's se destaca como um ícone da moda, que transcende gerações e se torna parte integrante da cultura popular e da identidade das pessoas, além de ultrapassar as barreiras do tempo e da moda passageira. A durabilidade e versatilidade do jeans 501 da Levi's contribuem para sua longevidade no mundo da moda. Lançado em 1872, inicialmente como vestuário de trabalho resistente, o design clássico e a qualidade inegável fizeram com que ele evoluísse para o ícone que é hoje. O jeans 501 foi tomado como objeto deste estudo, por entendermos que ele consiste em um produto que representa um estilo autêntico e duradouro, capaz de contar histórias e se adaptar aos diferentes estilos de vida das pessoas ao longo das gerações. Como enfatiza Foulkes (2008) o jeans é um símbolo da juventude, da rebelião e da liberdade e tem sido usado por diferentes grupos sociais.

Nesse sentido, o problema de pesquisa deste estudo está orientado pela seguinte questão: **Qual é a importância do jeans 501 da Levi's como um elemento de memória cultural e identidade das gerações, na perspectiva dos consumidores de moda, e como a Levi's conseguiu manter a relevância do jeans 501 ao longo dessas gerações?** Por meio de uma investigação sobre a história e evolução deste jeans, o objetivo geral do estudo consiste em identificar e analisar, por meio de uma investigação sobre a história e evolução deste jeans, como a presença do 501 da Levi's influenciou parte da cultura popular, e as identidades a se inspirarem a cada período geracional.

Para dar conta destas questões, traçamos os seguintes objetivos específicos: (1) compreender a moda enquanto expressão e identidade cultural; (2) contextualizar a história do jeans 501 e sua relação com a moda; (3) examinar a

evolução e a popularização desse modelo ao longo das gerações; e (4) analisar a relevância do jeans 501 da Levi's como elemento da cultura popular e da identidade das diferentes gerações. Dessa forma, buscamos compreender as implicações culturais e sociais desse ícone da moda ao longo do tempo.

No presente estudo, exploramos a importância do jeans 501 da Levi's como parte da cultura popular e da identidade das gerações. Para isso, adentramos em diferentes aspectos relacionados à moda como expressão cultural e identidade, analisando como as escolhas de vestuário influenciam e refletem quem somos como indivíduos e como nos conectamos com os grupos sociais.

Portanto, o jeans 501 da Levi's possui uma história rica e interessante, que inclui desde sua origem como vestuário de trabalho até seu status atual como item de moda e cultura. Assim, o tema envolve uma análise interdisciplinar que combina aspectos socioculturais, históricos e estéticos relacionados à moda, bem como sua relação com a sociedade e a cultura popular. Além disso, diversos estudos já apontaram a importância da moda como um fenômeno cultural que está em constante transformação e que tem uma grande relevância social. Segundo o estudo "*The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context*" de Susan B. Kaiser e Sandra L. Kurrelmeyer (1990), a moda é um processo de significação que envolve a comunicação e a construção de identidades individuais e coletivas.

Logo, o tema é relevante e interessante porque permite uma análise profunda da relação entre moda e cultura, ao mesmo tempo em que oferece uma oportunidade para explorar a história e importância de um item de vestuário icônico.

No Capítulo dois, após a introdução, discorreremos sobre a moda como expressão cultural e identidade. Investigamos como a moda desempenha um papel fundamental na construção da identidade individual e coletiva, moldando a forma como nos vemos e somos vistos pelos outros. Exploramos como as escolhas de moda podem refletir nossos valores, aspirações e pertencimento a determinados grupos sociais. Além disso, discutimos o papel da moda na cultura popular, destacando sua capacidade de influenciar e ser influenciada pelos movimentos sociais, eventos históricos e transformações culturais. Também conhecemos brevemente cada geração pertencente a este estudo e em qual contexto ela está inserida.

A seguir, no capítulo três, abordamos a história do jeans e a ascensão do jeans 501 da Levi's. Examinamos a relação intrínseca entre o jeans e a moda,

revelando suas origens e evolução ao longo do tempo. Investigamos a posição pioneira da marca Levi's no mercado de jeans, sua contribuição para a popularização dessa peça icônica e seu papel na construção da identidade das gerações são analisados. Também é examinado o impacto do jeans 501 na formação da identidade das pessoas, seu significado simbólico e sua presença marcante na cultura popular.

Além da proposta metodológica no Capítulo quatro, apresentamos uma abordagem abrangente para a análise das diferentes gerações em relação ao jeans 501. A técnica principal que guiará essa investigação será a técnica de leitura e análise de imagem, conforme definida por Coutinho (2006). Essa abordagem não apenas busca desvendar os significados estéticos, simbólicos, culturais e comunicativos subjacentes a uma imagem visual, mas também oferece uma perspectiva aprofundada sobre como o jeans 501 da Levi's se tornou um elemento intrínseco na construção da identidade ao longo das gerações. Além disso, complementamos nossa abordagem com pesquisas bibliográficas que, de acordo com Stumpf (2011), compreendem uma série de procedimentos visando identificar informações bibliográficas relevantes relacionadas ao tema de estudo, e também, pesquisa documental, que oferece uma exploração de fontes consideradas fundamentais para a pesquisa, focando especialmente em documentos que enriquecem nossa compreensão do papel do jeans 501 e da marca Levi's na cultura e moda. Essas metodologias combinadas visam proporcionar uma análise sustentada e contextualizada, enriquecendo a compreensão da ligação entre moda, identidade e cultura ao longo do tempo em relação ao jeans 501 da Levi's.

Estudamos as características e influências das gerações Baby Boomers, Geração X, Geração Y e Geração Z, buscando compreender como as pessoas, a cada época, se inspiraram pelo período de cada geração, e utilizaram o jeans 501 da Levi's como referência, o tornando um elemento essencial na construção de suas identidades a cada período geracional, bem como refletindo suas aspirações, valores e conexões com a cultura popular. Examinamos, também, os diferentes contextos históricos, e movimentos culturais que moldaram a relação das identidades a cada geração, utilizando o jeans 501 da Levi's como referência.

A partir das análises realizadas, o capítulo 4 também destaca as principais conclusões obtidas em relação à importância do jeans 501 da Levi's como parte da cultura popular e da identidade das gerações. São resumidos os principais *insights*

sobre as características, preferências e influências de cada geração no que diz respeito ao jeans 501.

Por fim, nas Considerações Finais, fazemos uma síntese dos resultados alcançados e destacamos a relevância do estudo para a compreensão da moda e memória, evidenciando como o jeans 501 da Levi's desempenha um papel significativo na construção da identidade individual e coletiva ao longo das gerações.

Com esta estrutura abrangente de estudo, pretende-se cumprir os objetivos propostos, proporcionando uma análise aprofundada sobre a relação entre moda, cultura e identidade. Através da exploração de um produto e sua marca, ou seja, o jeans 501 da Levi's, como um elemento importante na construção cultural e de identidade das gerações, este estudo busca não apenas compreender a evolução deste ícone da moda, mas também lançar luz sobre as complexidades da relação entre moda e sociedade ao longo do tempo. Ao fornecer reflexões sobre as preferências, influências e significados atribuídos a esse item icônico em diferentes épocas, espera-se contribuir para uma compreensão mais ampla e aprofundada da moda como um fenômeno cultural dinâmico.

2 MODA COMO EXPRESSÃO CULTURAL E IDENTIDADE

Compreender de que modo um produto da moda, como o jeans 501 da Levi's, se torna um elemento integrante da expressão cultural e da identidade social, implica reconhecer estes conceitos e suas concepções. Assim, este capítulo tem como propósito tratar de temas que possam dar suporte para reconhecer e refletir sobre como um produto ou marca se integra à cultura popular e participa da identidade de diferentes gerações.

Inicialmente realizamos um breve estudo para compreender a moda como expressão cultural e de identidade, a fim de entender a moda e sua importância na construção da identidade individual e coletiva. Em seguida desenvolvemos uma análise do papel desempenhado pela moda na cultura popular, com o objetivo de entender como a moda influencia e é influenciada pelas dinâmicas culturais mais amplas. Isso envolve investigar como as tendências de moda surgem e são adotadas dentro da cultura popular, bem como entender como a moda reflete os valores, crenças e identidades das diferentes comunidades e grupos presentes na sociedade. Além disso, essa análise busca examinar de que maneira a moda pode contribuir para a construção de narrativas culturais e históricas, moldando as percepções e interações das pessoas com o mundo ao seu redor.

Os tópicos abordados neste capítulo servirão como base para compreensão e realização da análise da importância do jeans 501 da Levi's, que sucederá posteriormente neste estudo. Como principais referências para os tópicos aqui abordados, trazemos como base o pensamento de autores como Barnard (2013) e Embacher (1999).

2.1 MODA E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE INDIVIDUAL E COLETIVA

Hoje, as roupas que escolhemos usar são uma extensão de nós mesmos, uma forma de contar nossa própria história ao mundo. Nossas preferências de cores, estilos e marcas muitas vezes estão enraizadas em nossas experiências pessoais e nas influências culturais que moldaram nossas vidas.

No processo de construção da identidade, a percepção que temos de nós mesmos assume um papel de extrema relevância. A formação da nossa imagem

incorpora a maneira pela qual cada indivíduo interpreta seu estilo, representando, por conseguinte, como ele se conecta com o mundo ao seu redor. À medida que desenvolvemos essa identidade pessoal de forma contínua, a imagem que projetamos para a sociedade está diretamente ligada à moda.

Conforme apontado por Lima (2010), as vestimentas que escolhemos usar oferecem uma lente para interpretar os valores e narrativas pessoais. Portanto, o conceito de "estar na moda" implica ser acolhido ou rejeitado por diferentes grupos sociais, dependendo das intenções individuais de cada pessoa. A ideia central do autor é que a moda é mais do que o simples ato de se vestir: é uma linguagem visual que revela pistas sobre a identidade e as crenças de uma pessoa.

A observação de que é possível ler os valores e a história de alguém através das roupas destaca como a moda se tornou uma forma de comunicação silenciosa. O que vestimos pode enviar mensagens sutis ou explícitas sobre nossos gostos, crenças e até experiências. Essa compreensão enfatiza o ponto de vista de Davis (1992), que diz que o ato de vestir-se é uma escolha consciente que pode ser influenciada por fatores que vão desde influências culturais até experiências pessoais. A análise continua a enfatizar a dinâmica social inerente à moda. De acordo com Barnard (2003), o conceito de "moda" é visto como um elemento de integração ou exclusão social. Conforme mencionado no texto, a aceitação ou rejeição de grupos sociais mostra que a moda não é apenas uma expressão pessoal, mas também um meio de pertencimento ou alienação.

De acordo com Embacher (1999) ao desenvolver um estilo pessoal, o indivíduo não apenas segue tendências, mas também cria uma identidade única e distinta. Através das escolhas de moda, podemos comunicar nossas decisões, preferências e afiliações, e ao fazê-lo, estamos moldando nossa própria narrativa visual no contexto social. Ao explorar a relação entre moda e identidade, Embacher (1999) contribui para o entendimento da moda como uma forma de expressão e comunicação que vai além do aspecto estético. Ele oferece *insights* sobre como a moda influencia a maneira como nos percebemos e somos percebidos pelos outros, abrindo caminho para a reflexão sobre como nossas escolhas de vestuário moldam nossa jornada na formação da identidade pessoal. Além disso, oferece também uma visão aprofundada das interseções entre moda e identidade, analisando como as escolhas de vestuário desempenham um papel fundamental na expressão de quem somos e na construção de uma identidade única. O autor, ainda, explora a relação

entre moda e identidade, destacando como o processo de construção de um estilo pessoal está interligado à formação da própria identidade de um indivíduo.

A relação entre moda e identidade coletiva é um campo também muito abrangente. A moda pode ser vista como um espelho da identidade coletiva de uma sociedade ou grupo. Ela reflete as tradições, valores, crenças e símbolos que são importantes para uma determinada comunidade. Certos estilos de roupas, padrões e acessórios podem ser reconhecidos instantaneamente como parte de uma cultura específica, contribuindo para a coesão do grupo e reforçando um senso de pertencimento. Segundo Lipovetsky (2009), a moda surge da necessidade intrínseca do indivíduo de conexão, de ser parte de um grupo cultural, bem como do anseio por distinção. Esse fenômeno impulsiona a busca por uniformidade entre grupos compartilhando interesses similares, mas também alimenta a busca por singularidade, mesmo dentro desses mesmos grupos. Através da diferenciação, busca-se destacar-se e escapar da uniformidade monótona.

Sobre esse tema, Barnard (2003) entende que “As pessoas têm de igualmente pertencerem a um grupo social mais amplo, e contudo não se deixarem prender por esse grupo a ponto de perderem toda individualidade”, logo, a necessidade humana de pertencimento a grupos sociais mais amplos, fornece apoio emocional, estrutura e conexão com outras pessoas. No entanto, o autor também ressalta a importância de manter a individualidade nesse contexto. Isso sugere que enquanto os seres humanos buscam afiliação e aceitação dentro de uma comunidade, eles também têm um desejo inato de preservar sua singularidade. Ser parte de um grupo não deve resultar em uma perda total da própria identidade.

A afirmação implica que, embora o pertencimento seja vital para a realização de necessidades sociais e emocionais, também é fundamental manter a autenticidade e a independência. A necessidade de equilibrar a integração social com a expressão individual é um aspecto central da formação da identidade. Barnard (2003) ainda ressalta que, apesar de nos conectarmos com grupos maiores, é crucial não abdicar totalmente de nossas características únicas, paixões e visões. Essa perspectiva também destaca como a moda, como forma de expressão visual, pode desempenhar um papel importante nesse equilíbrio. Através das escolhas de roupas e estilo, as pessoas podem comunicar sua identidade pessoal enquanto ainda se conectam com os valores e normas de um grupo maior. Isso reflete o

constante processo de negociação entre a necessidade de pertencimento e a busca por individualidade.

A visão de Lipovetsky (2009) enfatiza a profunda ligação entre moda, identidade pessoal e a busca por inovação. Ao encarar as roupas como um reflexo do modo de vida e de pensamento de um indivíduo, ele sugere que a moda se torne uma linguagem visual através da qual as pessoas podem comunicar os seus valores, atitudes e personalidades únicas. Para Lipovetsky (2009) a apreciação da novidade e da mudança, como demonstramos, decorre de uma necessidade constante de diferença e de expressão individual. Isso mostra que a moda não é apenas uma forma de acompanhar as últimas tendências, mas também uma ferramenta para você se destacar. A constante evolução da moda é vista como um reflexo da dinâmica mutável da sociedade, onde as pessoas procuram constantemente formas de se adaptarem e se destacarem em meio a contextos em mudança.

A moda é vista como um meio de expressão criativa e uma forma de transmitir identidade e valores pessoais. Ao escolher as roupas, as pessoas expressam, consciente ou inconscientemente, sua individualidade, seu relacionamento com determinados grupos e seu desejo de se destacar. O ponto de vista de Lipovetsky (2009) enfatiza como a moda transcende as meras aparências para se tornar uma expressão da psicologia humana e da complexidade social. Capta a necessidade inata de autenticidade e diferença, ao mesmo tempo que reconhece o papel dinâmico da moda na formação de identidades individuais e no reflexo das mudanças culturais.

A partir da perspectiva da construção social dos significados, a identidade é concebida como uma narrativa. Nessa abordagem, pode ser interpretada como uma espécie de ficção fundamentada na sensação de pertencimento. Em outras palavras, parte da identidade emerge no domínio do imaginário do indivíduo, como Stuart Hall (2007) explica.

Hall (2004), ao enfatizar o processo de formação de subjetividade, sugere o emprego do termo "identificação". Isso envolve a construção da identidade com base em características reconhecidas como compartilhadas com outros grupos ou indivíduos. Um exemplo que ilustra a interação entre a construção social dos significados, a identidade como narrativa e a sugestão de Hall sobre a identificação

pode ser encontrado no movimento punk. O punk é um exemplo marcante de como a moda e a cultura podem ser usadas para expressar identidade, subjetividade e pertencimento. O movimento que emergiu na década de 1970, foi muito mais do que um estilo musical; foi uma subcultura que desafiou as normas estabelecidas e se tornou um meio de expressão contra a conformidade social. Os punks utilizavam roupas rasgadas, cabelos espetados, acessórios com pregos e tachas, e uma atitude provocadora para se distanciar das convenções tradicionais da moda e da sociedade. Eles criaram uma estética visual única que serviu como um meio de comunicação poderoso.

Nesse contexto, a construção social dos significados é evidente. O movimento punk subverteu as ideias convencionais de moda e estilo, redefinindo os significados associados à vestimenta. A identidade dos punks foi construída através da adoção de elementos visuais específicos que sinalizavam rebeldia, *anti-establishment* e uma atitude provocadora. Eles se identificavam uns com os outros através dessas características compartilhadas, criando uma comunidade que valorizava a diferenciação em relação à cultura dominante. O termo "identificação" proposto por Hall (2004) também é visível nesse contexto, uma vez que os punks se identificavam uns com os outros ao adotar os elementos visuais distintivos do movimento. Eles reconheciam a comunhão de ideias e atitudes através da forma como se vestiam e se apresentavam. Essa identificação não apenas os diferenciava dos outros grupos, mas também criava um senso de pertencimento entre os próprios punks.

Portanto, o movimento punk serve como um exemplo palpável de como a moda e a identidade se entrelaçam, com a construção social dos significados, a narrativa da identidade e a ideia de identificação se unindo para formar uma comunidade subcultural coesa e expressiva. O punk mostrou como a moda pode ser um veículo poderoso para comunicar ideias, valores e pertencimento, reforçando as noções de construção ativa da identidade propostas por Hall. Atualmente, a construção da identidade social de uma pessoa ocorre de maneira notavelmente mais flexível, apresentando um vasto leque de possibilidades.

Com relação à vestimenta e sua função na afirmação da identidade social, Crane (2013) observa que por volta de 1780, a roupa possuía um valor excepcional. Naquela época, as pessoas menos favorecidas dispunham somente de um conjunto de vestimenta, enquanto apenas os afluentes possuíam guarda-roupas com espaço

para mais de uma peça. As vestes eram produzidas manualmente e confeccionadas a partir de materiais extremamente valiosos, os quais, em algumas ocasiões, eram utilizados como moeda em substituição ao ouro, devido ao seu elevado preço. O interesse por moda começa a surgir e se impregnar na sociedade, e é diretamente atribuído ao alto nível de competição e status causado pela eterna busca pelo sucesso e pela aceitação.

Ainda referindo-se à Crane (2013), hoje, os estilos subculturais têm uma carga muito menor da contracultura; o movimento social de contracultura aparece muito menos em um vestuário. Isso ocorre devido à indústria da mídia, que comercializa a contracultura como uma cultura de consumo. Sendo assim, usar uma vestimenta que pode ser considerada como antimoda pode, na verdade, ser apenas uma comercialização midiática em torno dela, o que a descredencia deste papel contracultural.

Ainda sobre o papel da mídia, cabe destacar que no final da década de 50, ela desempenha um papel de total influência em relação às vestimentas. De acordo com Hebdige (1981), uma série de subculturas jovens transforma o vestuário de adolescentes e jovens. A juventude vê, nos artistas, uma representatividade, e é através deles que a moda se dissemina, fazendo com que, através das roupas, esses jovens consigam expressar uma identidade à qual se identificam e desejam exteriorizá-la, sempre associada ao inconformismo e à oposição ao tradicional e convencional. As roupas das estrelas da mídia têm uma influência notável no estabelecimento de tendências de moda e na forma como a juventude busca expressar sua identidade por meio do vestuário. Através do poder da mídia, essas roupas tornam-se símbolos de representação e inspiração para um público que busca identificação e afirmação de sua própria individualidade.

Em síntese, a moda é um reflexo multifacetado da cultura, uma linguagem visual que comunica de forma silenciosa, porém poderosa, nossa identidade individual e coletiva. Ao longo dos tempos, a moda tem servido como um veículo de expressão, permitindo que as pessoas comuniquem suas crenças, valores, afiliações sociais e até mesmo suas formas de resistência. Através das escolhas de roupas, a identidade individual é costurada, criando uma narrativa visual que fala sobre quem somos e como nos relacionamos com o mundo ao nosso redor.

2.2 O PAPEL DA MODA NA CULTURA POPULAR

A moda, ao longo da história, tem desempenhado um papel crucial na expressão da identidade cultural das pessoas e sociedades. Mais do que simplesmente roupas que vestimos, a moda atua como uma linguagem visual que comunica quem somos, de onde viemos e o grupo ao qual pertencemos. A relação de moda e cultura é imensa, e cada peça de roupa, ou estilo, carrega uma grande carga simbólica que reflete diretamente em nossas crenças, valores e tradições.

De acordo com Davis (1992), a moda também é vista como uma ferramenta de preservação cultural. Enquanto o mundo avança em direção à globalização, a moda pode ser um meio de proteger e revitalizar tradições ameaçadas pelo esquecimento. Estilistas modernos frequentemente reinterpretam e recriam elementos tradicionais em suas criações contemporâneas, permitindo que padrões antigos permaneçam relevantes em um mundo em constante transformação.

Além disso, segundo Barnard (2003), a moda pode ser uma ferramenta de resistência. Em muitos momentos da história, grupos marginalizados têm utilizado a moda como uma maneira de desafiar as normas sociais e políticas impostas a eles. A moda é um meio de proclamar individualidade e questionar as estruturas de poder. Contudo, a moda não é uma via de mão única. Assim como a cultura influencia a moda, a moda também influencia a cultura. Novamente de acordo com Barnard (2003), novas tendências frequentemente nascem a partir de um contexto social específico e podem moldar a maneira como as pessoas percebem e interagem com o mundo ao seu redor. Ícones da moda, como Coco Chanel ou Alexander McQueen, por exemplo, não apenas criaram roupas, mas também influenciaram ideias e narrativas culturais mais amplas.

Segundo Fernandes (2005) a moda é tida como um bem simbólico, um produto gerado pela lógica industrial e inserido na indústria cultural, por meio do consumo. Nessa perspectiva, a moda é vista como algo mais do que apenas roupas; é um veículo de comunicação que transmite mensagens sobre identidade, status, afiliações sociais e valores culturais. A ideia de que a moda é um "bem simbólico" (2005, p.8) destaca como as roupas que escolhemos usar carregam significados que vão além da sua utilidade prática.

Vestir-se de maneira que reflita nossa identidade cultural pode ser uma forma poderosa de afirmar nossa origem e pertencimento. Malcolm Barnard, em seu livro

"Moda como comunicação" (2003), oferece uma perspectiva inovadora ao explorar a moda não apenas como uma forma de expressão pessoal, mas como uma ferramenta complexa de comunicação e como um fenômeno cultural intrínseco. Ele destaca que a moda e a indumentária não são simplesmente uma escolha de roupas, mas um sistema de símbolos que comunicam mensagens sutis e complexas sobre quem somos, nossas afiliações sociais, nossos valores e nosso relacionamento com o mundo ao nosso redor. Barnard argumenta ainda que a moda transcende a funcionalidade básica de cobrir o corpo e adquire um papel mais profundo de representar nossa identidade cultural e social. Ele destaca como as escolhas de moda podem diferenciar grupos sociais, marcando pertencimento a determinadas tribos ou subculturas. Através da roupa, estamos constantemente comunicando mensagens sobre nosso status, ocupação, gostos pessoais e até nossas atitudes políticas.

Ainda sobre o tema "vestir-se", Pollini (2007), entende que a forma como as pessoas escolhem se vestir está intrinsecamente ligada aos contextos socioculturais da época. Isso implica que a maneira como as pessoas pensam e anseiam se expressar tem uma influência direta na seleção de suas roupas. A roupa, nesse sentido, se torna o meio através do qual essa mensagem é transmitida. No entanto, a moda não é um fenômeno isolado. Como membros de uma sociedade, buscamos pertencimento, e a moda muitas vezes atua como um distintivo de nossa afiliação a determinados grupos ou subculturas. Ao mesmo tempo, a moda pode desafiar as normas sociais e questionar as estruturas de poder, promovendo a diversidade e a individualidade dentro dos contextos culturais.

A moda é mais do que um simples adorno; é uma forma de comunicação que transcende fronteiras linguísticas. Ela é uma narrativa visual que reflete nossa história, valores e aspirações. A moda nos permite explorar nossa identidade, experimentar diferentes *personas* e expressar nossas visões de mundo. Ao fazê-lo, contribui com a riqueza e a diversidade da cultura humana.

Uma vez Luís XIV afirmou que a moda é o espelho da história. Não podemos negar. Conforme se alteram os cenários do nosso mundo, a moda muda. Não há nada que esteja acontecendo hoje que não possa influenciar a maneira de vestir das pessoas. E a história da vestimenta pode nos fornecer uma visão panorâmica da importância que o vestuário assumiu ao longo do tempo e de como a cultura predominante em cada momento o influenciou (Embacher, 1999, p. 27).

Considerando este aspecto, a moda é mais do que apenas um fenômeno superficial; ela é um espelho da evolução e das mudanças sociais ao longo do tempo. A moda é influenciada pelas transformações dos cenários sociais, políticos e econômicos e, por sua vez, também influencia a maneira como as pessoas se vestem e se expressam.

Ao mencionar que não há nada que aconteça no presente que não possa influenciar a moda, Embacher (1999) destaca a natureza dinâmica da moda como uma forma de expressão cultural. A moda é sensível às mudanças contemporâneas, seja em termos de eventos históricos, avanços tecnológicos, movimentos sociais ou tendências artísticas. Isso demonstra como a moda é um reflexo da sociedade em constante transformação e como as escolhas de vestuário podem ser uma maneira de reagir ou responder a essas mudanças. O autor também aponta para a importância da história da vestimenta como um meio de entender como as culturas e as mentalidades predominantes em diferentes épocas influenciaram o modo como as pessoas se vestiam. A evolução dos estilos de vestimenta ao longo do tempo é uma manifestação tangível das mudanças nas atitudes, valores e crenças das sociedades. A análise da história da moda permite uma visão panorâmica das complexas interações entre moda, cultura e identidade ao longo das eras.

A partir de todos os aspectos aqui levantados, percebemos que a análise da moda como expressão cultural e identitária é, portanto, uma jornada que nos permite viajar através das épocas, sondando os gostos, valores e mentalidades de sociedades passadas. Ao explorar as interseções entre as roupas que usamos e os contextos em que vivemos, descobrimos que a moda é mais do que um simples adorno externo. Ela é um reflexo dinâmico da nossa conexão com a história, das relações sociais que estabelecemos e das narrativas que buscamos contar sobre nós mesmos e nossa época. Assim, a evolução da moda transcende a superfície estética para se tornar uma ferramenta valiosa de investigação cultural. A história da moda é, afinal, uma história de identidades entrelaçadas, culturas entrecruzadas e sociedades em constante evolução.

Ainda, considerando que este é um Trabalho de Conclusão de Curso de Publicidade e Propaganda, cabe destacar um importante aspecto que sedimenta todas estas relações culturais: a publicidade. O papel da moda na cultura popular

está intrinsecamente ligado ao poder da publicidade, que desempenha um papel vital em moldar e influenciar as tendências de moda que se tornam parte integrante da cultura contemporânea. A publicidade na moda é uma ferramenta poderosa para apresentar e popularizar estilos e produtos, ao mesmo tempo em que cria narrativas em torno deles. Com a criação dos meios de comunicação em massa, como revistas, televisão, mídias sociais e influenciadores digitais, a publicidade de moda tem um alcance global, permitindo que as tendências se espalhem rapidamente e alcancem um público diversificado.

A publicidade na moda não apenas destaca os produtos, mas também influencia a forma como as pessoas percebem a moda e como ela se encaixa em suas vidas. Ao criar narrativas e estilos de vida em torno das roupas e acessórios, a publicidade se torna uma força poderosa que transforma a moda em um fenômeno cultural. Isso é explicado por Barthes (1967) que argumentou que a publicidade não apenas destaca produtos, mas também cria narrativas e significados que influenciam a percepção das pessoas sobre a moda.

Barthes (1967) descreveu como a publicidade usa imagens, palavras e outros elementos semióticos para criar associações emocionais e culturais com os produtos, tornando a moda mais do que simplesmente roupas, mas uma forma de comunicação e expressão cultural. Além disso, ao associar marcas de moda a valores, ideais e identidades específicas, a publicidade desempenha um papel fundamental na construção de significado em torno das roupas, tornando a moda mais do que uma mera escolha estilística, mas uma expressão de identidade e cultura. Assim, a publicidade na moda tem o poder de influenciar e refletir a cultura popular, moldando as percepções e atitudes em relação à moda e suas conexões com a sociedade em geral.

A partir de todos esses contextos aqui levantados, nos interessa, agora, compreender como esses aspectos se comportam frente às mudanças de comportamento de cada nova geração.

2.3 GERAÇÕES E SUAS IDENTIDADES

Neste subcapítulo dedicado à compreensão das gerações, exploramos a dinâmica única que existe entre as diferentes faixas etárias ao longo do tempo. Cada geração é moldada por eventos históricos, contextos culturais e desenvolvimentos

sociais específicos que influenciam suas atitudes, valores e identidades. Ao entender como essas gerações se formam e evoluem, somos capazes de apreciar como as experiências compartilhadas moldam as perspectivas individuais e coletivas. Isso nos permite enxergar como a identidade de uma geração é moldada por um conjunto complexo de influências, incluindo aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais. A conexão entre as gerações e a moda é fundamental para entender como o jeans 501 se tornou parte da cultura popular e da identidade das diferentes gerações ao longo do tempo.

De acordo com Andrade et al. (2012), a geração denominada de Baby Boomers é composta por indivíduos nascidos entre 1946 e 1964. Conforme destacado por Maurer (2013), o termo "Baby Boomers" teve sua origem nos Estados Unidos, em decorrência do significativo aumento na taxa de natalidade resultante do retorno dos soldados após o término da Segunda Guerra Mundial, e da necessidade de uma mão de obra crescente para auxiliar na reconstrução dos países após o conflito. Para Bivar (1982) nascia, nessa geração, o novo sonho de liberdade da juventude. O momento perfeito para a Levi's, considerando que, de acordo com Foulkes (2008) o jeans é um símbolo da juventude, da rebelião e da liberdade.

Sobre a chamada geração X, Jacques *et al.* (2015) afirmam que os integrantes da geração X nasceram entre 1965 e 1978. Em comparação com os Baby Boomers, essa geração demonstra uma maior adaptabilidade às mudanças, demonstrando capacidade de se ajustar a uma variedade de funções, tanto em ambientes colaborativos quanto de maneira independente. A letra "X" do termo foi introduzida pelo escritor canadense Douglas Coupland em 1991, em seu livro "Geração X: Contos para uma Cultura Acelerada". A letra "X" foi escolhida como uma representação dessa incerteza e desconexão. Ela sugere o desconhecido, o indefinido, o misterioso. Na cultura popular, o "X" é frequentemente usado para indicar algo que não pode ser facilmente categorizado ou rotulado. Portanto, ao usar "Geração X", Coupland (1991) estava comunicando a ideia de uma geração que não se encaixava claramente em padrões anteriores e que estava navegando por um mundo em rápida transformação, muitas vezes sem uma identidade cultural clara ou uma narrativa dominante.

A geração seguinte, conhecida como "Y" é composta, de acordo com Santos *et al.* (2011), por indivíduos nascidos entre os anos de 1978 e 1994. Além disso,

Jordão (2016), com base em uma perspectiva sociológica, refere-se a essa mesma geração como "Millennials". Essa geração é conhecida por ter crescido em uma época de rápida evolução tecnológica, incluindo o crescimento da Internet e o advento das mídias sociais. Como resultado, os membros dessa geração frequentemente são caracterizados por sua familiaridade e afinidade com a tecnologia, em especial com dispositivos eletrônicos como smartphones e computadores.

A próxima geração, nomeada como geração Z, é composta, conforme Jordão (2016), por indivíduos nascidos a partir de 1995 até 2010. A origem do termo "Z" em inglês, de acordo Toledo *et al* (2012), deriva-se da ideia de rapidez ao zapear canais de televisão pelo controle remoto, indicando a familiaridade dessa geração com a tecnologia e a capacidade de alternar rapidamente entre diferentes informações e estímulos.

A partir do entendimento destas características geracionais, será possível considerar os aspectos específicos de cada comportamento, na associação que desejamos realizar na etapa de análise proposta por este estudo, assim como todos as concepções relevantes levantadas aqui, neste capítulo.

Como próximo passo, avançaremos na leitura e entendimento acerca das características que envolvem nosso objeto de pesquisa. Para isso, o próximo capítulo abordará a visão histórica do jeans como produto comercial e cultural, bem como a ascensão da marca Levi's e seu conhecido jeans 501.

3 HISTÓRIA DO JEANS E A ASCENSÃO DO JEANS 501 DA LEVI'S

No panorama da moda, há poucas peças de roupa que conseguiram transcender épocas e fronteiras culturais com a mesma força e presença que o jeans. Desde sua humilde origem como uma roupa de trabalho resistente até se tornar um ícone global de estilo, o jeans tem uma história rica e fascinante.

Neste capítulo, vamos embarcar em uma jornada que nos levará à origem do jeans, explorando como ele passou de um simples uniforme de trabalhadores para uma peça de moda essencial. Além disso, examinaremos a relação intrínseca entre o jeans e a moda, com destaque para a Levi's, uma marca pioneira que desempenhou um papel crucial no mercado de jeans. E, finalmente, mergulharemos no período marcante da criação, evolução e popularização do jeans, quando esse tecido resistente se transformou em um ícone cultural inegável. Como principais referências para tratar sobre esses temas, tomamos como base os estudos de Barnard (2003) e Barthes (2009), bem como os dados disponíveis no site oficial da marca Levi's.

3.1 ORIGEM DO JEANS

De acordo com o site da marca Levi's¹, marca pioneira do jeans no mundo, a história do jeans começa em 1792 em Nimes, na França, onde o tecido do tipo sarja foi fabricado pela primeira vez. Em seu início o material não era azul como conhecemos atualmente, era marrom, e ficou conhecido popularmente como tecido de Nimes, ou Denim, como foi abreviado. O tecido era feito de uma espécie de corda de algodão trançada e se destacava por sua extrema durabilidade, assim como por não demandar muitos cuidados de uso ou lavagem. Por essas características, logo começou a ser usado com exclusividade na confecção de roupas para trabalhos no campo e, também, nos uniformes para os marinheiros italianos que trabalhavam no porto de Gênova.

Segundo Pezzolo (2008), em 1850, o jeans chegou ao oeste dos Estados Unidos, na cidade de São Francisco, na Califórnia, durante a corrida do ouro. Quem levou esse material foi o alemão Loeb Strauss, um vendedor de tecidos que buscava novas oportunidades de negócios e viu a crescente demanda por roupas duráveis e

¹ Dados disponíveis no link: <https://www.levi.com.br/informacoes/sobre-nos/historia-legado>

resistentes por parte dos trabalhadores da época, o qual mais tarde ficou conhecido como Levi Strauss. Ao perceber essa necessidade, Strauss decidiu importar o tecido Denim, que já era usado na Europa para a confecção de roupas resistentes e reforçadas, como descreve Fogg (2013). Em parceria com seu cunhado, ele levou o tecido para São Francisco, onde fundou sua empresa Levi's & Co. No entanto, o Denim era usado principalmente para criar coberturas rústicas para barracas e outros produtos.

Ainda de acordo com o site oficial da Levi's, devido à saturação do mercado naquele momento, seus produtos encontraram dificuldades de venda e começaram a se acumular no estoque. Diante dessa situação, Levi Strauss dirigiu seu olhar para os mineradores, reconhecendo que suas roupas de trabalho não ofereciam a resistência necessária para as atividades árduas que enfrentavam diariamente. A observação direta desses trabalhadores revelou uma demanda urgente por vestimentas duráveis que se adequassem às exigências de suas jornadas de trabalho. Impulsionado por essa percepção, Levi tomou a iniciativa de consultar Jon Davis, um alfaiate americano, acompanhado por um dos próprios mineradores. Juntos, apresentaram um tecido áspero e pouco convencional, que estava enfrentando dificuldades de aceitação no mercado. A intenção era explorar as possibilidades de criação de roupas mais adequadas ao trabalho pesado. A colaboração resultou na concepção da primeira calça (Imagem 01), que possuía três bolsos profundos, idealizados para armazenar pepitas de ouro e ferramentas essenciais.

Na busca por atender às demandas dos mineradores, em 1872 essa primeira tentativa foi realizada com o uso de uma lona de caminhão, conhecida como "duck canvas", na tonalidade marrom. A calça ficou conhecida com Brown Duck Trousers e embora tenha obtido certa aceitação, surgiram várias críticas em relação à sua aparência. Muitos a consideravam opaca, com uma aparência suja e terrosa. Além disso, o material era caracterizado por sua rigidez e desconforto ao ser vestido, o que limitava sua usabilidade. Essa tentativa inicial marcou os primeiros passos da jornada que resultaria na icônica calça jeans.

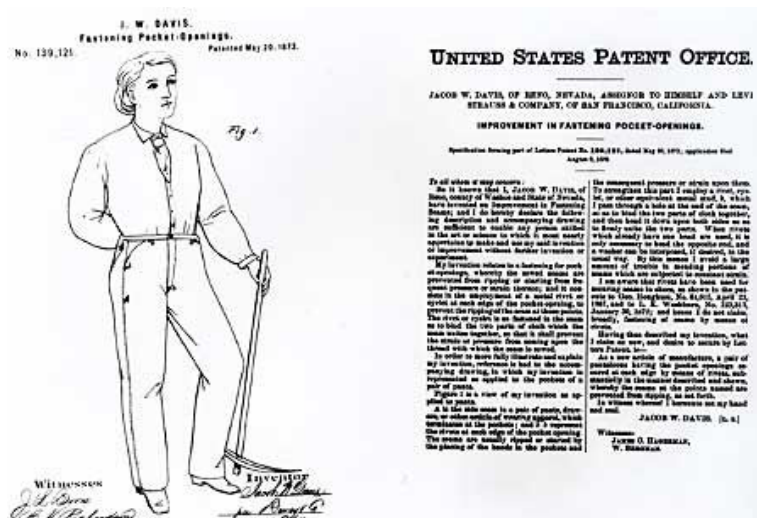
Imagem 01: Primeira calça jeans feita com rebites.



Fonte: <www.levi.in/about-us.html>. Acesso em: 28 ago. 2023

Segundo o site oficial da marca, em 1852, ocorreu um marco significativo na história do jeans quando Levi Strauss substituiu o tecido de lona de caminhão pelo tecido de Nîmes, também conhecido como denim. Esse material era tão resistente quanto a lona, porém muito mais confortável para o uso diário. Nesse momento, Strauss encomendou o tecido na cor índigo blue, já que a tonalidade amarronzada das primeiras peças não estava mais em alta entre seus clientes. O novo tecido encomendado era produzido com o fio do urdume tingido com índigo, resultando nas famosas peças com a tonalidade azul característica do jeans. Esse avanço representou um passo importante na evolução do jeans, pois combinou durabilidade com um visual mais atraente e confortável. Em 20 de maio de 1873, o Escritório de Marcas e Patentes dos EUA concede a patente nº 139.121 à Levi Strauss & Co. Foi assim que nasceu o jeans azul, originalmente chamado de “XX” (Imagem 02).

Imagem 02: Patente da calça jeans azul



Fonte: <www.levi.in/about-us.html>. Acesso em: 01 set. 2023

A história por trás desse evento destaca a visão e inovação da Levi Strauss & Co. que, ao patentear o jeans, não apenas criou uma peça resistente de vestuário, mas também definiu um padrão duradouro na indústria da moda. O denim "XX" não apenas moldou o guarda-roupa ocidental, mas também se tornou um símbolo de resistência e autenticidade, refletindo a evolução da moda ao longo dos séculos.

3.2 A RELAÇÃO ENTRE JEANS E MODA

O jeans desempenha um papel significativo na moda e na história do vestuário. Ele é um tecido versátil e durável, que se tornou um elemento básico nos guarda-roupas de pessoas em todo o mundo. O jeans não é apenas uma peça de roupa, e sim um símbolo cultural de autenticidade, rebeldia, e versatilidade que reflete inúmeras mudanças na sociedade, na cultura, e nas preferências individuais ao longo do tempo. E isso não seria diferente quando se trata de moda.

De acordo com Catoira (2006) o jeans demorou a alcançar seu status atual como uma peça de vestimenta social amplamente aceita e valorizada. De fato, sua origem está enraizada na funcionalidade e durabilidade, em vez de na moda ou no estilo. Originalmente, o jeans era usado principalmente por trabalhadores, como mineradores, agricultores e cowboys, devido à sua resistência e capacidade de

resistir ao desgaste severo das atividades laborais árduas. Hoje, o jeans exerce uma função de grande importância tanto no mundo da moda quanto na trajetória histórica do vestuário.

O tecido versátil e resistente conquistou um lugar fundamental nos armários de indivíduos ao redor do mundo todo. Ele personifica a ideia de Davis (1992) que diz que a moda não é apenas sobre roupas, mas também sobre expressão individual, identidade e conexão com a história. Ao longo dos anos, o jeans tem sido moldado em inúmeras formas, desde calças justas até cortes largos, de lavagens desgastadas a estilos mais elegantes. Sua versatilidade e durabilidade o transformaram em uma peça essencial que transcende fronteiras culturais e geográficas.

A peça, que um dia foi considerada completamente fora do mundo da moda, agora é amplamente valorizada e adotada por uma incontável quantidade de pessoas. O jeans é uma escolha universalmente aceita e pode ser incorporado em praticamente qualquer estilo. Desde a geração dos Baby Boomers até os Millennials, dos descolados aos minimalistas, dos "normais" aos fashionistas, a vestimenta encontra seu lugar em todos os guarda-roupas. Os fashionistas frequentemente incorporam jeans em suas roupas, explorando as últimas tendências em cortes, lavagens e detalhes. Eles podem usar jeans *oversized*, jeans com bordados ou aplicações, ou até mesmo experimentar com estilos incomuns para fazer uma declaração de moda.

A ascensão do jeans na moda de luxo também demonstra sua capacidade de evoluir e transcender suas origens humildes. Hoje, a peça é cobiçada por fashionistas que adoram explorar suas inúmeras possibilidades, desde os cortes inovadores até as lavagens e detalhes exclusivos. O jeans tornou-se um objeto de desejo, uma tela em branco para a criatividade e uma manifestação da individualidade de quem o veste. Marcas de moda de luxo também entraram no mercado de jeans de alto padrão, criando linhas dedicadas a essa peça de roupa. Jeans de marcas de renome, como Gucci, Chanel e Dolce & Gabbana, passaram a ser cobiçados por consumidores que buscavam uma combinação de estilo e qualidade. Estilistas renomados, como Yves Saint Laurent, Marc Jacobs e Calvin Klein, também desempenharam papéis importantes nessa tendência ao criar peças de jeans elegantes e sofisticadas.

As colaborações entre marcas de moda de luxo e o jeans de alta qualidade também contribuíram para elevar o status do jeans na moda. Essas colaborações muitas vezes resultaram em peças únicas e exclusivas que eram comercializadas a preços elevados devido à sua raridade e ao prestígio das marcas envolvidas. De acordo com Simone Blanes (2023), em conteúdo publicado pela revista *Veja*, Yves Saint Laurent, em uma entrevista concedida à *New York Magazine* em novembro de 1983, expressou seu desejo de ter sido o inventor do jeans, enfatizando como essa peça de vestuário incorpora as qualidades que ele valoriza em suas criações: expressão, modéstia, apelo sexual e simplicidade. “eu sempre disse que gostaria de ter inventado o jeans [...] Eles têm expressão, modéstia, apelo sexual, simplicidade - tudo o que espero nas minhas roupas” (*apud* Blanes, 2023).

A evolução da calça jeans de uma peça de *workwear* para um objeto de desejo da moda reflete sua capacidade de se adaptar, evoluir e abraçar a diversidade ao longo do tempo. Independentemente do estilo pessoal, idade ou preferências de moda, o jeans permanece uma escolha icônica e atemporal que continua a desempenhar um papel central nos guarda-roupas de muitos. Além de, segundo Sullivan (2006), desempenhar um papel central na história da moda, unindo gerações e estilos em uma celebração da versatilidade e da autenticidade.

3.3 A LEVI'S COMO MARCA PIONEIRA NO MERCADO DE JEANS

Como já visto anteriormente, Levi Strauss não apenas atendeu a uma demanda específica dos mineradores, mas também deu origem a um vestuário durável e prático que transcendeu sua função original. O resultado desse esforço conjunto representou um marco na história da moda, dando início a uma revolução que impactaria a maneira como as pessoas se vestem até os dias atuais. A Levi's foi a marca pioneira do jeans no mundo, e muito além disso, é uma verdadeira lenda na indústria da moda. Sua história é uma narrativa de inovação, qualidade e influência cultural que já se estende por mais de 150 anos.

Um dos legados mais significativos da Levi's foi a introdução da padronização de tamanhos. Em um mundo onde roupas eram frequentemente feitas sob medida, a Levi's tornou a escolha do tamanho mais simples para os consumidores, criando um padrão que a indústria de roupas adotaria posteriormente. Essa inovação revolucionou a experiência de compra de roupas, tornando-a mais acessível e

conveniente. O jeans desafia esses padrões convencionais ao se basear na padronização de tamanhos. Os próprios consumidores realizam os ajustes necessários, permitindo a adaptação ao novo modelo de produção que acelerou a fabricação e reduziu a rigidez nos padrões de produção. Isso reflete a ideia de que os consumidores se ajustam às medidas do jeans, em vez de o jeans se ajustar aos consumidores (Rainho, 2014). Os clientes não precisavam mais se preocupar com medidas personalizadas ou ajustes complexos. Em vez disso, podiam confiar nos tamanhos padronizados da Levi's, sabendo que os jeans se ajustariam de acordo com as medidas estabelecidas. O sucesso da Levi's ao implementar essa padronização de tamanhos também teve um impacto profundo na indústria de roupas como um todo. À medida que outros fabricantes de roupas reconheciam os benefícios da padronização, eles começaram a adotar sistemas semelhantes, estabelecendo um padrão que beneficiava tanto os consumidores quanto a própria indústria.

A marca, de modo geral, desempenhou um papel fundamental na transformação deste tecido resistente em um ícone da moda global. A Levi's, de modo geral, desempenhou um papel fundamental na transformação do jeans, um tecido resistente, em um ícone da moda global. Desde sua fundação em 1853, a marca tem sido o que move a popularização e a evolução do jeans, moldando a maneira como o mundo vê e usa essa peça de roupa que é tão versátil. A inovação inicial dos rebites de metal nos jeans Levi's tornou o tecido mais resistente, tornando-o ideal para trabalhadores em busca de durabilidade.

No entanto, com o passar do tempo, os jeans Levi's ultrapassaram seu propósito inicial e se tornaram uma declaração de estilo e uma expressão de individualidade. Os cortes clássicos da Levi's, estabeleceram um padrão de conforto e versatilidade que resistiu ao teste do tempo. E assim, a marca se adaptou às tendências em constante mudança, introduzindo jeans *skinny*, cortes modernos e uma infinidade de lavagens, mantendo-se alinhada com as preferências da moda contemporânea, e se adaptando às diversas gerações.

3.4 CRIAÇÃO, EVOLUÇÃO E POPULARIZAÇÃO DO JEANS 501

De acordo com o site oficial da Levi's, em 1890 "O jeans original "XX" recebe seu icônico número de lote 501®." uma inovação revolucionária, que tinha o objetivo de tornar as calças mais resistentes para mineiros e trabalhadores durante a corrida do ouro na Califórnia. A combinação do resistente denim com os rebites deu origem ao conceito inicial do jeans 501. Atualmente um dos pilares dos jeans em todo o mundo, a colocação específica desses rebites não mudou em mais de 150 anos (exceto por um rebite distinto na "virilha" que apareceu no 501® original, que foi removido durante a Segunda Guerra Mundial devido ao racionamento).

O logotipo Two Horse, gravado no remendo de couro dos jeans "501" (Imagem 03), é um testemunho duradouro da notável resistência das roupas Levi's®. Sua representação visual dos dois cavalos puxando o jeans simboliza a força e durabilidade inerentes aos produtos da marca. Mesmo após tantos anos, esse logotipo continua a ser utilizado, destacando o compromisso contínuo da Levi's com a qualidade e a autenticidade em seus produtos. É uma prova da tradição e da herança que permeiam a marca Levi's, que continua a ser uma referência na indústria de jeans.

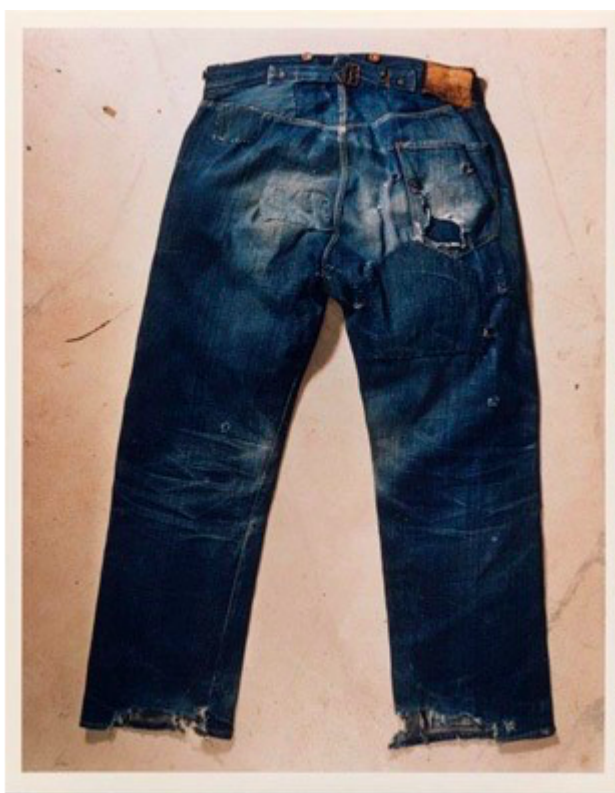
Imagem 03: Logotipo Two Horse



Fonte: <www.levisredesign.com>. Acesso em: 16 set. 2023

Curiosamente, o modelo 501® original tinha quatro bolsos em vez dos cinco clássicos (só tinha um bolso traseiro), além disso, contava com uma “alça” que servia para ajustar a peça (Imagem 04). Esta foi uma característica particularmente importante durante o século XIX, quando o estilo era usado de forma mais folgada, muitas vezes sobre as roupas do dia a dia do usuário, como camada protetora durante o trabalho duro.

Imagem 04: Original Jeans 501, em 1890.



Fonte: Nogueira, 2016. Disponível em: <www.globo.com>. Acesso em: 16 set. 2023

Como mostra o documentário *The 501 Jean: Stories of an Original* (2016) o design do jeans 501 evoluiu ao longo das décadas, desde o corte original até as adaptações que refletiram as mudanças nas tendências de moda e as preferências dos consumidores, se tornando um ícone da moda, ao mesmo tempo em que permaneceu fiel à sua herança de qualidade e durabilidade. Hoje, o jeans 501 não é apenas uma peça de vestuário; é uma parte da cultura e da identidade de muitos. O documentário explora como essa peça se conectou com diferentes grupos

demográficos e se tornou uma escolha popular em todo o mundo. Celebidades, músicos e ícones da cultura popular compartilham suas histórias pessoais sobre o jeans 501. Esse jeans icônico conquistou um lugar especial nos corações e nos guarda-roupas das pessoas, tornando-se um símbolo de estilo, autenticidade e durabilidade.

Neste mesmo documentário, a jornalista, escritora e curadora de moda, Lilian Pacce comenta que o jeans é um desses fenômenos raros, “[...] que acontecem uma vez a cada século. Começou como roupa de trabalhador e se reinventou ao longo desse tempo todo. Foi sinônimo de juventude rebelde, depois descolada, até virar uma peça chique, de elite, com o surgimento das marcas premium” (*THE 501*, 2016).

O jeans 501 da Levi's é mais do que apenas uma peça de vestuário; é um testemunho da capacidade de uma marca em evoluir com as demandas da moda e das necessidades dos consumidores, ao mesmo tempo em que mantém sua autenticidade e durabilidade. Sua história rica, passa por etapas como criação, inovação revolucionária, e vai até sua popularidade global atual, se tornando hoje, um símbolo de estilo e qualidade. Com sua conexão com diversas culturas e gerações, o jeans 501 transcende as barreiras do tempo e da moda, deixando uma marca indestrutível na indústria do vestuário e na cultura popular.

Cabe ainda destacar que a publicidade também desempenhou um papel fundamental na criação, evolução e popularização do jeans 501 da Levi's. Desde o seu lançamento, a marca investiu maciçamente em campanhas publicitárias que destacavam a durabilidade, versatilidade e autenticidade desse icônico par de calças. Através de anúncios impressos e comerciais de televisão, a Levi's conseguiu criar uma narrativa em torno do jeans 501, posicionando-o como a escolha ideal para pessoas que buscavam resistência e estilo.

A publicidade transmitiu a ideia de que o jeans 501 era mais do que uma peça de roupa: era um símbolo de liberdade, autoexpressão e rebeldia. Conforme o jeans 501 ganhava popularidade, a publicidade continuou a desempenhar um papel vital na manutenção de sua relevância. Ao longo das décadas, a Levi's adaptou suas estratégias de marketing para atender às mudanças culturais e de moda, mantendo o jeans 501 em sintonia com cada época. Além disso, colaborações com celebridades e músicos – como no caso de Kurt Cobain –, deram uma dimensão adicional à sua imagem. Através da publicidade, o jeans 501 transcendeu seu status

de simples vestuário e se tornou um ícone cultural, enraizado na psique coletiva como um símbolo de rebeldia, autenticidade e atitude.

4 IMPACTO DO JEANS 501 NA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE DAS GERAÇÕES

O presente capítulo propõe-se a analisar e compreender a relevância do icônico jeans 501 da Levi's como um elemento de memória cultural e identidade ao longo de várias gerações. Inicialmente, apresenta uma descrição sobre como estão organizados os procedimentos metodológicos do estudo. A seguir, a partir da leitura e interpretação dos dados, explora-se a importância de compreender como esse produto de moda influenciou a construção da identidade de diferentes grupos etários e como a marca Levi's conseguiu manter sua relevância ao longo do tempo. No decorrer do capítulo, são analisados os vínculos entre o jeans 501 e as experiências vividas por diferentes gerações, examinando como esse item de vestuário se tornou um símbolo de estilo, rebeldia, autenticidade ou até mesmo nostalgia para cada uma delas. Além disso, o capítulo visa identificar como a Levi's soube adaptar-se às mudanças culturais e às preferências de cada geração.

4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A partir das discussões levantadas nos capítulos anteriores, será apresentada a metodologia da pesquisa, desde o levantamento de dados até a proposta de análise. Para esse estudo foram realizadas, até o momento, pesquisas bibliográficas que, de acordo com Stumpf (2011), compreende uma série de procedimentos visando identificar informações bibliográficas relevantes relacionadas ao tema de estudo. Essa técnica de pesquisa permitiu realizar uma seleção das fontes pertinentes, que foram posteriormente utilizadas para a realização de fichamentos de leituras, como etapa inicial de levantamento de dados necessários ao entendimento do contexto do tema sobre moda, cultura e identidade. Ao desenvolver a pesquisa bibliográfica, foram selecionados temas e autores de relevância para dar conta dos objetivos propostos neste trabalho.

Também foi realizada uma pesquisa documental, que consistiu na busca de informações em documentos considerados fundamentais para a pesquisa em questão, em especial sobre o jeans 501 e a marca Levi's. De acordo com Gil (2008) a pesquisa documental possui semelhanças significativas com a pesquisa bibliográfica, distinguindo-se principalmente pela natureza das fontes envolvidas.

Enquanto a pesquisa bibliográfica se baseia principalmente nas contribuições de autores e na análise de literatura previamente publicada, a pesquisa documental se concentra em materiais que ainda não foram previamente analisados. Isso pode incluir, mas não se limita a, filmes, gravações, jornais e outras formas de mídia. Sá-Silva (2009) enfatiza que o uso de documentos em pesquisas é de extrema importância e deve ser valorizado devido à riqueza de informações que podem proporcionar. Essa abordagem amplia a compreensão dos objetos de estudo, enriquecendo a pesquisa com perspectivas e dados adicionais. Neste estudo, utilizamos documentos como vídeos (documentários) e sites, bem como imagens publicadas em cada geração, incluindo fotografias de época, editoriais de moda e imagens de personalidades influentes, encontradas em pesquisa realizada junto a sites de busca na internet, bem como em redes sociais, como Instagram. Importante destacar que as imagens selecionadas tiveram duas funções: algumas serviram para ilustrar determinadas informações do estudo e outras para compor o conteúdo da etapa de análise. No segundo caso, para compor as imagens que constituem o *corpus* de análise, o pré requisito da escolha considerou que as mesmas deveriam compreender características de cada geração analisada. Assim, utilizamos como filtro de pesquisa (em sites de busca e nas redes sociais) as palavras “jeans + Levis + 501 + memória”, “jeans + Levis + 501 + história” e “jeans + Levis + 501 + gerações”. A partir dos resultados encontrados, buscamos eleger, dentre as imagens, as que mantinham uma característica documental, descartando as de característica comercial; ainda, dentre as selecionadas, organizamos novo recorte buscando encontrar, dentre todas, duas imagens representativas por geração, que contivessem referências significativas para os aspectos que nos interessa analisar. Nossa preferência, nesse caso, foi selecionar imagens de personalidades e/ou situações historicamente reconhecidas.

Com os dados coletados e selecionados, a etapa seguinte consistiu na organização e análise destes dados. A proposta foi submeter as imagens selecionadas a uma análise visual e interpretativa, considerando as referências conceituais e os principais dados levantados nos capítulos iniciais. A análise visual buscou identificar e interpretar o significado de elementos estilísticos, simbólicos e culturais presentes, relacionando-os com o jeans 501 e sua importância na construção da cultura popular e identidade das gerações em estudo. Ao final do

conjunto de análises, realizamos uma comparação entre as diferentes gerações, destacando suas particularidades e influências na adoção do jeans 501.

A técnica de pesquisa empregada para guiar a análise foi a técnica de leitura e análise de imagem, que de acordo com Coutinho (2006) é uma abordagem que visa desvendar os significados subjacentes a uma imagem visual, sejam eles estéticos, simbólicos, culturais ou comunicativos. A análise divide-se em duas etapas:

ETAPA 1 – Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO² – com foco nos elementos que compõe o figurino e como está disposto a arranjo destes elementos;

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS – descrição dos demais elementos da imagem analisada, como objetos, cenário, sobreposição de ilustrações ou outros elementos gráficos;

c) TEXTO – quando houver, trazer o texto presente na imagem, em destaque.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem: na sua relação com os dados teóricos conceituais e também dados relativos ao objeto de estudo

Após estas duas etapas de análise da imagem, se faz necessário ainda um último estágio, que implica pôr em movimento o conjunto de dados analisados. Inspirado na etapa de inferências, da metodologia de análise de conteúdo de Fonseca Júnior (2011), este momento da análise final busca o tratamento dos resultados obtidos, bem como sua interpretação. É nesta fase que se apontam os resultados significativos para o estudo que, de acordo com Fonseca Júnior (2011), poderão ser interferidos pelo autor, a fim de realizar sua própria conclusão.

² Conforme Radaelli & Puhl (2019), o conceito de figurino consiste na “[...] roupa que está vinculada a uma narrativa, a um personagem, ou seja, que tem como função principal a personificação do texto proposto na história”. (Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ipa/index.php/folio/article/view/759/697>)§

4.2 ANÁLISE DE GERAÇÕES

Neste item são analisados os objetos de estudo deste trabalho: figuras das gerações X, Y e Z, utilizando o jeans 501 da Levi's. A partir disso, são ilustradas algumas das imagens registradas ao longo das gerações a fim de realizar uma leitura e análise das imagens.

4.2.1 1946 a 1964 - A Geração Baby Boomers

Nesse item são analisadas imagens que retratam o jeans 501 da Levi's e sua relação com a Geração Baby Boomers. Essa geração desempenhou um papel crucial na trajetória do jeans 501 como um ícone de moda e cultura. As imagens que examinaremos são mais do que meras representações visuais de uma peça de roupa; elas são janelas para a história, a identidade e a nostalgia que envolvem o jeans 501 nessa geração específica.

A primeira imagem (Imagem 05) é uma fotografia de divulgação do filme “O Selvagem” de 1953, que tem o ator Marlon Brando como personagem principal.

Imagem 05: Marlon Brando no filme “O Selvagem”, de 1953.



Fonte: <www.vogue.globo.com/>. Acesso em: 07 out. 2023

ETAPA 1 – Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO –

Marlon Brando está vestindo um estilo que se tornou icônico após o filme O Selvagem (1953). Ele usa uma boina, jaqueta de couro, camiseta branca, as famosas calças jeans 501 da Levi's e botas de motoqueiro.

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS –

O foco principal da imagem é o ator Marlon Brando, ele está posicionado em cima de uma motocicleta, com uma postura relaxada, mas confiante. A presença de Brando é dominante na cena, e sua atuação rebelde e carismática é um ponto central da imagem. A imagem apresenta tons saturados, o que intensifica as cores e cria uma atmosfera vibrante e dramática, isso realça a presença de Brando e os detalhes da cena, tornando-a mais impactante. O cenário ao redor do ator consiste principalmente em árvores e um céu amplo. Esses elementos reforçam a ideia de

liberdade e aventura que é central para o filme. A expressão de Marlon Brando é feliz e confiante. Seu olhar direto e expressão sorridente capturam a atitude de seu personagem, que desafiou as convenções sociais da época.

c) TEXTO – não há texto junto da imagem.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem:

A imagem de Marlon Brando neste contexto não apenas ilustra a estética da época, mas também simboliza a rebeldia, a liberdade e a autenticidade que o Jeans 501 da Levi's veio a representar. Como já visto anteriormente, para Bivar (1982) nascia, nos anos 50, o novo sonho de liberdade da juventude. A imagem então, personifica a atitude contestadora e não convencional associada à juventude da época. O ator se torna uma representação visual poderosa da relação entre moda, cultura e identidade que é central para o presente capítulo, destacando como essa peça de roupa influenciou a construção da identidade da geração representada pela imagem (Baby Boomers). Ao relacionar essa imagem com os dados teóricos conceituais apresentados ao longo dos capítulos, percebemos como o jeans 501 da Levi's se tornou um símbolo de juventude e rebeldia, concordando com Foulkes (2008) que diz que o jeans é um símbolo da juventude, da rebelião e da liberdade. E concretizando a ideia que o documentário The 501 (2016) transparece ao dizer que o jeans é sinônimo de juventude e rebeldia.

A segunda imagem (Imagem 06) a ser analisada é uma fotografia de divulgação da produção do filme “Os Desajustados” (no original, “The Misfits”), de 1962, que tem no papel principal a atriz Marilyn Monroe.

Imagem 06: Marilyn Monroe no set do filme "Os Desajustados" em 1962.



Fonte: <www.bamfstyle.com/>. Acesso em: 07 out. 2023

ETAPA 1 – Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO –

Na icônica imagem de Marilyn Monroe no set de "The Misfits", uma série de elementos visuais se destacam. O ponto focal da cena é, sem dúvida, o jeans Levi's 501 de cintura alta que ela usa, esse jeans é, por si só, um ícone da moda da época, conhecido por sua silhueta atemporal e estilo inconfundível. Complementando o visual, Marilyn optou por uma camisa básica branca, uma escolha elegante e sempre relevante, concordando com Embacher (1999) que ao desenvolver um estilo pessoal, o indivíduo não apenas segue tendências, mas também cria uma identidade única e distinta. A simplicidade da camisa branca cria um contraste nítido com o jeans, destacando a figura da atriz e conferindo-lhe uma elegância discreta, além de criar uma identidade para Marilyn no filme. Nos pés, encontramos botas no estilo cowboy, que complementam o jeans e acentuam o estilo da atriz, essas botas não apenas adicionam um toque autêntico ao visual, mas também fazem alusão à influência do oeste americano no figurino da época. E, para finalizar, Marilyn Monroe usa um cinto marrom, que não apenas proporciona um toque de contraste com o

jeans de cintura alta, mas também ajuda a definir sua cintura, acentuando sua silhueta. O cinto marrom se encaixa perfeitamente no conjunto, proporcionando uma aparência harmoniosa e sofisticada.

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS –

Marilyn está em pé, à beira de um rio, que reflete a luz suavemente. A cena é banhada em tons envelhecidos, provavelmente devido ao tempo que passou desde a filmagem. Isso dá à imagem uma qualidade nostálgica, que nos remete a uma época passada. O enquadramento da imagem captura a atriz em um momento de contemplação. A imagem transmite uma sensação de serenidade e atemporalidade, enfatizando a beleza e o charme atemporal de Marilyn Monroe.

c) TEXTO – não há texto junto da imagem.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem:

A imagem que nos apresenta Marilyn Monroe no filme "The Misfits" nos transporta a uma era já distante, uma fotografia que carrega consigo a memória e a nostalgia de um período passado. A figura imponente de Marilyn Monroe em pé, mesmo nas limitações do envelhecimento da imagem, destaca-se como um ícone de elegância, beleza e sofisticação que transcende o tempo. Essa imagem é mais do que uma simples fotografia, ela é uma janela para uma época em que o jeans 501 da Levi's começava a se consolidar como um ícone da moda, concordando com os capítulos anteriores, em que diz que o jeans 501 é um elemento crucial da identidade de várias gerações, incluindo a de Marilyn Monroe. Essa imagem é um testemunho da influência duradoura de Marilyn na moda e na cultura, de acordo com Jacoby (2008) a geração Baby Boomers, geração na qual Marilyn Monroe foi extremamente popular, pode ter contribuído para um declínio na cultura intelectual e um aumento na idolatria de celebridades. Destacando seu estilo icônico e sua presença cativante, ela também serve como um lembrete das influências visuais e estilísticas da época em que o filme foi produzido, uma época em que Marilyn Monroe desempenhou um papel fundamental na definição da moda e da beleza. Assim, concordando com Barnard (2003), que diz que novas tendências

frequentemente nascem a partir de um contexto social específico e podem moldar a maneira como as pessoas percebem e interagem com o mundo ao seu redor.

Portanto, ao observar essa imagem, somos convidados a refletir sobre a memória cultural e o impacto duradouro do jeans 501 da Levi's. Ela nos recorda a importância de compreender como a moda pode influenciar e moldar a identidade ao longo das gerações, bem como o papel essencial que a marca Levi's desempenha nesse processo contínuo. Assim, a imagem de Marilyn Monroe no jeans Levi's 501 de cintura alta, camisa branca, botas estilo cowboy e cinto marrom é uma representação icônica da moda da época, refletindo a elegância, autenticidade e influências culturais que já foram vistas nos capítulos anteriores, que contribuíram para a atemporalidade desse visual.

A imagem de Marilyn Monroe usando o jeans Levi's 501 se conecta diretamente com o estudo "The Social Psychology of Clothing" de Susan B. Kaiser e Sandra L. Kurrelmeyer (1990), já visto anteriormente. De acordo com o estudo, a moda é um processo de significação que envolve a comunicação e a construção de identidades individuais e coletivas. Ao observarmos a representação icônica de Marilyn Monroe, podemos entender como essa imagem não é apenas um retrato da moda da época, mas também uma manifestação da comunicação simbólica e da construção de identidade por meio do vestuário. A vestimenta, incluindo o jeans Levi's 501, torna-se um veículo para expressar a elegância, autenticidade e influências culturais que transcendem gerações, corroborando assim as conclusões apresentadas por Kaiser e Kurrelmeyer (1990) em sua análise social da roupa. Essa imagem nos convida a refletir sobre a memória cultural e o papel duradouro da moda na formação da identidade ao longo do tempo.

4.2.2 1965 a 1978 - A Geração X

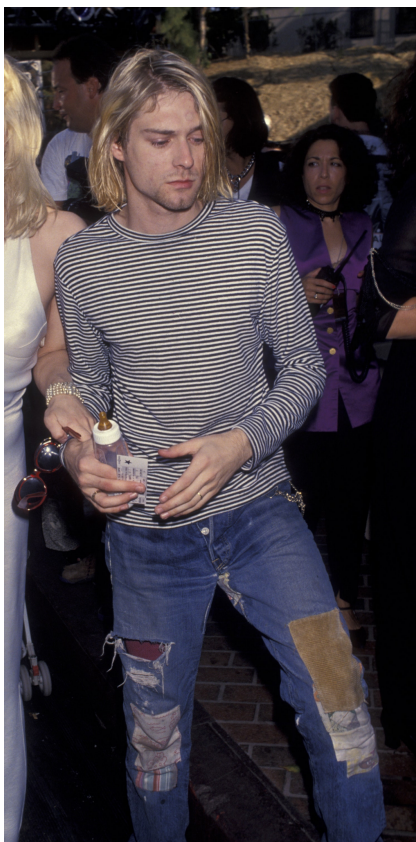
Neste item, analisamos imagens que retratam o jeans 501 da Levi's e sua relação com a Geração X. Essa geração, que de acordo com Jacques *et al.* (2015) compõe os integrantes nascidos entre 1965 e 1978, desempenhou um papel distinto na evolução do jeans 501 como um ícone de moda e cultura. Os jeans 501 da Levi's se tornaram um símbolo de rebeldia, individualidade, autenticidade e um estilo de vida descontraído. Essa peça de roupa, com seu corte atemporal e design clássico,

personificou a atitude descompromissada dessa geração. As imagens analisadas neste item irão capturar como o jeans 501 se encaixou perfeitamente na estética "alternativa" da Geração X, muitas vezes exibindo desgaste, rasgos e customizações que representavam um estilo mais despojado e autêntico. Essas imagens também evocam a nostalgia da Geração X, lembrando-a das tendências culturais, da música e da contracultura que marcaram sua juventude.

Portanto, nossa análise se concentra em como o jeans 501 se tornou um símbolo icônico de resistência e individualismo para a Geração X, à medida que eles moldavam à cultura e à moda de seu próprio jeito, em contraste com a geração anterior.

A primeira imagem (Imagem 07) analisada nesta geração é uma fotografia de Kurt Cobain em 1993. Pela dificuldade encontrada na busca por imagens compreendidas nesta geração, a imagem de Kurt Cobain não é imagem capturada nos anos que compreende a geração X, mas sim a imagem de uma figura influente nascida na presente geração analisada.

Imagem 07: Kurt Cobain utilizando sua Levi's 501 com retalhos personalizados.



Fonte: </www.vogue.in>. Acesso em: 06 nov. 2023

ETAPA 1 – Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO –

Na imagem que contempla Kurt Cobain, uma série de elementos visuais se destacam. O ponto focal da imagem é o jeans Levi's 501 marcada por rasgos e retalhos, o cantor também utiliza uma camiseta de manga longa com listras intercaladas nas cores branco e preto.

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS –

Kurt está em pé, e percebemos que a foto foi tirada enquanto o cantor estava em movimento. Em suas mãos, podemos notar a mamadeira de seu filho, e também um ingresso, provavelmente do evento ao qual se dirigia (MTV Video Music Awards, na Califórnia)

c) TEXTO – não há texto junto da imagem.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem:

A imagem de Kurt Cobain usando o jeans 501 da Levi's e a camiseta de manga longa com listras intercaladas nas cores branco e preto é um exemplo vívido da relação entre a estética icônica da Geração X e as teorias conceituais que a cercam. A calça jeans 501 de Kurt, com seus rasgos e remendos, alinha-se com a visão de Coupland (1991) sobre a Geração X como uma geração que se destacava dos padrões anteriores. Os rasgos e remendos no jeans simbolizam um desgaste físico que reflete o desgaste emocional e as lutas que muitos da Geração X enfrentaram durante sua juventude, seja devido a questões econômicas, sociais ou culturais. Essa geração estava navegando por um mundo em constante transformação e buscando sua identidade de uma maneira não convencional. A camiseta de manga longa com listras em preto e branco, que era uma característica do estilo grunge, também representa a atitude despretensiosa e informal da Geração X. O grunge era um movimento que se opunha às normas convencionais da moda e da sociedade, refletindo a resistência e a rebeldia dessa geração.

A análise de Lima (2010) sobre o significado das vestimentas como expressão de valores e narrativas pessoais ecoa na representação de Kurt Cobain usando o jeans 501 da Levi's e a camiseta grunge. Kurt Cobain, como ícone da Geração X, transcende a simples escolha de roupas; ele personifica a ideia de que "estar na moda" vai além do ato de vestir-se e se torna uma linguagem visual que revela pistas sobre identidade e crenças, conforme apontado por Lima (2010).

A interpretação do jeans 501 rasgado e remendado de Kurt alinha-se com a visão de Coupland (1991) sobre a Geração X, destacando-se dos padrões convencionais e simbolizando o desgaste físico e emocional enfrentado por essa geração em um mundo em constante transformação. A camiseta grunge, com suas listras em preto e branco, não é apenas uma escolha estilística, mas uma manifestação da atitude despretensiosa e rebelde da Geração X, como discutido por diversos teóricos culturais. Portanto, a imagem de Kurt Cobain não apenas reflete sua moda, mas também serve como uma expressão visual da resistência,

autenticidade e singularidade da Geração X em seu confronto com as normas culturais e sociais de sua época.

A segunda imagem a ser analisada nessa geração (Imagem 08) traz a fotografia de uma 501 customizada com *patches* em meados dos anos 60.

Imagem 08: Jeans 501 customizada com *patches* em meados dos anos 60.



Fonte: </www.vogue.globo.com>. Acesso em: 06 nov. 2023

ETAPA 1 – Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO –

Na imagem que apresenta uma Levi's 501 é notável diversos elementos que se destacam, o jeans é marcado por inúmeros *patches* (remendos de tecido costurados) coloridos, espalhados por toda a calça, a maioria contendo estampas florais.

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS –

O cabideiro no qual a calça está pendurada é um elemento visual significativo que adiciona contexto à imagem. Isso sugere que a peça está organizada e pronta para ser exibida.

c) TEXTO – não há texto junto da imagem.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem:

A imagem de uma calça jeans Levi's 501 customizada com *patches* dos anos 60, pendurada em um cabideiro, traz uma série de interpretações significativas. Essa imagem se encaixa perfeitamente no contexto do papel da moda na cultura popular, e concorda com Davis (1992), que diz que a moda também é vista como uma ferramenta de preservação cultural. Enquanto o mundo avança em direção à globalização, a moda pode ser um meio de proteger e revitalizar tradições ameaçadas pelo esquecimento, no qual as roupas não são apenas peças de vestuário, mas também veículos de expressão cultural e identidade.

Os *patches* customizados na calça jeans representam uma forma de autoexpressão e individualidade que muitas vezes estava ligada à contracultura da geração analisada. Isso se alinha com a ideia de que a moda é uma maneira de comunicar uma identidade pessoal e fazer uma declaração na cultura. Os anos 60 foram uma época de agitação social e mudanças, e a moda, incluindo customizações com *patches*, frequentemente refletiam o desejo de desafiar as normas e expressar valores específicos, concordando assim, com o ponto de vista de Coupland (1991) que afirma que os indivíduos da Geração X frequentemente buscavam uma sensação de autenticidade em meio a uma cultura de consumo e superficialidade, assim, explicando o uso excessivo de *patches* e objetos que representavam criatividade, individualidade e autenticidade.

Além disso, a calça jeans pendurada no cabideiro é um lembrete visual de como a moda pode transcender seu propósito funcional e se tornar uma parte do cenário cultural. O cuidado e a atenção dedicados à exibição da peça no cabideiro transmitem a ideia de que a moda *vintage*, como essa calça dos anos 60, é uma forma de preservar a história e a autenticidade. A moda não é apenas um reflexo da cultura de sua época, mas também uma parte duradoura do patrimônio cultural,

permitindo que gerações posteriores apreciem e entendam as tendências e os movimentos culturais passados.

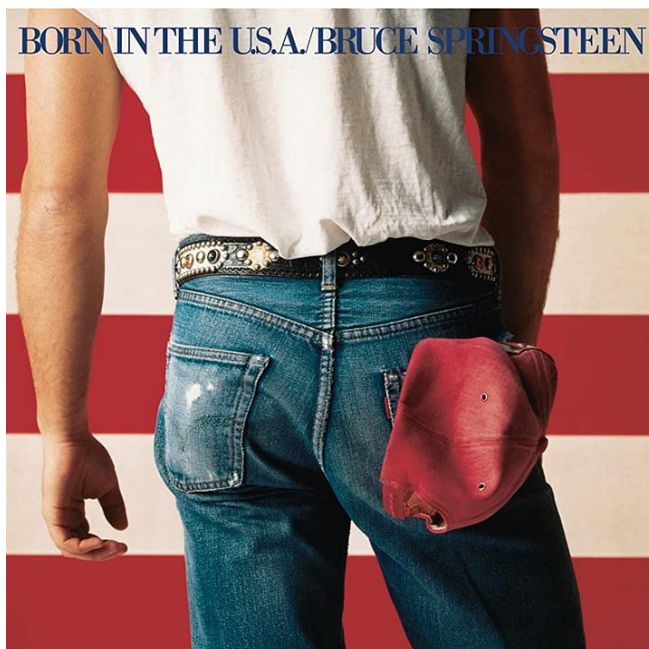
A noção de que a moda é mais do que um reflexo cultural, sendo uma parte duradoura do patrimônio cultural, conecta-se de maneira significativa com a perspectiva de Davis (1992) sobre a moda como uma ferramenta de preservação cultural, conforme já visto anteriormente. Enquanto a imagem destacada ressalta a complexa relação entre moda, cultura e identidade ao longo do tempo, Davis complementa essa ideia ao enfatizar que a moda desempenha um papel vital na proteção e revitalização de tradições ameaçadas pela globalização. A reinterpretação de elementos tradicionais por estilistas modernos, conforme sugerido por Davis (1992), não apenas contribui para a relevância contínua de padrões antigos, mas também oferece uma perspectiva valiosa sobre como a moda pode atuar como uma ponte entre o passado e o presente, permitindo que as tradições culturais resistam às mudanças rápidas do mundo contemporâneo.

4.2.3 1978 a 1994 - Geração Y

Neste item, analisamos imagens que retratam o jeans 501 da Levi's e sua relação com a Geração Y, e como cada imagem revela a influência dessa geração na moda. A atitude descontraída e expressiva associada ao jeans 501 se alinha perfeitamente com a mentalidade e o estilo de vida da Geração Y, que busca casualidade e descontração em sua forma de se vestir. As customizações e combinações inovadoras desse ícone da moda refletem a criatividade e a personalidade única dos Millennials. Assim, nossa análise se concentra em como o jeans 501 se tornou um símbolo icônico de autenticidade e expressão individual para a Geração Y, à medida que eles moldavam a cultura e a moda de maneira inovadora, aproveitando as oportunidades, que de acordo com Jordão (2016), eram oferecidas pela tecnologia e pelas redes sociais, para compartilhar seu estilo e influenciar a indústria da moda.

A primeira imagem (Imagem 09) analisada na geração Y é da capa do álbum de Bruce Springsteen, chamado "Born in The USA", lançado em 1984.

Imagem 09: Capa do álbum "Born in The USA" de Bruce Springsteen lançado em 1984.



Fonte: <www.medium.com/>. Acesso em: 09 nov. 2023

ETAPA 1 –: Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO –

Springsteen veste um par de jeans Levi's 501, um dos elementos de destaque da imagem. A calça jeans tem uma aparência desgastada no bolso, refletindo a autenticidade e o estilo descontraído associado à geração Y e à marca em questão. No bolso traseiro do jeans, há um boné vermelho dobrado, adicionando um toque de cor à imagem. O boné reforça a sensação de casualidade e autenticidade da vestimenta. O cantor também usa um cinto de couro com fivelas e adereços de metal. Esse cinto contribui para a estética geral, adicionando um elemento de estilo à sua roupa. Outro destaque é a camiseta branca básica, uma escolha intencional que enfatiza a simplicidade e autenticidade da imagem do cantor, ao mesmo tempo em que o conjunto da fotografia, e capa de seu álbum se refere às cores dos Estados Unidos.

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS –

Springsteen está em pé, de costas, e o elemento mais proeminente na capa do álbum é um pedaço da bandeira norte-americana com suas listras vermelhas e brancas complementando o restante da imagem, ao fundo do cantor. A capa do álbum é notavelmente simples, com foco na bandeira dos Estados Unidos, transmitindo uma mensagem patriótica e um senso de identidade nacional.

c) TEXTO –

Logo acima da bandeira dos EUA, o nome do artista, "Bruce Springsteen", e o título do álbum, "*Born in the USA*," são exibidos em letras maiúsculas brancas. A fonte é ousada e legível, destacando o título do álbum. Mais uma vez seguindo a casualidade e simplicidade.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem:

A imagem da capa do álbum "*Born in the USA*" (1984) de Bruce Springsteen, produzida pela fotógrafa Annie Leibowitz, é rica em significados e simbolismo, especialmente quando consideramos os elementos visuais. A escolha do figurino de Bruce Springsteen, com o jeans Levi's 501 desgastado, o boné vermelho e a camiseta branca, representa uma conexão com a autenticidade e o estilo descontraído, que como já visto anteriormente são associados à Geração Y. Isso está alinhado com a ideia de que essa geração valoriza a individualidade e a simplicidade em sua forma de se vestir. A presença de um pedaço da bandeira norte-americana na imagem, com suas listras vermelhas e brancas, não apenas reforça o título do álbum "*Born in the USA*," mas também evoca um forte sentimento de patriotismo e identidade nacional. Isso reflete a relação dos Estados Unidos com a cultura e a música, destacando o orgulho e a identidade americana, além de que a simplicidade e casualidade da imagem, tanto no figurino de Springsteen quanto na apresentação da bandeira, se alinham com a ideia de que a Geração Y valoriza a autenticidade e a falta de pretensão. A fonte ousada e legível usada para exibir o nome do artista e o título do álbum destaca a importância dessas informações, o que é um elemento importante na promoção de álbuns na indústria musical. Isso se relaciona e concorda com Jordão (2016) que afirma que os Millennials são

conhecidos por sua afinidade com a tecnologia e as mídias sociais, onde informações diretas são valorizadas.

A segunda imagem (Imagem 10) analisada é uma fotografia da modelo Cindy Crawford vestindo Levi's 501s em 1994.

Imagem 10: Cindy Crawford vestindo Levi's 501s em 1994.



Fonte: <www.vogue.com.au/>. Acesso em: 09 nov. 2023

ETAPA 1 – Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO –

Cindy veste o famoso jeans 501 da Levi's, conhecido por seu corte clássico e versatilidade que reflete o gosto da Geração Y por roupas que sejam confortáveis e atemporais. A blusa com os ombros e costas levemente expostas, juntamente com o cinto de couro marrom, adicionam um toque de elegância ao visual, enquanto mantêm a sensação de casualidade. Essa abordagem ao estilo é uma tendência popular entre os membros da Geração Y, que muitas vezes buscam um equilíbrio entre o casual e o chique ao mesmo tempo em que valorizam a individualidade e a expressão pessoal em sua moda. A escolha de roupas e acessórios que destacam a personalidade, como a blusa e os sapatos aveludados, reflete essa preferência por peças únicas.

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS –

Além do figurino de Cindy Crawford, a descrição dos elementos visuais adicionais na imagem contribui para a estética associada à Geração Y, o sofá listrado em tons de rosa onde Cindy está sentada pode ser interpretado como um elemento retrô e nostálgico, evocando um estilo *vintage* que muitos Millennials apreciam, além de que esses tons de rosa adicionam uma sensação de feminilidade e suavidade à cena. A mesa com uma toalha azul-marinho que se encontra ao fundo de Crawford, oferece um contraste visual interessante em relação aos tons predominantes da imagem. O azul-marinho é uma cor clássica e atemporal que representa sofisticação e confiança, e pode refletir o gosto da geração analisada por elementos de design refinados. Já o encosto estofado no estilo capitonê em couro marrom, atrás da mesa, sugere um toque refinado e clássico, enquanto que a almofada em que Cindy se encontra abraçada é um elemento que cria um contraste de cores notável. Essa almofada pode ser vista como um toque de individualidade e personalidade, refletindo a ênfase da Geração Y na expressão pessoal e na busca por elementos únicos em seu ambiente.

c) TEXTO – não há texto junto da imagem.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem:

O figurino de Cindy Crawford, incluindo o jeans 501, a blusa com os ombros e costas levemente expostos, o cinto de couro marrom e os mocassins aveludados marrons, reflete a preferência da Geração Y por roupas que combinam conforto, atemporalidade e um toque de elegância. Essa abordagem ao estilo, que equilibra o casual com o chique, é uma tendência popular entre os membros dessa geração, além de estar alinhada com o desejo de se destacar e ser autêntico. Já o ambiente da imagem, incluindo o sofá listrado em tons de rosa, a mesa com toalha azul-marinho e o encosto estofado capitonê em couro marrom, evocam uma sensação de nostalgia e estilo retrô, característica apreciada na geração em questão. Cindy Crawford, como uma figura icônica da moda e da cultura pop, representa uma influência significativa na Geração Y. Sua presença na imagem pode evocar a nostalgia e admiração por ícones de sua época, logo, a imagem de Cindy pode ser vista como uma representação visual do estilo e das preferências da

Geração Y em relação à moda, destacando a busca por autenticidade, individualidade e a fusão de elementos casuais e sofisticados em seu estilo pessoal.

A presença de Crawford na imagem não apenas reflete o estilo da Geração Y, mas também ressoa com as ideias de Boorstin (1962) sobre idolatria de figuras públicas moldadas pela mídia. A influência da cultura da celebridade, mencionada por Boorstin, é particularmente evidente na Geração Y, conforme argumenta Jordão (2016), que destaca a afinidade dessa geração com a tecnologia e as mídias sociais. Isso sugere que a imagem de Cindy Crawford não apenas representa o estilo da Geração Y, mas também revela o impacto da cultura da celebridade e das mídias sociais na percepção dos ídolos.

Além disso, a jornalista Lilian Pacce, ao abordar a evolução do jeans no documentário *The 501 Jean: Stories of an Original* (2016), destaca como o jeans passou de uma peça associada à juventude rebelde para uma peça chique e de elite com o surgimento de marcas premium. Essa transformação reflete não apenas mudanças na moda, mas também a interconexão entre a cultura, as tendências e a própria natureza dinâmica do jeans. A ascensão do jeans como uma peça "chique" destaca a capacidade da moda de se reinventar ao longo do tempo, influenciada por figuras icônicas como Cindy Crawford e impulsionada por fenômenos culturais em constante evolução.

4.2.4 1995 a 2010 - A Geração Z

Neste item, exploramos imagens que capturam o icônico jeans 501 da Levi's e seu impacto na Geração Z, que conforme Jordão (2016), é composta por indivíduos nascidos a partir de 1995 até 2010. A Geração Z desempenhou um papel fundamental na evolução do jeans 501 como um símbolo de moda e cultura e este item destaca como essa peça icônica da Levi's passou a representar valores contemporâneos, como a expressão individual e a capacidade de adaptação a um mundo em constante transformação, além de ser altamente influenciada por celebridades nas redes sociais e criadores de conteúdo que promovem roupas e estilos. Essa geração também utiliza das redes sociais para descobrir tendências e compartilhar suas escolhas de moda.

A primeira imagem (Imagem 11) da última geração analisada (Geração Z) é do cantor americano Ben Gibbard, em 2005, durante o *Park City - Levi's Ranch - 501 Happy Hour* na Levi's House em Park City, Utah, Estados Unidos.

Imagem 11: Ben Gibbard, em 2005, durante o Park City - Levi's Ranch - 501 Happy Hour.



Fonte: <www.gettyimages.ca/>. Acesso em: 09 nov. 2023

ETAPA 1 – Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO –

O destaque do figurino de Ben Gibbard recai sobre seu suéter azul marinho, adornado com listras vermelhas e brancas espaçadas, conferindo-lhe uma estética clássica e atemporal. Complementando o visual, um cachecol de lã com listras largas em vermelho e azul marinho adiciona um toque de aconchego e sofisticação, além de proporcionar um contraste visual vibrante. No centro da composição, as icônicas calças jeans Levi's 501 de Ben assumem o papel principal, evidenciando o compromisso com a autenticidade e a tradição da marca. O conjunto completo transmite uma mensagem de moda clássica e elegância casual, capturando a essência do estilo pessoal de Ben neste ambiente descontraído.

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS –

Na cena, Ben Gibbard está imerso em uma atmosfera acolhedora e rústica proporcionada pelo evento em que se encontrava no momento. Sentado descontraidamente em frente à lareira, ele se entrega à música, tocando seu violão com naturalidade. A lareira, que emana calor e luz suave, cria uma sensação de conforto e intimidade, acentuando a ambientação acolhedora do rancho. À sua frente, uma mesa de centro exibe garrafas de água e uma seleção de revistas, sugerindo um momento de descontração e contemplação. O tapete de pele de vaca no chão contribui para a estética de rancho, conferindo um toque rústico e conectando visualmente o músico ao ambiente. Este elemento adiciona textura, reforçando a sensação de autenticidade do local. A combinação desses elementos visuais cria uma imagem completa e imersiva, capturando não apenas o estilo de Ben, mas também a atmosfera descontraída e inspiradora do evento.

c) TEXTO – não há texto junto da imagem.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem:

A imagem de Ben Gibbard, imerso em uma atmosfera acolhedora e rústica, reflete uma cuidadosa escolha de figurino que comunica sua conexão com a autenticidade e tradição, principalmente destacando as icônicas calças jeans Levi's 501. Essa escolha remete aos conceitos teóricos de moda clássica e elegância casual, evidenciando uma preferência por peças duradouras e atemporais. A composição do figurino sugere uma valorização do conforto e da elegância casual, características que são consistentes com os padrões da Geração Z, que muitas vezes busca roupas versáteis e confortáveis sem comprometer o estilo. Conforme Toledo *et al* (2012), isso representa os valores contemporâneos, como a expressão individual e a capacidade de alternar rapidamente entre diferentes informações e estímulos, sugerindo a capacidade de adaptação a um mundo em constante transformação.

Essa abordagem está alinhada com a tendência contemporânea de buscar roupas que equilibrem conforto e elegância, ao mesmo tempo em que não impede a geração de aparecer com vestimentas que sejam totalmente o oposto dessas. A

interação de Ben com o ambiente, especialmente sua posição descontraída em frente à lareira enquanto toca violão, destaca a importância do contexto na moda, onde a roupa não é apenas uma expressão individual, mas também uma resposta ao ambiente e à ocasião, o que pode, de acordo com Toledo *et al* (2012), ser explicada pela facilidade de adaptação da geração Z. O ambiente rústico do rancho, a luz suave da lareira e os elementos visuais, como o tapete de pele de vaca, contribuem para a construção de uma imagem autêntica e conectada ao local, incorporando elementos de rusticidade que são valorizados na geração analisada.

A segunda imagem analisada nesta geração (Imagem 12) é uma fotografia da cantora e atriz norte-americana, Jennifer Lopez, vestindo um par de 501 customizado com mais de mil cristais no Super Bowl de 2001.

Imagem 12: Jennifer Lopez, vestindo jeans 501 da Levi's, customizado com mais de mil cristais no Super Bowl de 2001.



Fonte: <www.vogue.globo.com>. Acesso em: 09 nov. 2023

ETAPA 1 – Observação e descrição dos elementos visuais da imagem:

a) COMPOSIÇÃO DO FIGURINO –

A roupa que Jennifer Lopez usa na imagem de 2001 é uma combinação ousada, que destaca o jeans Levi's modelo 501 customizado com suas iniciais "JLO"

em mais de mil cristais, conferindo um toque personalizado e glamoroso. O top que a cantora veste, tem a parte da frente repleta de brilhos vermelhos, o que contrasta de maneira vibrante com o tecido preto liso nas costas, proporcionando uma mistura de sofisticação e ousadia. O brinco de argola prateada remete à tendência dos anos 2000, adicionando um toque de nostalgia à aparência geral. O cinto de couro preto completa o visual, não apenas servindo como um elemento prático, mas também contribuindo para a estética geral da roupa. Como um todo, o figurino transmite uma imagem de moda marcante, combinando elementos clássicos e contemporâneos de uma maneira única.

b) OUTROS ELEMENTOS VISUAIS –

Na fotografia de Jennifer Lopez, enquanto ela posa com um olhar sobre o ombro, destaca-se ao fundo o cenário do Super Bowl de 2001. A presença desfocada de um jogador no fundo não apenas indica a natureza esportiva do evento, mas também acrescenta dinamismo à composição, capturando a energia vibrante do momento. A interação visual entre JLO e o contexto esportivo cria uma narrativa envolvente, fundindo a energia do momento e a emoção do jogo.

c) TEXTO – não há texto junto da imagem.

ETAPA 2 – Interpretação da imagem:

A imagem de Jennifer Lopez no Super Bowl de 2001 revela a conexão entre moda e esporte. A escolha do figurino, com destaque para o jeans Levi's customizado, vai além de uma simples expressão de estilo pessoal, é uma manifestação do fenômeno da personalização na moda, onde elementos clássicos são reinventados com um toque individual, e concorda com a ideia de Davis (1992) já vista anteriormente, que diz que a moda não é apenas sobre roupas, mas também sobre expressão individual, identidade e conexão com a história, o que evidencia o visual da atriz, mostrando uma mistura equilibrada de casualidade e ousadia, expondo elementos clássicos e contemporâneos da geração analisada, e representando a tendência dos anos 2000, adicionando uma dimensão nostálgica à aparência geral, ao mesmo tempo em que destaca a influência dos ciclos presentes

na moda, e representa a geração Z que foi marcada por séries como *Gossip Girl*, e *Sex and the City*, que serviam como inspiração para compor os looks brilhosos, extravagantes e ao mesmo tempo, confortáveis.

Assim, a imagem se torna um ponto de convergência para discussões sobre personalização na moda, ciclos de tendências, e a interseção entre entretenimento, esporte e moda na geração Z, concordando com Toledo *et al* (2012) que indica a familiaridade dessa geração com a tecnologia.

4.2.5 Inferências

Concluída a leitura e análise das imagens do estudo realizado, a inferência é a última etapa a ser desenvolvida na análise, de acordo com Fonseca Júnior (2011). Entendemos, portanto, como a operação lógica para avaliar os aspectos não aparentes da análise realizada neste estudo.

Referenciando Bardin, Fonseca Júnior (2011) afirma que a inferência serve para realizar um julgamento sobre a veracidade de uma proposição de acordo com outras proposições, de outros estudos, já consideradas como verdadeiras, e então, a partir dela que se realiza uma análise própria. Sendo assim, a inferência será construída com base no referencial teórico e na análise de leitura e observação de imagens previamente apresentadas.

Essa análise foi desenvolvida em duas etapas: **observação e descrição dos elementos visuais da imagem**, que abrange três categorias, sendo a primeira, a **composição do figurino**, que foca nos elementos que compõem o figurino e como está disposto a arranjo destes elementos. A segunda categoria são os **outros elementos visuais**, que abrange tudo aquilo presente na imagem mas que não está ligado ao figurino (objetos, cenário, sobreposição de ilustrações ou outros elementos gráficos), e a última categoria presente na primeira etapa da análise é o **texto**, que visa destacar, explicar e analisar qualquer texto presente na imagem. A segunda etapa da análise, focou na **interpretação da imagem** na sua relação com os dados teóricos conceituais e também dados relativos ao objeto de estudo.

Com a análise, pode-se perceber que acima de todas as atualizações ao longo das gerações o jeans 501 da Levis permanece presente como um ícone de moda atemporal. O jeans 501 da Levi's é uma peça de roupa que nasceu com o objetivo de ser uma peça de trabalho resistente e durável. No entanto, ao longo do

tempo, ele se tornou um ícone da moda e da cultura, associado a valores como rebeldia, individualidade e autenticidade, ao longo das gerações.

Ao explorar a trajetória desse símbolo da moda, buscou-se compreender como ele se adaptou e ressoou ao longo do tempo, refletindo as mudanças nas preferências e valores das diferentes gerações. A análise investigou não apenas as transformações estilísticas do jeans 501, mas também como ele se tornou um artefato cultural, conectando-se de maneiras distintas com cada uma dessas gerações.

Ao examinar as relações entre o jeans 501 e as gerações Baby Boomers, X, Y e Z, este estudo procurou oferecer insights significativos sobre a dinâmica complexa entre a moda, as identidades geracionais e as influências culturais ao longo do tempo.

A pesquisa revelou que o jeans 501 da Levi's foi adotado por diferentes gerações de jovens como uma forma de expressar seus valores e identidades. Para a geração Baby Boomers, o jeans era um símbolo de rebeldia e liberdade. Para a geração X, o jeans era uma forma de se conectar com a cultura alternativa. Para a geração Y, o jeans era uma peça versátil que podia ser usada em diferentes contextos, além de exalar casualidade. Para a geração Z, o jeans é uma peça atemporal que representa a individualidade.

O jeans 501 da Levi's é um exemplo da forma como a moda pode refletir as mudanças sociais e culturais. Ele é uma peça que transcende as gerações e continua a ser popular hoje em dia. A moda, como coloca Barthes (1967), é uma linguagem que cria símbolos, comunica valores e estabelece relações sociais. Sendo assim, é uma expressão cultural poderosa que desempenha um papel significativo na construção da identidade individual e coletiva. Através das roupas e acessórios que escolhemos usar, transmitimos mensagens, valores e pertencimento a determinados grupos.

Sob esse viés, foi compreendido que o jeans 501 da Levi's se destaca como um ícone da moda, que transcende gerações e se torna parte integrante da cultura popular e da identidade das pessoas. Ele foi tomado como objeto deste estudo, por entendermos que representa um estilo autêntico e duradouro, capaz de contar histórias e se adaptar aos diferentes estilos de vida das pessoas ao longo das gerações. Como enfatiza Foulkes (2008), o jeans é um símbolo da juventude, da

rebelião e da liberdade e tem sido usado por diferentes grupos sociais. Foi exatamente isso que testemunhamos neste estudo, a partir das análises realizadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa realizada neste Trabalho de Conclusão de Curso, foi possível compreender a importância do jeans 501 da Levi's como um elemento de memória cultural e identidade das gerações. A relevância deste estudo serve para analisar que o jeans 501 é uma peça de roupa clássica e atemporal, que completou 150 anos, neste ano de 2023. Isso significa que ele tem uma história e uma tradição que o tornam um símbolo de nostalgia e memória, o que permitiu que o 501 fosse adotado por diferentes gerações de consumidores de moda como uma forma de expressar seus valores e identidades. Logo, essa pesquisa nos faz concluir que nosso objeto de estudo, o jeans 501, é uma peça que pode ser usada para se conectar com o passado, com a cultura e com outras identidades.

A marca Levi's conseguiu manter a relevância do jeans 501 ao longo dessas gerações por meio da criação de uma identidade forte e consistente visto que o jeans 501 é uma peça com um design simples e funcional, o que garantiu que continuasse a ser relevante para diferentes gerações. A marca também soube adaptar o jeans 501 às tendências da moda das diferentes gerações, o que ajudou a garantir que essa peça continuasse a ser vista como moderna e atual. Foi visto durante a realização deste estudo, uma utilização de *patches* na geração X, o que nos exemplifica como as gerações contribuíram para que a marca se adaptasse junto a elas. Além disso, a Levi's investiu em marketing eficaz para promover o jeans 501 ao longo das gerações. Isso ajudou a manter o jeans no topo da mente dos consumidores, além de confirmar o objetivo geral deste estudo, que era: identificar como a presença do 501 da Levi's influenciou parte da cultura popular e as identidades a se inspirarem a cada período geracional.

A cada objetivo específico, conseguimos obter um resultado. Para (1) compreender a moda enquanto expressão e identidade cultural, percebemos que, mais do que simplesmente roupas que vestimos, a moda atua como uma linguagem visual que comunica quem somos, de onde viemos e o grupo ao qual pertencemos. A relação de moda e cultura é imensa, e cada peça de roupa, ou estilo, carrega uma grande carga simbólica que reflete diretamente em nossas crenças, valores e tradições.

Para o objetivo (2) contextualizar a história do jeans 501 e sua relação com a moda, observamos que o jeans desempenha um papel significativo na moda e na

história do vestuário. Ele é um tecido versátil e durável, que se tornou um elemento básico nos guarda-roupas de pessoas em todo o mundo. O jeans não é apenas uma peça de roupa, e sim um símbolo cultural de autenticidade, rebeldia, e versatilidade que reflete inúmeras mudanças na sociedade, na cultura, e nas preferências individuais ao longo do tempo. E isso não seria diferente quando se trata de moda.

Em relação aos demais objetivos, concluímos que com a evolução da calça jeans de uma peça de *workwear* para um objeto de desejo da moda, reflete-se sua capacidade de se adaptar, evoluir e abraçar a diversidade ao longo do tempo. E que popularmente, o modelo 501 da Levi's foi adotado por diferentes gerações de jovens como uma forma de expressar seus valores e identidades: para a geração Baby Boomers, o jeans era um símbolo de rebeldia e liberdade; para a geração X, o jeans era uma forma de se conectar com a cultura alternativa; para a geração Y, o jeans era uma peça versátil que podia ser usada em diferentes contextos; e para a geração Z, o jeans é uma peça atemporal que representa a individualidade. Assim concluindo o objetivo (3) que visa examinar a evolução e a popularização desse modelo ao longo das gerações, e também o objetivo (4) que tinha como propósito analisar a relevância do jeans 501 da Levi's como elemento da cultura popular e da identidade das diferentes gerações.

A análise aprofundada da importância do jeans 501 da Levi's revela não apenas sua evolução como uma peça de vestuário icônica, mas também sua relevância intrínseca na construção da cultura popular e na expressão da identidade ao longo das gerações. A durabilidade atemporal e o impacto cultural duradouro do jeans 501 o posicionam como mais do que uma simples peça de roupa, é um símbolo de conexão entre passado, presente e futuro, desempenhando um papel vital na construção da identidade individual e coletiva ao longo das gerações.

Este estudo revela-se pertinente para o campo da publicidade, uma vez que destaca o poder duradouro do jeans 501 como um veículo de comunicação cultural. A análise minuciosa do jeans 501 da Levi's fornece *insights* valiosos sobre como as marcas podem alinhar-se de maneira autêntica com a cultura popular, utilizando elementos icônicos para construir uma presença publicitária que ressoa verdadeiramente com seu público-alvo, gerando conexões duradouras e relevantes.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, et al. **Conflito de gerações no ambiente de trabalho**: um estudo em empresa pública. Anais do 9º Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rio de Janeiro: Resende, 2012.
- BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: ROCCO. 2003.
- BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BIVAR, Antonio. **O que é punk**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982.
- BLANES, Simone. **Revolução índigo: símbolo de rebeldia e juventude, o jeans faz 150 anos**. In: Veja. São Paulo : Editora Abril, 5 mar 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/comportamento/revolucao-indigo-simbolo-de-rebeldia-e-juventude-o-jeans-faz-150-anos>. Acesso em: 17 nov 2023.
- BOORSTIN, Daniel. **The Image: A Guide to Pseudo-events in America**. New York: Harper, 1962.
- CATOIRA, Lu. **Jeans, a roupa que transcende a moda**. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2006.
- COUPLAND, Douglas. **Geração X: Contos para uma Cultura Acelerada**. São Paulo: Edições 34, 1991.
- COUTINHO, Iluska. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª Edição ed. 2006.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora Senac, 2013.
- DAVIS, Fred. **Fashion, Culture, and Identity**. Chicago: University of Chicago Press, 1992.
- HEBDIGE, Dick. **Subculture: The Meaning of Style**. London: Routledge, 1981.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª Edição ed. 2006.
- EMBACHER, Airon. **Moda e identidade: a construção de um estilo próprio**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.
- FERNANDES, Renata. **Moda e Comunicação na pós-modernidade: um estudo sobre a moda como sistema de comunicação subjetivo no contexto da Pós-modernidade**. Juiz de Fora: Facom, UFJF, 2005.
- FOGG, Marnie. **Tudo sobre moda**. Trad.: Débora Chaves; Fernanda Abreu; Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.
- FOULKES, N. **High Society – The history of America's upper class**. New York, Assouline, 2008
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. **Análise de Conteúdo**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.
- GIL, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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. 5a. ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2004,

JACOBY, Susan. **The Age of American Unreason.** New York: Pantheon Books, 2008.

JACQUES, Thiago *et al.* **Geração Z: peculiaridades geracionais na cidade de Itabira.** Minas Gerais: Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, 2015.

JORDÃO, M. H. **A mudança de comportamento das gerações X, Y, Z e Alfa e suas implicações.** Campinas São Carlos: Universidade de São Paulo (USP), 2016.

JORDÃO, M. H. **A mudança de comportamento das gerações X, Y, Z e Alfa e suas implicações.** Universidade de São Paulo (USP), 2016.

KAISER, S. B., & KURRELMAYER, S. L. **The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context.** New York: Fairchild Books, 1997.

LEVI'S. **A nossa empresa: history & heritage.** São Paulo: Levi's. Disponível em: <https://www.levi.com.br/informacoes/sobre-nos/historia-legado> Acesso em: set. 2023.

LIMA, L. **O papel do consumo na construção do habitar imaginário feminino apresentado no filme "Confessions Of a Shopaholic".** ExAeq, 22, 41-57. Recuperado de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0874-55602010000200006 (2010).

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MAURER, A. L. **As gerações Y e Z e suas âncoras de carreira: contribuições para a gestão estratégica de operações.** Dissertação de Mestrado Profissional em Administração, Rio Grande do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, 2013.

NOGUEIRA, L. **A história do jeans #501 da Levi's, um clássico que atravessou décadas.** [Conteúdo promocional]. In: GQ - Seu Guia de Moda Masculina, Cultura e Lifestyle. 08 mar 2016. Disponível em: <https://gq.globo.com/PromoGQ/noticia/2013/04/historia-do-jeans-levis-um-classico-que-atraves-sou-decadas.html>. Acesso em: 19 out 2023.

PEZZOLO, Dinah. **Tecidos: história, tramas, tipos e usos.** 1ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2008.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda.** São Paulo: Claridade, 2007.

RADAELLI, Letícia; PUHL, Paula. *The 90's are back: a volta das tendências de moda da década de 90 a partir dos figurinos da novela Verão 90* (2019). Fólio - Revista Científica Digital - Jornalismo, Publicidade e Turismo. Porto Alegre. p. 187. jun, 2019, Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ipa/index.php/folio/article/view/759/697> Acesso em: dez. 2023.

RAINHO, Maria do Carmo. **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

SÁ-SILVA, J. *et al.* **Pesquisa documental pistas teóricas e metodológicas.** Criciúma: Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, 2009.

SANTOS *et al.* **O processo evolutivo entre as gerações X, Y E Baby Boomers.** Anais do XIV SemeAd – Seminários em Administração na Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro: Niterói, 2011

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

SULLIVAN, James. Jeans: **A Cultural History of an American Icon.** New York: Gotham Books, 2006.

THE 501® Jean: Stories of an Original | Full Documentary. Direção: Harry Israelson. USA: LEWI'S®, 2016. Documentário. Publicado pelo canal LEWI'S®. Disponível em: <https://youtu.be/6R9cAoCyatA?si=bsjmY5jKnLmnWCua>. Acesso em: 15 nov. 2023.

TOLEDO *et al.* **O comportamento da Geração Z e a influência nas atitudes dos professores.** Anais do 9o Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rio de Janeiro: Resende, 2012.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br