

16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

A INFLUÊNCIA DO STREETWEAR NO MERCADO DE MODA DE LUXO E SEU IMPACTO NA GRIFE LOUIS VUITTON

The influence of streetwear on the luxury fashion market and its impact on the Louis Vuitton brand

Abreu, Mirella de Souza; Bacharela; Centro Universitário FIAM FAAM,
mirella.abreu@outlook.com

Lopez, Karine Guimarães; Bacharela; Centro Universitário FIAM FAAM,
karineglopez@gmail.com

Zago, Bethania Fernandes da Fonseca; Mestre, Universidade de São Paulo,
bethania.zago@fiamfaam.com.br

Resumo: A presente pesquisa exploratória e descritiva – observacional teve como proposta estudar a influência do *streetwear* no mercado de moda de luxo, abordando como a cultura de rua se tornou uma das principais tendências de moda e de comportamento da atualidade. Observa-se que este cenário fez com que marcas de luxo tradicionais tivessem que se reinventar, se apropriando de elementos do *streetwear* e assim, dando início nova cultura disseminada pelos jovens, o *hype*.

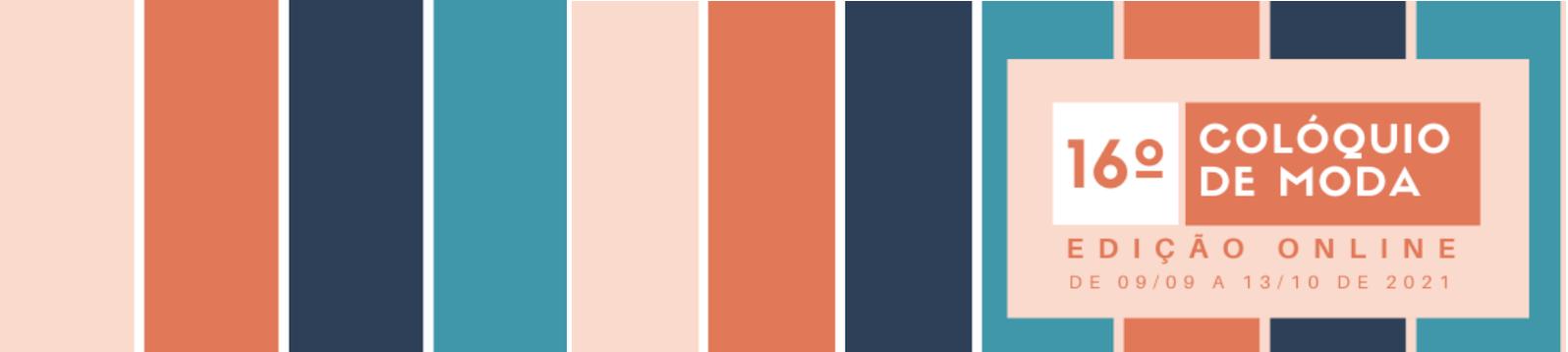
Palavras chave: Moda; Luxo; *Streetwear*.

Abstract:

This exploratory and descriptive research - observational aimed to study the influence of *streetwear* on the luxury fashion market, addressing how street culture has become one of the main trends in fashion and behavior today. It's observed that this scenery caused many traditional luxury brands to have to reinvent themselves. And from the junction of *streetwear* and luxury, a new culture emerged, disseminated by young people, the *hype*.

Keywords: Fashion; Luxury; *Streetwear*.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Introdução

Totalmente fora do mercado de luxo, o *streetwear* - moda das ruas - surgiu como um estilo de vida *underground* que era contrário às atuais tendências que estavam sendo usadas pela mídia e pela grande massa.

Nos dias atuais, o *streetwear* se adaptou para ser consumido como uma tendência de moda, e acabou se tornando bastante característico dos *millennials*. Eles são jovens de 18 a 35 anos e tem como características um forte comportamento nostálgico, uma forte ligação com a internet e redes sociais e prezam pelo equilíbrio e valores em suas vidas. A cada temporada, percebemos que a distância entre o *streetwear* e moda de luxo vem diminuindo. Os resultados são parcerias, novos produtos e até mesmo, renovações no visual de marcas tradicionais.

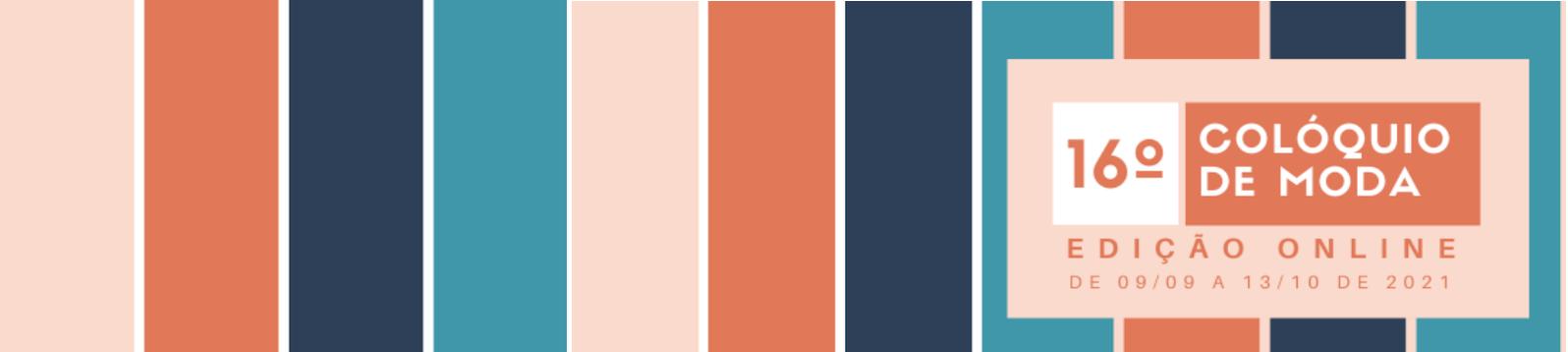
O objetivo geral do estudo é analisar de que maneira a ascensão do *streetwear* influenciou diretamente o mercado de moda de luxo e o seu impacto na grife Louis Vuitton.

Foi realizada uma pesquisa exploratória compreendendo o *streetwear*, o mercado de luxo e o *hype*, incluindo também um estudo de caso da grife Louis Vuitton no intuito de descrever a trajetória da marca, além de pesquisa descritiva observacional aos desfiles da linha masculina da mesma entre 2018 e 2020. O foco da observação foi identificar de que maneira a marca de luxo inseriu elementos do *streetwear* em suas coleções gradativamente.

A cultura Streetwear

Através das subculturas ou tribos, os jovens se opuseram à moda vigente e buscavam uma moda diferenciada, que atendessem suas necessidades e desejos, e com isso criaram seu próprio estilo, baseado nos costumes das ruas, nos esportes, no cinema e na música. Mesquita (2004), afirma que entre esses movimentos, há aqueles que se





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

expandiram por todo o mundo, uma vez que suas ideologias encontraram ressonância em outros lugares do planeta que não são apenas aqueles de sua origem.

Entre os movimentos contra culturais que se disseminaram, podemos citar o *streetwear*. O *streetwear* é diretamente ligado à música desde o início. Em cada época este movimento foi relacionado a um gênero musical, como o rock, punk e hip hop. Ela foi uma das bases para a formação das antimodas e influenciaram grupos como os beatniks, hippies, punks, etc., que surgiram a partir do desejo dos jovens de expressar as suas opiniões, ideias, originalidade, princípios e valores através do vestuário.

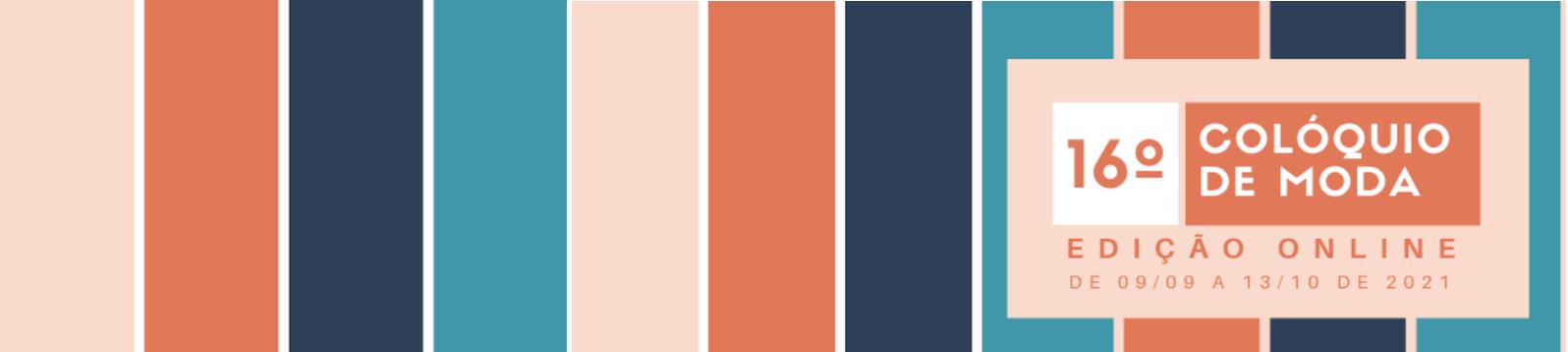
A ascensão do *streetwear* como tendência de moda

Até então a moda era dominada pela alta costura, principal canal de tendências da época, e hoje, a moda se espelha no que é usado nas ruas. A partir desse pensamento, entende-se a rua como importante meio de estudo do comportamento humano e suas relações como indivíduo dentro dos diferentes grupos sociais. (BANHETTI E POZZA, 2016).

Para Yahn (2015), apesar de não ser um fenômeno novo, ficou claro que a ascensão do *streetwear* é uma das maiores transformações da moda contemporânea. Ele se apresenta como o novo prêt-à-porter. A autora complementa que não é somente uma grande tendência transformadora, mas uma cultura onde, muito mais do que o dinheiro, é o conhecimento e o engajamento que vai liberar sua entrada nesse universo. Ele nasceu e cresceu fora da órbita da moda, criando sua própria comunidade, estética e regras. É uma cultura antes de ser um mercado.

A partir do momento que a moda ganhou uma conotação mais jovem, o padrão de difusão de tendências também passou a acontecer de outra forma: atualmente a difusão começa com os consumidores mais jovens – *millennials* - e depois se espalha entre os mais velhos, seguindo assim a lógica de idade e não de renda e de bens. (ANDREO, 2016, p. 33). Dessa maneira, entende-se que o *streetwear* ascendeu como tendência de moda através da disseminação *bubble up* (um movimento estético que





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

nasce nas ruas e vai para as passarelas). Zanetti (2012, pg. 71) afirma que “Assim sendo, esse novo modelo de difusão apontou que as tendências não estariam restritas às cópias dos grupos economicamente mais elevados, porém também geradas pelas camadas ditas inferiores da sociedade”.

A história da Louis Vuitton

A marca foi criada no ano de 1854 por Louis Vuitton e produzia inicialmente malas para viagens. Com o tempo, ampliou linha de produtos e produz bolsas, carteiras, malas, acessórios, relógios, joias, roupas e sapatos, atendendo ao público feminino e masculino. (SITE LOUIS VUITTON).

Em 2019, a Louis Vuitton foi considerada a 12ª marca mais valiosa do mundo, valendo US\$ 39,3 bilhões e com uma receita de US\$ 15,5 bilhões. (BADENHAUSEN, 2019). Em 2020, a marca subiu algumas posições e agora está em 3º lugar, valendo US\$ 14,8 bilhões. (GIMENES, 2021)

Com o anúncio da contratação de Kim Jones em 2011 e Virgil Abloh em 2018, o *streetwear* entra pela porta da frente na *maison* como estratégia para colocar a Louis Vuitton à frente do fenômeno que toma o mercado de luxo desde a febre do *athleisure* e do link entre etiquetas *hypes* das ruas com o alto luxo. (BELLEZE e SANTOS, 2018).

A linha masculina da marca começou a ser produzida em 1997 junto com a linha feminina e até o momento teve três estilistas no seu comando, Marc Jacobs (1997-2014), Kim Jones (2011- 2018) e Virgil Abloh (atualmente), que assumiu o cargo de diretor criativo da linha em 2018.

Louis Vuitton e o streetwear

A relação entre o streetwear e a Louis Vuitton iniciou-se nos anos 80, quando Daniel Day (Dapper Dan) abriu a sua loja em 1982, a Dapper Dan's Boutique, e ganhou fama ao longo dos anos 80 com roupas personalizadas que carregavam monogramas de grifes como Gucci e Louis Vuitton. Uma série de processos movidos pelas gigantes de



luxo, no entanto, fez com que ele saísse de cena no começo dos anos 90. (BARROS, 2017).

Nos anos 2000 a Supreme fez o mesmo, ao lançar uma coleção de camisetas e skates com a monograma da Louis Vuitton sem a autorização da marca. Ela foi processada e como consequência, a justiça obrigou a marca a retirar das prateleiras os produtos que continham a monograma da Louis Vuitton.

A partir de 2001, a marca começou a produzir coleções com colaborações de artistas e outras marcas, como Stephen Sprouse (2001), Takashi Murakami (2001), Kanye West (2009), Nike Lab (2016), Fragment Design (2017), Supreme (2017) e Nike (2018). (FFW, 2019).

Pesquisa de observação

Neste item de estudo foi realizada a análise das imagens referentes à linha masculina da Louis Vuitton, no período em que a marca é dirigida por Virgil Abloh (2018 a 2020). As imagens tiveram como principal fonte o site FFW, referência em coberturas de desfiles de moda no Brasil. Foram selecionadas oito looks que apresentavam melhor a atmosfera e conceito da coleção, além de serem os que mais que se destacaram expressivamente dentre os desfilados.

Figura 1: Desfiles Verão e Inverno 2019 da Louis Vuitton



Fonte: FFW, 2019.

Quadro 1: Observações dos desfiles Verão e Inverno 2019 da Louis Vuitton

Shape	Desconstruído e amplo; calças mais largas e compridas; uso de saias; peças mais ousadas; bolsos grandes nas calças;
Cores	branco, cinza, marrom, bege, verde, verde neon, amarelo, vermelho, azul, laranja, roxo
Tecidos e estampas	Couro, pelo, metalizado; textura - cobra; estampas - monograma, <i>ped de poule</i> , xadrez, bandeira dos EUA e floral.
Styling	Moderno e jovem; colorido; ousado; uso de óculos; duas ou três bolsas juntas; sobreposição de peças; bolsas - com correntes de plástico, material transparente e coloridas (rosa, verde neon, azul, branca)
Casting	Maior diversidade no casting, com maior presença de modelos negros
Relação com o streetwear	Camiseta, tênis, moletom, mochila, jaqueta esportiva, jaqueta super <i>puff</i> , calça cargo, calça com amarração de cordão (cadarço).
Análise geral do desfile	Os desfiles são mais ousados, modernos e jovens, totalmente ligados ao streetwear, com pitadas do clássico pelo uso de peças de alfaiataria, que vem com modelagens mais amplas e compridas. Presença de cores mais chamativas e estampas. Maior diversidade na passarela, com destaque para maior participação de modelos negros, chegando á metade do <i>casting</i> .

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2019.

Figura 2: Desfile Verão 2020 da Louis Vuitton



Fonte: FFW, 2019.

16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Quadro 2: Observações do desfile Verão 2020 da Louis Vuitton

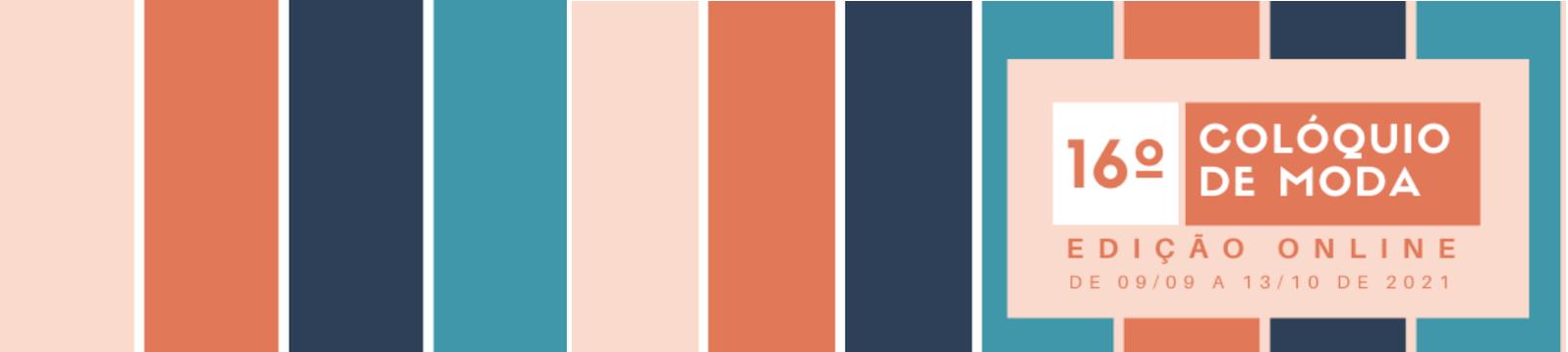
Shape	Desconstruído e amplo; calças mais largas e compridas; uso de saias; peças mais ousadas; bolsos grandes nas calças;
Cores	Cinza, branco, <i>candy colors</i> (rosa, azul, amarelo, verde, roxo), laranja e preto.
Tecidos e estampas	Transparência, matelassê; estampas corridas, como o floral.
Styling	Moderno, jovem, com acessórios, amarrações, bolsas, mochilas e sobreposições
Casting	Casting diversificado, com negros, asiáticos e mulheres
Relação com o streetwear	tênis, camiseta, moletom, corrente, calça cargo, jaqueta esportiva, mochila
Análise geral do desfile	Pode-se observar que esse é o desfile mais desconstruído da marca, com um toque de ousado e totalmente ligado ao streetwear, com modelagens amplas e <i>oversized</i> sobrepostas, com muitas cores e estampas. Maior diversidade no casting, que inclui negros, asiáticos e algumas mulheres.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2019.

Resultados e conclusões da pesquisa

Conforme observado nos quadros das análises dos desfiles, após a entrada de irgil Abloh, as roupas da Louis Vuitton ganharam modelagens amplas e desconstruídas, as cores e os acessórios são mais presentes e pode-se notar maior diversidade na passarela, com destaque para maior participação de modelos negros, chegando à metade do *casting*. É a união do moderno com o estilo clássico da marca.

Para Yahn (2018) isso é reflexo da personalidade de Virgil, pois ele é hiperativo, hipercriativo e hiperconectado. Considerado também um dos nomes mais comentados quando o assunto é moda, streetwear, comportamento, juventude e é um dos criadores de uma nova linguagem que está adicionando novos contornos e contextos à moda.



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Feriani (2019) complementa que ele revolucionou a marca, e sob o seu comando, ela deu vida à uma alfaiataria ampla e impecável, mesclada a moletons casuais, bolsas em forma de colete, pochetes e botas robustas. Tudo no maior espírito urbano.

Mariotti (2019) acrescenta que Virgil trouxe a Louis Vuitton uma atmosfera de acessibilidade e um entendimento democrático do que o luxo contemporâneo significa, modificando a visão que temos do luxo e do prêt-à-porter.

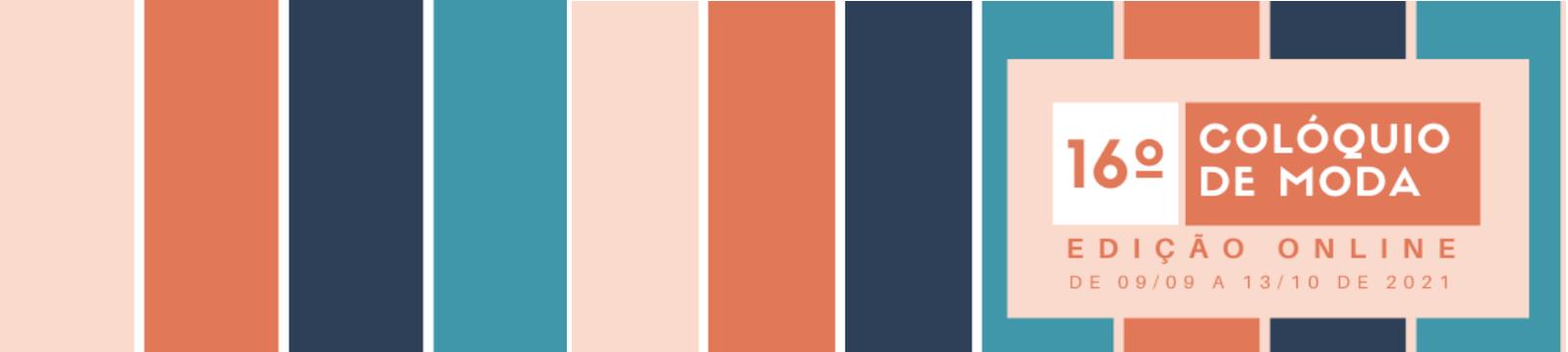
A alta-costura se rendeu a cultura hype e a tendência streetwear, e teve que se adaptar ao novo cenário do mercado. Marcas tradicionais, como Gucci e Versace, lançaram modelos de tênis a preços elevados, para atender a esse novo público que surgiu em que segundo Estevão (2018), grifes renomadas como Gucci, Louis Vuitton e Fendi – estão se repaginando, abusando dos logos e se adequando ao mote atual: mais conforto e menos amarras.

Virgil, ao assumir a direção criativa da marca, trouxe muito de suas influências vindas do hip hop, e com isso mudou radicalmente o design das roupas e acessórios, juntando o seu estilo com o da marca, resultando em coleções modernas, desconstruídas, coloridas e jovens. Ao tornar os produtos da marca mais modernos e atuais, chamou a atenção do público mais jovem e se aproximou deles, fazendo com que eles sintam o desejo de adquirir os produtos da marca.

Considerações finais

Este estudo teve como proposta estudar a influência do streetwear no mercado de moda de luxo, abordando como a cultura de rua se tornou uma das principais tendências de moda da atualidade. A marca de luxo Louis Vuitton foi usada como estudo de caso no qual foi possível observar que o streetwear exerceu uma grande influência no mercado de moda, ao introduzir elementos da cultura no mercado de luxo,





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

considerado tão tradicional e clássico, principalmente na sua linha masculina - entre 2018 a 2020.

O streetwear que antes era associado ao cotidiano, e a cultura de rua ganhou relevância ao se tornar uma tendência de moda e de comportamento seguida por muitos estilistas e marcas. Houve uma mudança de paradigmas ao associá-la ao luxo, resultando na união de culturas totalmente diferentes entre si.

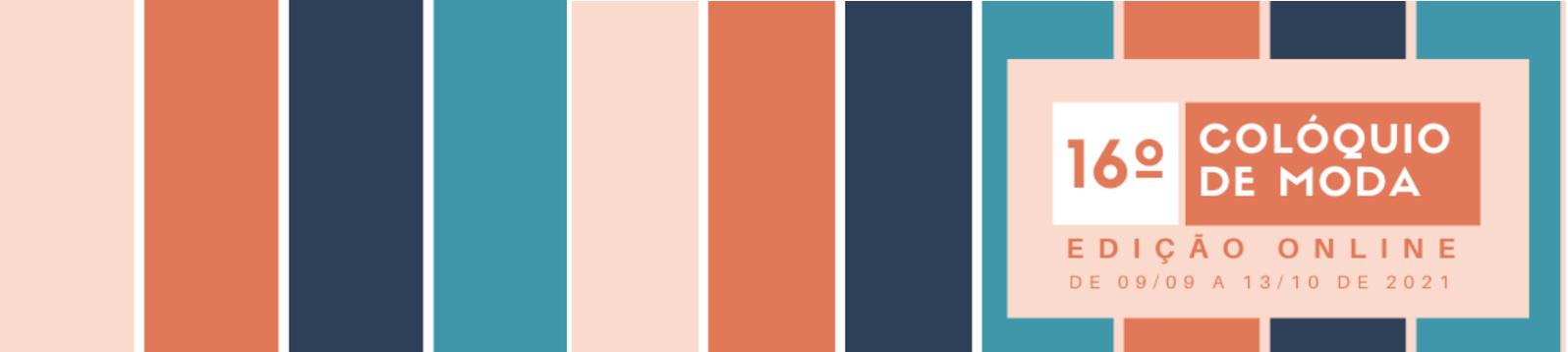
Após a realização do estudo pode-se considerar que o streetwear exerceu uma grande influência sobre as roupas criadas para o seu público também sendo possível a comprovação e determinação do momento em que ela e o streetwear se conectaram.

Ao inserir o streetwear nos desfiles, as roupas ficaram mais amplas, coloridas e atuais. O uso das calças mais largas, tênis e moletoms se tornaram comuns nos desfiles. Isso fez com que essas peças de vestuário se tornassem itens de luxo.

A mola propulsora dessa mudança foram os jovens, chamados de *millenials*, que se tornaram o principal mercado consumidor da atualidade e tem valores diferentes da geração passada e uma nova visão sobre o luxo. Pode-se afirmar que nessa nova era da marca, agora totalmente inserida no movimento *hype*, a Louis Vuitton utiliza de elementos inicialmente renegados pelo universo da moda de luxo para se aproximar de seus novos consumidores, os *millenials*.

Dentre as contribuições do estudo pode-se considerar este trabalho como um guia para as marcas desenvolverem estratégias, além da possibilidade de ser utilizada por *coolhunters* e profissionais que tenham interesse em conhecer mais sobre o luxo e o streetwear. As implicações sociais se referem ao estudo da cultura, para o conhecimento e entendimento da mesma.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Referências

ANDREO, Ligia Gomes Pereira Prete. **Streetstyle: Imagem e linguagens na moda de rua de Londrina**. Tese (Mestrado em Comunicação). Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2016, 103 p.

BADENHAUSEN, Kurt. **FORBES divulga as marcas mais valiosas do mundo em 2018**. Disponível em: < <https://forbes.uol.com.br/listas/2018/05/forbes-divulga-as-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2018/#foto20>>. Acesso em: 17/03/2019

BARROS, Luiza. **Dapper Dan: a história do estilista do hip hop que hoje inspira a Gucci**. Disponível em:< <https://plataoplomo.com.br/dapper-dan-a-historia-do-estilista-do-hip-hop-que-hoje-inspira-a-gucci/> >. Acesso em: 30/08/2019

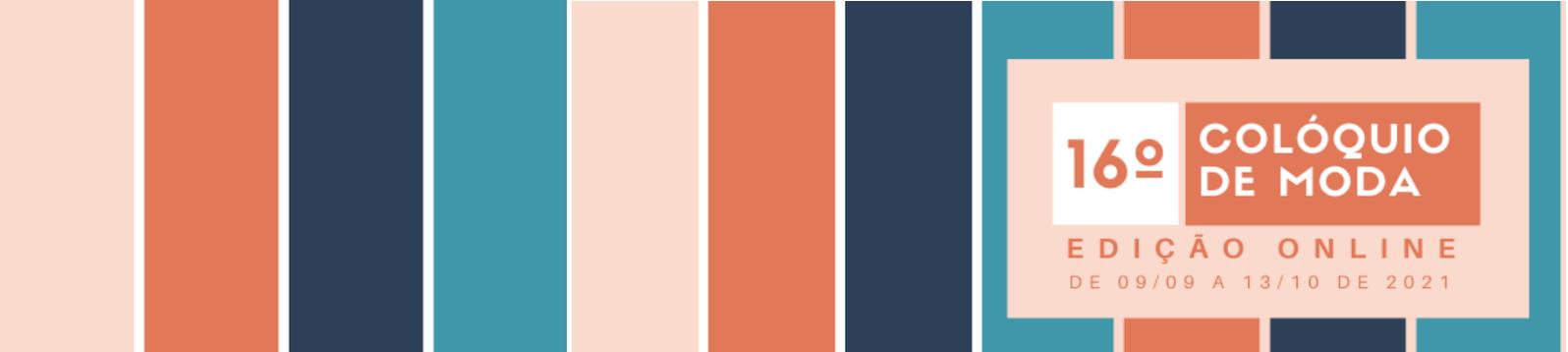
BANHETTI, Érica Alessandra Dias Rodrigues; POZZA, Francielle Vilariço. **Estilo streetwear: o skate através do olhar feminino**. Apucarana: Universidade Federal do Paraná, 2016, 145 fl. mimeo. Trabalho de Conclusão de curso em Design de Moda.

BELLEZE, Carolina e SANTOS, Guga. **Virgil Abloh assume o masculino da Louis Vuitton; saiba o que esperar da nova fase**. Disponível em:< <https://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2018/03/virgil-abloh-assume-o-masculino-da-louis-vuitton.html>>. Acesso em:04/08/2019

ESTEVÃO, Ilca Maria. **Será o fim do glamour? Grifes apostam em novo estilo de luxo**. Disponível em:< <https://www.metropoles.com/colunas-blogs/ilca-maria-estevao/sera-o-fim-do-glamour-grifes-apostam-em-um-novo-estilo-de-luxo>>. Acesso em: 23/03/2019

ETIQUETA ÚNICA. **Louis Vuitton: A Maravilhosa História da Marca**. Disponível em:< <https://www.etiquetaunica.com.br/blog/louis-vuitton-historia-marca-luxo/>>. Acesso em: 24/08/2019





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

FERIANI, Gabriel. Veja a primeira coleção de Virgil Abloh para LV a aterrissar no Brasil. Disponível em:< <https://gq.globo.com/Estilo/Moda-masculina/noticia/2019/02/veja-primeira-colecao-de-virgil-abloh-para-lv-aterrissar-no-brasil.html>>. Acesso em: 04/08/2019

FARFETCH. A marca e o estilo de Marc Jacobs. Disponível em:< <https://www.farfetch.com/br/style-guide/icones-de-estilo-e-influenciadores/a-marca-e-o-estilo-de-marc-jacobs/>>. Acesso em: 30/08/2019

FFW. Kim Jones confirmado como diretor criativo da Dior Homme no lugar de Kris Van Assche. Disponível em:< <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/kim-jones-confirmado-como-diretor-criativo-da-dior-homme-no-lugar-de-kris-van-assche/>>. Acesso em: 30/08/2019

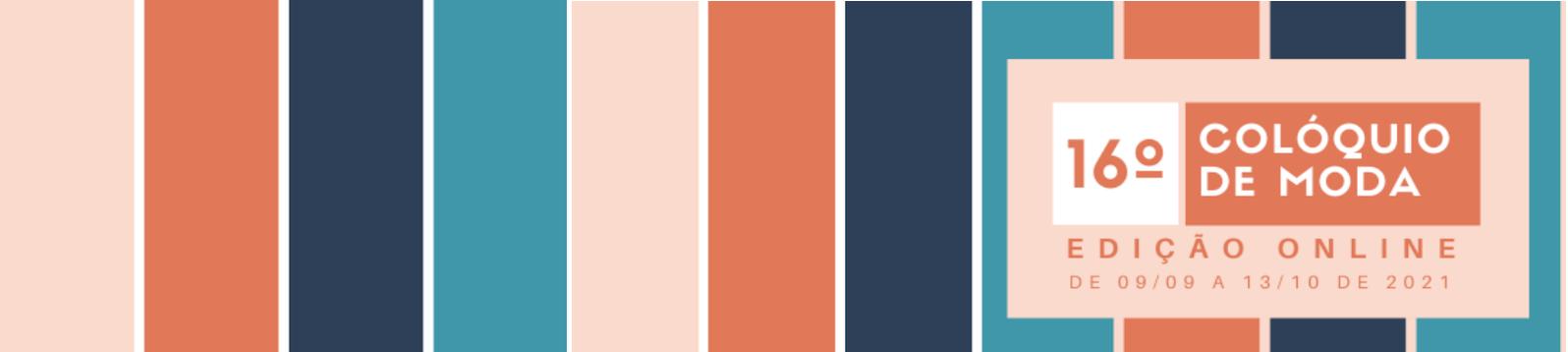
FFW. Linhas de Kim Jones e Virgil Abloh para a Nike com inspiração no futebol chegam ao Brasil. Disponível em:< <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/linhas-de-kim-jones-e-virgil-abloh-para-a-nike-com-inspiracao-no-futebol-chegam-ao-brasil/>>. Acesso em: 30/08/2019

FFW. Nike Lab lança parceria com Kim Jones, diretor masculino da Louis Vuitton. Disponível em:< <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/nike-lab-lanca-parceria-com-kim-jones-diretor-masculino-da-louis-vuitton/>>. Acesso em: 30/08/2019

FFW. Fragment Design: ícone do streetwear japonês assina coleção para a Louis Vuitton. Disponível em:< <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/fragment-design-icone-do-streetwear-japones-assina-colecao-para-a-louis-vuitton/>>. Acesso em: 30/08/2019

GIMENES, Diego. Nike e Google são as marcas mais valiosas de vestuário e mídia do mundo. Disponível em:< <https://veja.abril.com.br/economia/nike-e-google-sao-as-marcas-mais-valiosas-de-vestuario-e-midia-do-mundo/>>. Acesso em: 09/06/2021





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

LOUIS VUITTON. **Uma história lendária.** Disponível em:< <https://br.louisvuitton.com/por-br/la-maison/uma-historia-lendaria#>>. Acesso em: 24/08/2019

MARIOTTI, Augusto. **Tudo sobre o segundo desfile de Virgil Abloh para a Louis Vuitton.** Disponível em:< <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/tudo-sobre-o-segundo-desfile-de-virgil-abloh-para-a-louis-vuitton/> > Acesso em: 30/08/2019

MESQUITA, Cristiane. **Moda Contemporânea Quatro Ou Cinco Conexões Possíveis.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004

YAHN, Camila. **O ano em que o *streetwear* redefiniu a moda e o significado de luxo.** Disponível em: < <https://ffw.uol.com.br/noticias/comportamento/o-ano-em-que-o-streetwear-redefiniu-a-moda-e-o-significado-de-luxo/>>. Acesso em: 09/03/2019

YAHN, Camila. **Virgil Abloh confirmado no masculino da Louis Vuitton; leia nossa entrevista com o diretor criativo.** Disponível em:< <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/virgil-abloh-confirmado-no-masculino-da-louis-vuitton-leia-nossa-entrevista-com-o-diretor-criativo/>. Acesso em: 30/08/2019

ZANETTINI, Juliana. **Pesquisas de tendências: uma abordagem sob a ótica do Design de Moda.** Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2012. Disponível em: < http://www.anhembi.br/ppgdesign/pdfs/26-juliana_zanettini.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2019.

