



Octubre - Noviembre
2006

Emos – o Resgate da Moda Romântica através dos Blogs

Número Actual

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sítios de Interés

Libros

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Por [Aletéia Ferreira](#), [Josiany Fiedler Vieira](#), [Paula Rigo](#)

Número 53

Resumo

O presente artigo tem como objeto de estudo o fenômeno da moda EMO nos blogs da rede mundial de computadores. Fenômeno que nasceu na década de 80 e está presente no universo dos adolescentes brasileiros que apóiam, criticam e que tem coragem de assumir na rede mundial de computadores a não violência e o amor acima de tudo. A moda EMO tornou-se um estilo de vida e possui muitas comunidades no orkut e blogs que tratam do tema. Como a influência do estilo EMO se reflete na comunicação visual de blogs e sites; ícones, tendências e linguagem visual utilizada. Esses elementos visuais contribuem para uma caracterização do estilo do ponto de vista estético.

Abstract

The present article has as study object the fashion's phenomenon EMO in blogs of the world wide web. Phenomenon that was born in 80's and is present in the universe of the Brazilian adolescents who support, criticizes and that it has courage to assume in the world wide web the non-violence and the love above of everything. The EMO's fashion became a philosophy of life and have many communities in orkut and blogs that they deal with the subject. As the influence of EMO's style if it reflects in the visual communication of blogs and sites; icons, trends and used visual language. These visual elements contribute for a characterization of the style of the aesthetic point of view.

Introdução

A moda é cercada de ambigüidades a começar pela etimologia da palavra. A palavra moda é originária do Francês mode e é o uso, hábito ou estilo geralmente aceito, variável no tempo e resultante de determinado gosto, idéia, capricho e das interinfluências do meio em que o indivíduo está associado (Amaral, et al., 2006). Com o desenvolvimento urbano, a busca pelo status na estrutura social foi um dos fatores que fizeram da moda algo essencial para as sociedades, principalmente em relação à distinção social.

A partir dos anos 60 e 70 várias subculturas¹ como os *hippies* e os *punks* começaram a contestar essa distinção social e a política da época. Esses dois estilos antimodas tornaram-se alvos da indústria cultural.

Verificou-se que os estilos de vestimentas antimodas (como os *hippies* e *punks*) nascidos respectivamente nos anos 60 e 70, tornaram-se alvo da indústria cultural, que os reproduziram como novos e simples "produtos culturais", processo sintomático dos procedimentos do mercado da moda que, através de vitrines, publicidade etc., parecem oferecer uma gama de mercadorias correspondentes aos estilos e gostos de indivíduos singulares e particulares. Diante disso, todos os movimentos de caráter subversivo que emergiram em meados dos anos 60 –em particular o movimento *hippie-*, foram apropriados pelos meios de produção, de comunicação e por seus agentes, e transformados em simples objetos de consumo (Trinca, 2005).

O movimento *punk*, se ainda estivesse vivo, estaria completando 30 anos de vida. Constituído em Londres por uma meia dúzia de pessoas *undergrounds* (que eram na época estudantes, desempregados, prostitutas, etc) o movimento ganhou destaque com a banda Sex Pistols – quarteto musical formado pelos desempregados Johnny Rotten (vocalista), Steve Jones (guitarrista), Paul Cook (guitarrista) e Glen Matlock (baixista) que posteriormente foi substituído por Sid Vinicius – que se tornou o

maior ícone do movimento *punk*. Por meio dessa banda criada em uma Inglaterra em crise política e econômica a banda ganhou destaque na mídia e no *mainstream* (grande público), devido ao visual rebelde (eram vestidos pela estilista Vivienne Westwood) e rock distorcido e cru, indo totalmente ao contrário da música *hippie* da época.

A filosofia punk era a do "se você não gosta do que existe, faça você mesmo – ou, simplificando, o lema do it *yourself*" (Orozco, 2005). Baseados nessa filosofia os adeptos do movimento passaram a criar as próprias vestimentas, a moda e a própria música. O visual, como ainda é conhecido, são de cabelos coloridos e espetados, roupas rasgadas, jaquetas de couro, geralmente tacheadas, camisetas pretas, braceletes de aço ou core tacheados, alfinetes de segurança presos à roupa ou dependurados no nariz e nas orelhas. A filosofia *punk* atingiu todas as classes sociais "Jovens de diferentes grupos socioeconômicos, diferentes origens e diferentes países se identificaram imediatamente com o movimento, como forma de negação e de revolta" (Rocha, 2005).

Moutinho (2000) destaca que a estilista Vivienne Westwood², nascida em 1941 é conhecida popularmente como a "estilista *punk*", excêntrica, provocativa e irreverente. Ela levou das ruas de Londres para as butiques a estética do movimento, transformando o *punk* em moda. Com 34 anos de carreira, a estilista britânica foi homenageada com uma exposição apresentada pelo Victoria & Albert Museum (Londres). É a maior mostra dedicada a um designer de moda já realizada pelo centro. Mas o movimento, apesar de não existir mais (pelo menos com a força que possuía) deixou resquícios em várias áreas, passando pela música, literatura, moda até atingir a cultura eletrônica.

Os novos punks "paz e amor"

No século XXI estilos de vida como patricinhas, mauricinhos, góticos, *punks* e neo-hippies convivem com uma nova tribo, os emos. O nome vem de *emotional hardcore*, vertente do *punk* que mescla som pesado com letras românticas. Esse gênero intitulado de emocore surgiu em Washington, nos Estados Unidos, na década de 80, para denominar bandas com batidas pesadas, mas com letras introspectivas que falavam de sentimentos.

A banda gaúcha Fresno, uma das prediletas dos emos, demonstra um pouco deste estilo nas letras das músicas. Uma delas, a música "Duas Lágrimas" possui trechos como "Uma lágrima rolou do meu olho ao perceber que era a única vez que eu ia ver você, outra lágrima rolou dentro do meu coração ao ver a velocidade com que as vidas vêm e vão". Para Souza "uma música não pode ser emo se ela não conter sentimentos como o amor, a decepção e a dor" (Souza, 2005).

Esse estilo musical que fez sucesso nos Estados Unidos está sendo transformado em estilo de vida para adolescentes das grandes cidades do Brasil³, que adequam o seu comportamento e a sua atitude por causa dessa nova moda. O que está distinguindo os emos no Brasil não é somente a música, mas principalmente as vestimentas. "São capazes de misturar as botas do *punk*, o colar de Wilma, a mulher de Fred Flintstone, e uma camiseta com a gatinha Hello Kitty" (Antunes, 2006).

A moda emo e sua disseminação na rede



Fig 1 (Estadão, 03/05/2006)



Fig 2 (Revista Época, 2006)

Os adolescentes emos tem entre 11 e 20 anos. Eles misturam roupas pretas com estampas de desenho animado, botas *punk*, tênis rosa, camisas justas, possuem longas franjas e pintam os olhos. A linguagem é outro diferencial. Esses adolescentes falam sempre no diminutivo, trocam letras em conversas via Internet e chamam as amigas de "maridas".

Palavras terminadas em "inho" como amorzinho, lindinho, fofinho são constantes nas conversas emos. Na Internet, maior veículo de disseminação desta cultura, frases como "Sabia que eu te amo?" se transformam em "Xabia q eu ti amu?".

Só no Brasil existem mais de mil comunidades no Orkut – site de relacionamento - que falam dos emos, a maioria é contrária a filosofia de vida destes adolescentes. Comunidades como "eu odeio emos" ou "morte aos emos" são as que mais existem no site de relacionamentos.

Para pertencer a "tribo" dos emos os adolescentes precisam gostar de música emcore. O estilo mescla a batida hardcore com letras românticas e poesias adolescentes; viver na internet e no Orkut. Todas as bandas emos brasileiras colocam suas composições em sites; ser emotivo. Os emos choram ouvindo músicas que falam de amores perdidos e rejeição dos pais; Dar demonstrações explícitas de carinho. Meninos e meninas se beijam, se abraçam em público, seja com pessoas do sexo oposto, seja com as do mesmo sexo; Aceitar a opção sexual do outro sem preconceitos; Criticar pessoas violentas. Bater é altamente reprovável entre os emos; Escrever diários, poesias e músicas. Isso vale para meninas e meninos; Usar roupas que mesclam a rebeldia punk com os ícones infantis. Meninas e meninos usam rosa; Usar cabelos lisos com enormes franjas no

rosto. Usadas somente de um lado, denotam certa ambigüidade sexual; Não curtir drogas; Lutar por um mundo sem violência, em que um dia todos se abracem sem parar. (Cotes, 2006).

Apesar de terem se inspirado no punk por causa da música pesada e de não estarem contentes com a sociedade atual e criarem uma nova tribo, também baseados na filosofia *punk* do "se você não gosta do que existe, faça você mesmo"⁴ (Orozco, 2005) esses adolescentes também possuem as características dos *hippies* dos anos 60, que também praticavam a livre expressão dos sentimentos. Esses novos punks do "paz e amor" chegam a chorar de forma compulsiva nos shows e são contra a violência.

Mas o que são essas "tribos"? Segundo Lemos (2003), são formas socioculturais que emergem uma relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as tecnologias digitais voltados para a comunicação. Como podemos ver na pesquisa, as tribos são formadas dentro e fora da rede. Essas tribos se estruturam motivadas por sentimentos de afinidades e pelo prazer estético (Mafesoli, 2005).

A Internet é a principal ferramenta de disseminação desta "tribo". As redes sociais, como o *orkut*, *blogs* e *fotologs* são muito utilizados por esses adolescentes. Mesmo assim, por causa do preconceito⁵, é difícil achar um blog de um adolescente assumindo que é um emo. A principal razão disso é a questão sexual, os emos aceitam qualquer opção sexual e beijam pessoas do mesmo ou do sexo oposto.

Blogs de Emos assumidos – a visualidade romântica

Pesquisamos na rede mais de 100 *blogs* de adolescentes que tinham como tema a palavra emo. Muitos tratam do tema (a favor ou contra), mas poucos adolescentes têm a coragem para assumir na rede mundial de computadores que são emos. Analisamos três *blogs* atualizados de adolescentes que assumiram. Uma do sexo feminino e dois do masculino.

O primeiro *blog* pesquisado é de uma adolescente de 14 anos, chamada Thaís, que assumiu ser emo depois que leu uma reportagem publicada na rede sobre os emos. O *blog* "quando as estrelas caem"⁶ é caracterizado pela adolescente como a vida dela. "Esse não é mais um blog de poesias nem frases para se refletir... trata-se da minha vida (monótona ou não) cabe a vc escolher!!!!". No dia 01 de maio de 2006 ela assume ser emo em um post que não recebeu nenhum comentário.

Andei pensando. Eu seria mesmo emo? Andei lendo uns sites, fóruns sobre emos, o ódio que sentem por eles (ou por nós, não sei...). Bom, no post do dia 24 de abril eu me identifiquei como uma garota de 14 anos, que ama a vida e que está se sentindo EMO. Bom, eu ainda me sinto emo. Ainda mais depois que li essa reportagem que retirei do site <http://www.emo303.pop.com.br>. ai sim eu achei que sou emo. AGORA É CERTEZA. (Quando as estrelas caem, 2006)

A definição de blog, de acordo com a Wikipédia: site usado como diário na web, para publicar informações pessoais ou pertinentes a um determinado assunto, atualizado diariamente. (Wikipédia, 2006)



Fig 3 - O blog "quando as estrelas caem"

O blog "quando as estrelas caem" se caracteriza visualmente por uma linguagem mais romântica. Mas o que seria esse romantismo? O romantismo foi, nos séculos XVII e XVIII, um movimento literário e filosófico, mas que até hoje deixou suas marcas e disseminou seus conceitos na cultura contemporânea.

A obra "Os sofrimentos do jovem Werther" de Goethe é considerado um marco dessa estética. Escrito em forma de diário, seu final é dramático, no qual Werther, o personagem principal, comete suicídio. Na época do lançamento do livro, que fez enorme sucesso entre os jovens europeus, houve inclusive uma onda de suicídios por causas amorosas (no livro, Werther se mata devido a um amor frustrado por Carlota).

O romantismo é um dos movimentos mais contraditórios da sociedade moderna, tendo características bastante opostas entre si, como o nacionalismo e o individualismo, por exemplo, em termos políticos. No entanto, em seu âmago encontramos alguns pontos que ainda parecem nortear os indivíduos na pós-modernidade como a subjetividade extrema. De acordo com os pesquisadores Löwy e Sayre:

Sua natureza de coincidentia oppositorum: simultânea (ou alternadamente) revolucionário e contra-revolucionário, individualista e comunitário, cosmopolita e nacionalista, realista e fantástico, retrógrado e utopista, revoltado e melancólico, democrático e aristocrático, ativista e contemplativo, republicano e monarquista, vermelho e branco, místico e sensual. Tais contradições permeiam não só o fenômeno romântico no seu conjunto, mas a vida e obra de um único e mesmo autor, e por vezes um único e mesmo texto. (Löwy e Sayre, 1995).

Os elementos visuais que explicitam esse modo mais emocional de expressão visual podem ser observados na cor azul neutra aplicada ao fundo do *blog*, que remete à uma cor mais utilizada para ambientes onde o clima cromático estimula a calma e a tranquilidade. A fonte utilizada para o título da página, a escrita feita à mão livre, tipo "escrita corrida", que difere da letra de fôrma e é bem mais trabalhada, com mais detalhes e formas orgânicas, em contrapartida a fonte dos textos, que mantém o padrão utilizado na web – sem serifa⁷ como Arial e Verdana - o fato de não possuir serifa a faz mais legível, porque as letras precisam ajustar-se em *pixels* na tela, tornando mais limpas as formas das letras no monitor de um computador. Outro elemento utilizado é a transformação da seta que indica o funcionamento do mouse em forma de uma estrela que muda de cor, representando bem essa realidade infantilizada dessa tribo.

Em relação à estrutura da informação, como se organiza visualmente o blog – em três colunas – dispõe de informações bem características dessa categoria de site pessoal, como Avisos, Perfil, Links, Mural, *Banners* de amigos e anunciantes e o Diário.

O segundo *blog* pesquisado é o "Vertigem Vivente"⁸ do adolescente Gabriel, que mora em São Paulo e não define a idade no perfil do *blog*. No dia 12 de abril de 2006 ele publica o seguinte post:

Eu sou emo. Sim, meus caros. Eu sei que isso causará: 1- Vontade de me matar e 2- Tentativa de fingir que não me conhecem. Oh, bem. Vejamos, que prejuízo declarar isso me trará?
Eu acho que emo é uma pessoa com capacidade de expressar suas emoções, que são irrefreáveis. É uma pessoa sem limites no que diz respeito a sentimentos. É uma pessoa com amor infinito, não um bebê chorão. Infelizmente, o mundo parece que se esquece ou nunca viu desse jeito. Bem, eu não me importo com isso. Eu gostaria, sim, de conseguir viver sozinho, de não precisar de amigos ou de amor. Não posso. Ser emo não é uma escolha, é a única opção (vertigem vivente, 2006).

Esse post recebeu um comentário. "Nara 100 said... Querido, você não é emo, eu também não sou, apesar de achar que sou o que você escreveu no post. Ao contrário disso, os emos é que são nós".

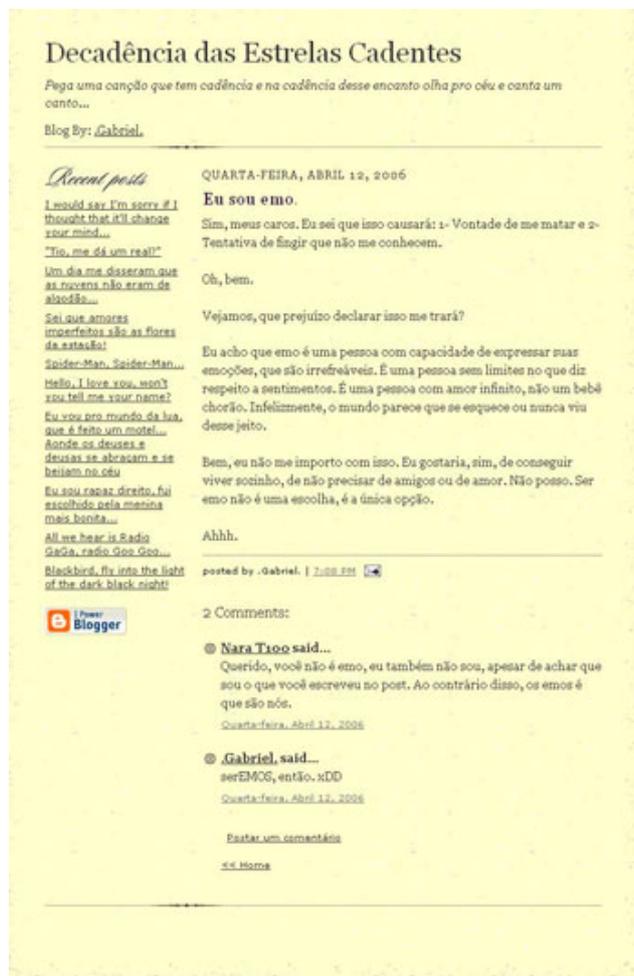


Fig. 4 - blog "Vertigem Vivente"

Já o *blog* "Vertigem Vivente" utiliza a metáfora visual de papel envelhecido para mostrar essa característica romântica, uma vez que nos transporta para os tempos das cartas escritas à mão. O fundo do *blog* é preenchido por uma textura que se assemelha a um papel de parede antigo, austero nas cores, uma maneira de identificar a ligação com os preceitos românticos que valorizam do sentimento. Em relação a diagramação, segue uma proposta formal de *blog*, com uma estrutura básica de duas colunas, nas quais se dividem em coluna esquerda, com os *links* dos tópicos publicados mais recentes e na coluna direita o tópico mais recente na íntegra. Abaixo dele está o espaço para comentários. As linhas horizontais são úteis para dividir o site visualmente em seções, para facilitar a hierarquização da informação pelo usuário, que consegue delimitar as áreas com as diversas informações ali disponibilizadas.

O terceiro *blog* "Quireten"⁹ de adolescente que assume ser emo é do Fronga que não identifica idade e cidade que mora no perfil. No dia 28 de janeiro de 2006 ele escreveu que era emo. "Sou emo, a partir de agora, sou emo. Então: Querido diário emo, hoje falaram que minha franjinha e que meu lacinho azul-bebê são coisa de viado. Eu dei uma risadinha...". Esse post recebeu 21 comentários que não são abertos a leitura pública. Um mês depois, em 22 de fevereiro de 2006, ele assume novamente a opção e recebeu 13 comentários que também não puderam ser lidos.

Sou emo (Parte 2) De tanto fazer piadinhas com emos, acabei virando emo mesmo. Sério. Meio estranho, pô. Eu deveria escrever um post diário sobre minha primeira semana na faculdade, ou falar de um evento de animes que me meti semana passada. Foi bem nerd. Eu vou fazer... (Fronga, 2006)



Fig. 5 - blog "Quireten"

O terceiro *blog* analisado já dispõe de *layout* mais simples, com uma barra superior que identifica o propósito ou título da página. Abaixo, em diagramação formato de editor de texto estão os tópicos publicados no site. Abaixo dos tópicos ficam os comentários. Esse tipo de diagramação não é nem um pouco adequada para navegação. Como é muito simples não disponibiliza ao usuário nenhuma vantagem, como *links*, *banners* ou qualquer tipo de imagem que "seduza" a entrar. Somente o assunto abordado parece ser o atrativo desse site pessoal.

Como em quase todos os *blogs*, existem modelos de layouts disponíveis aos que desejam criar seu espaço pessoal. Somente usuários mais experientes em tecnologias de edição de *html* (Hiper Text Markup Language) - linguagem que transforma códigos em texto e imagens nos navegadores da Internet - podem formatar visualmente seus *blogs* à sua maneira. Pode-se afirmar então que o design da grande maioria dos *blogs* fica restrita à modelos (chamam de *templates*) pré-estabelecidos. Mas a tendência é de que as interfaces de edição de *html* fiquem cada vez mais acessíveis ao público leigo, deixando a limitação ferramental de lado para que "se dêem asas" a todas as possibilidades de criação de identidades digitais, para que haja a personalização não somente do conteúdo, como já ocorre, mas também dos *layouts* das páginas de *blogs*. Essa característica de personalização pode ser uma das mais importantes nesse meio de comunicação, de acordo com Luli Radfaher, PhD em Comunicação Digital, professor doutor da ECA-USP, algumas das características dessa comunicação visual devem ser levadas em conta na Internet:

- Hipertexto – cada assunto abordado em um documento pode apresentar diversos níveis de profundidade, conforme o interesse do leitor;
- Manipulação – um mesmo conteúdo pode ser visualizado, alterado e transformado várias vezes;
- Participação – o receptor participa no processo de comunicação de forma ativa, determinando que mensagens quer escutar, definindo quando quer ser emissor;
- Partilha – um mesmo documento pode ser manipulado simultaneamente por diversas pessoas; e
- Personalização – um documento pode ter um formato e/ou abrangência específicos para cada usuário. (Radfaher, 2003).

A relação de vínculo imediato, o hipertexto, nos leva à decisão consciente de aprofundamento em determinado assunto por meio dos documentos ligados ao texto principal. O poder de decidir se deve ou não se aprofundar em determinado assunto é do usuário. Ele só sabe mais se quiser.

A manipulação de conteúdo facilita a todos, tudo pode ser atualizado na Internet com custos reduzidos e acessado de qualquer lugar do mundo onde exista conexão com a rede mundial de computadores.

A participação do usuário de maneira ativa, podendo agir como emissor, interagindo ativamente e interferindo no resultado de sites que podem proporcionar essa experiência, como nos *blogs*.

A partilha, uma das melhores e mais vantajosas contribuições que a Internet trouxe às nossas vidas, pode ser utilizada ilimitadamente por meio troca de *e-mails*, participação em *blogs*, *chats*, e outros *softwares* que permitem a transformação dos dados, que podem ser alimentados e realimentados por todos, contribuindo assim, para uma espécie de desenvolvimento multilinear desses dados e/ou informações.

Com esse novo suporte de dados pode-se personalizar o formato dos dados de acordo com a configuração utilizada pelo usuário, sendo importante o conhecimento prévio de operação, que segue cada vez mais fácil, para que todos os usuários, independente do repertório técnico de operação, possam adequar a interface de comunicação às suas necessidades de interação.

Todas essas características, que num primeiro momento aparecem plenas em uma análise mais simplista sobre o assunto, são reais, mas ainda pouco utilizadas em sua totalidade como instrumento de interação. Os vários ruídos de comunicação e de desenho de interface persistem à medida que a personalização existe, mas em um nível mais experto de participação ativa. Essa "ponte" que une o usuário aos dados e que permite que dados se transformem em informações deve estar cada vez mais presente nesse meio multimidiático, trazendo uma contribuição realmente significativa ao ganho do conhecimento e das relações sociais, comerciais e econômicas de toda sociedade.

Considerações

Constatamos que com a rede mundial de computadores os adolescentes possuem um canal de comunicação com outros adolescentes que aprovam ou criticam o que escrevem nos seus *blogs*, *sites*, *orkut* ou *fatologs*. Os três blogs pesquisados mostram que cada adolescente descobriu que era emo de maneira diferente uma lendo na rede, o outro diz que não é escolha é a única opção e o outro criticando, fazendo piadinhas e que mais tarde se identificou e assumiu. A rede é uma poderosa fonte de pesquisa e de relacionamentos, facilitando aos usuários o descobrimento de novas tribos, novas culturas e principalmente de novos aprendizados.

Essa junção da emoção com os aparatos tecnológicos traz esses hibridismos, bem característico dos tempos atuais. A união do romantismo emocional com a linguagem visual da internet representa também o comportamento das tribos que surgem na atualidade. Esse eterno revival misturado com elementos do dia-a-dia dos jovens resulta sempre numa cíclica busca à sua própria identidade, bem típica dos jovens.

Notas:

¹ Conceito advindo dos Estudos Culturais britânicos e que trata das culturas que se encontram à margem do grande público durante um determinado tempo. As subculturas a princípio são formas de contracultura juvenis que acabam influenciando o resto da sociedade. Ver Gelder e Thornton (1997).

² De acordo com a Wikipédia "Vivienne Westwood (nascida Vivienne Isabel Swire em Tintwistle, Cheshire, Inglaterra em 8 de Abril 1941) é uma designer de moda inglesa amplamente responsável pelas tendências de moda punk e new wave. (http://en.wikipedia.org/wiki/Vivienne_westwood). O site oficial de Westwood é (<http://www.viviennewestwood.com/flash.php>)

³ É interessante destacar que a própria tribo tem sido alvo de piadas e brincadeiras irônicas como as dublagens das matérias de programas de televisão que estão disponíveis para serem assistidas no You Tube (<http://www.youtube.com>) .

⁴ A chamada atitude DIY (Do It Yourself/ Faça Você Mesmo) é um dos lemas da cultura punk (O'HARA, 1999) e, na cibercultura é potencializado através da facilidade de publicação permitida pelas tecnologias de comunicação, seja através de blogs, comunidades virtuais, etc.

⁵ Destacamos que está no próprio processo discursivo e de hierarquia social das subculturas não assumir um rótulo ou pertencimento ao próprio grupo (Gelder e Thornton, 1997).

⁶ (<http://quandoasestrelascaem.blogspot.com/2006/05/emocional.html>)

Serifa - são os pequenos traços e prolongamentos que ocorrem no fim das hastes das letras.

⁷ (<http://vertigemviventem.blogspot.com/2006/04/eu-sou-emo.html>)

⁸ (<http://qhireten.moved.in/blog/2006/01/>)

Referencias:

AMARAL, Adriana, FERREIRA, Aletéia e VIEIRA, Josiany - **Blogs & Moda – efemeridade, individualismo e multiplicidade na web**, 2006, Intercom Sul, p.1.
ANTUNES, Thais - **Punks no jardim-de-infância**, online – Revista Época, 2006, acessado em 27/05/2006e disponível no endereço eletrônico
<<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1124406-1664,00.html>>
COTES, Paloma - **O estilo emo** – Revista Época, 2006, online, acessado em 27/05/2006e disponível no endereço eletrônico
<<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1124406-1664,00.html>>
CUNHA, Paulo (Org). Olhares sobre a Cibercultura. Porto Alegre: Sulinas, 2003.
FERNANDES, Juliana - **Emos, a tribo que nasceu do punk romântico**, Estadão, 03/05/2006 disponível pelo endereço eletrônico
<<http://www.estadao.com.br/ultimas/cidades/noticias/2006/maj/03/40.htm>>
GELDER, Ken, THORNTON, Sarah (ed). **Subcultures reader**. London: Routledge, 1997.
LEHNERT, Gertrud. **História da Moda do Século XX**. Germany: Konemann, 2000
LEMOS, André. **Alguns pontos para compreender nossa época**. In: LEMOS, André, p.11-23.
LÖWY, Michael, SAYRE, Robert. **Revolta e melancolia – O romantismo na contramão da modernidade**. 1. Ed. São Paulo: Vozes, 1995, p. 9.
MAFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. 3. Ed. São Paulo: Vozes, 2005.
MOUTINHO, Maria Rita. **A moda do século XX**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000, p.248.
O´HARA, Craig. **The philosophy of punk. More than noise**. 2.ed. London: Ak. Press, 1999.
OROCZO, Marcelo – **Três décadas do “faça você mesmo”** – Revista Cult, nº 96, outubro de 2005, ano 8, p.49.
RADFAHRER, Luli - **Design Web Design 2** – São Paulo: Market Press, 2003, p. 97
ROCHA, Mariana – **Punk na moda** – Revista Cult, nº 96, outubro de 2005, ano 8, p.57.
SOUZA, Márcio Roberto - **Românticos, sim, e daí?**, online – acessado em 25/05/2006 e disponível no endereço eletrônico:
<<http://www.jornaldacidade.com.br/cadernos/sirvase/2005-12-09-Rom%20mticos,sim,e%20dai.htm>>
TRINCA, Tatiane Pacanaro - **Moda e Contracultura: uma relação paradoxal**, 2005, p.1 – acessado em 27/05/2006 e disponível no endereço eletrônico:
<<http://www.pec.uem.br/dcu/Trabalhos/6-laudas/TRINCA,%20Tatiane%20Pacanaro.pdf>>

Sites

Wikipédia - <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Site>>
<<http://quandoasestrelascaem.blogspot.com/2006/05/emocional.html>>
<<http://vertigemvivente.blogspot.com/2006/04/eu-sou-emo.html>>
<<http://qhireten.moved.in/blog/2006/01/>>

Mag. Aletéia Ferreira

Professora da Faculdade OPET, do SENAC-PR e integrante do GP Cibercultura, Brasil.

Mag. Josiany Fiedler Vieira

Integrante do GP JOR XXI e Cibercultura, Brasil.

Mag. Paula Rigo

Integrante do GP Cibercultura, Brasil.