**ALL STAR: DE CALÇADO ESPORTIVO A SÍMBOLO DE STATUS**

**Resumo:**

Este artigo visa a analisar o papel do tênis All Star na sociedade moderna. Para tanto, analisamos, primeiramente, o desenvolvimento do vestuário desde a Antiguidade, o aparecimento da moda em seu contexto atual, ou seja, enquanto fenômeno social e cultural, de caráter mais ou menos coercitivo que consiste na mudança periódica de estilo. Para, em seguida, nos debruçarmos sobre os calçados que surgiram como objetos dos mais variados materiais, criados para proteger os pés e que, a partir da Revolução Industrial, se integrou ao universo da moda. Do calçado chegamos ao tênis, criado no século XIX, quando as atividades esportivas ganharam destaque. E finalmente ao All Star, surgido para as atividades esportivas, em particular o tênis e que se transformou, no decorrer do século XX em símbolo de rebeldia e, posteriormente, de status social. Para a consecução deste trabalho foi realizada um levantamento bibliográfico sobre o assunto.

**Palavras-chave**: Moda; Esportes; All Star; All Star-status social.

**Abstract**:

This article aims to analyze the role of All Star tennis in modern society. Firstly, we analyze the development of clothing since antiquity, the appearance of fashion in its current context, that is, as a social and cultural phenomenon, of a more or less coercive character that consists in the periodic change of style. Then, we will look at footwear, which emerged as objects, from the most varied materials, created to protect the feet, and which, from the Industrial Revolution, became part of the fashion universe. From footwear we come to tennis, created in the nineteenth century, when sports activities gained prominence. And finally, the All Star, which emerged for sporting activities, in particular tennis, became a symbol of rebellion and later social status throughout the twentieth century. For the accomplishment of this work a bibliographical survey about the subject was realized.

**Keywords**: Fashion; Sports; All star; All-star social status;

1. **INTRODUÇÃO**

Considerando-se tal qual Lipovetsky (2009) que não existe moda em todas as épocas, nem em todas as civilizações, e fugindo de todas as tentativas de datá-la desde os primórdios do desenvolvimento cultural, tratar-se-á neste artigo da moda, em especial do tênis All Star, como um fenômeno consubstancial à vida humano-social, inseparável do mundo moderno ocidental.

Assim, este artigo visa a investigar o surgimento e evolução da moda para, em seguida, se deter sobre os calçados, os sapatos esportivos, especificamente o tênis All Star, criado em 1908, voltado, a partir de 1917, para o uso no basquete e que se transformou, após 1950, em símbolo da rebeldia e, posteriormente, em signo de status e poder.

1. **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Durante milênios o homem não se preocupou com fantasias, novidades, ou a efemeridade da moda. Na Pré-História, os homens viviam inteiramente centrados no respeito e na reprodução minuciosa do passado coletivo. Sem Estado, na dependência estrita do passado mítico – os homens acreditavam que vestindo a pele de animais caçados adquiriam sua força -, a sociedade primitiva era organizada para conter e negar a dinâmica da mudança e da história.

[...] Na medida em que as sociedades foram submetidas, tanto em suas atividades mais elementares como nas mais carregadas de sentido, aos comportamentos dos ancestrais fundadores, e na medida em que a unidade individual não pode afirmar uma relativa independência em relação às normas coletivas, a lógica da moda viu-se absolutamente excluída. [...] (LIPOVETSKY, 2009, p.29)

O aparecimento do Estado não modificou, no fundo, o problema, porque vendo-se como ser coletivo, pertencente a uma comunidade, o homem não se preocupou em separar a roupa feminina da masculina. Segundo Lipovetsky, (2009) No Egito antigo e na Grécia, alicerce da civilização ocidental, homens e mulheres se vestiam com um tecido retangular e o que diferenciava o tecido masculino do feminino, no caso grego, era a maneira de prendê-lo ao corpo por broches e alfinetes. A mulher também usava uma espécie de xale de lã de carneiro – peplo – sobre os ombros, nos dias frios. Em Roma o traje masculino – a toga e a túnica – persistiu com variações de detalhes dos tempos mais remotos até o final do Império.

Só na Baixa Idade Média, em torno do ano mil, com o surgimento da ideia de individuo, observou-se a separação entre a roupa masculina e feminina.

Para Calanca (2011), por volta do século XIV os homens passaram a utilizar uma vestimenta constituída de jaleco, espécie de casaco curto e estreito, e meias-calças - dois tubos de tecido que chegavam à altura da virilha, onde se ligavam à barra do jaleco por meio de alfinetes, cadarços e fitas que passavam por caseados aderentes que delineavam o contorno das pernas. Para as mulheres surgiu um vestido longo como a antiga toga, ou camisolão, mas mais apertado e decotado.

Entretanto, as transformações estavam atreladas à capacidade de produção dos artesãos que possuíam pouca matéria-prima, ferramentas precárias e mão de obra insuficiente; além da existência de um mercado consumidor muito pequeno composto pela nobreza e, no fim do Antigo Regime, também pela alta burguesia.

Daniel Roche (2007, p.98) afirma sobre a economia cotidiana das cidades já no século XVIII que, pela análise dos inventários notariais, os estratos inferiores não possuíam roupas.

“[...] Os verdadeiros pobres deixavam a vida terrena com um único traje e um par de sapatos. Eles usavam andrajos e remendavam as roupas adquiridas no mercado de segunda mão; vestiam tudo o que possuíam, de acordo com os relatórios preparados no necrotério. [...]”

Em contrapartida, os estratos dominantes – nobreza e membros mais ricos do terceiro estado, grupos heterogêneos, mas detentores do poder, gastavam uma soma relativamente grande com vestimenta porque a roupa era um signo, um símbolo no desfile social das posições e condições.

As atitudes dos nobres parisienses em relação ao vestuário eram bastante uniformes. Elas estimulavam o comércio e a moda e davam o tom para os outros grupos sociais, incentivando mecanismos de imitação que eram adotados de acordo com os recursos disponíveis. [...] (ROCHE, 2007, p.122)

As alterações nas vestimentas e o desejo de imitação por parte dos estratos menos abastados das roupas dos senhores não significava o aparecimento e desenvolvimento de um sistema de moda tal qual conhecemos hoje, mas a identificação com os modos e modas dos grupos dominantes.

A aproximação das pessoas na área urbana levava ao desejo de imitar: enriquecidos pelo comércio, os burgueses copiavam as roupas dos nobres. Ao tentarem variar suas roupas para diferenciar-se dos burgueses, os nobres acionavam o mecanismo de imitação – os burgueses copiavam, os nobres inventavam algo novo, e assim por diante.

A moda tal qual se conhece atualmente é, segundo Carvalho (2004), um fenômeno social ou cultural de caráter mais ou menos coercitivo que consiste na mudança periódica de estilo e cuja vontade provém da necessidade de se conquistar uma determinada posição social. De acordo com Lipovetsky (2009), ela é um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva, e que surgiu após a explosão da Revolução Industrial. A moda é um aspecto da cultura diretamente relacionado ao individualismo, ao hedonismo e ao consumo.

Os indivíduos são bombardeados continuamente com revistas, filmes e publicidade sobre moda para se sentirem únicos e felizes. [...] Nos dias de hoje a moda deve ser considerada uma forma geral que age em toda a sociedade, e não em um setor específico. [...] E a pesquisa historiográfica revela a ligação fundamental entre hedonismo, individualismo e indústria [...] (CALANCA, 2011, p.161)

Contudo, a moda não se restringe ao vestuário. Paralelamente, em velocidade e em graus diversos de outros setores como os acessórios, os sapatos, o mobiliário, a linguagem e as maneiras, são atingidos por ela.

**3. DO SAPATO AO TÊNIS**

Como já foi dito, a moda não se restringe à vestimenta abarcando os objetos decorativos, acessórios e o sapato. E, tal qual a roupa, ele passou pelo mesmo processo evolutivo: da necessidade de um objeto que protegesse os pés das intempéries, obstáculos e animais a símbolo de prazer, poder e status.

**3.1. SAPATO**

O sapato surgiu como consequência natural da necessidade que o homem sentiu de proteger seus pés do incômodo de andar sobre pedras e sujeira ou do perigo de pisar em algum animal peçonhento. Pinturas feitas em cavernas da Espanha e do sul da França há 10 mil anos mostram que nessa época o homem já fazia uso de espécies rudimentares de calçados feitos de pele, além de outros modelos de sandálias, provavelmente os primeiros modelos da história do sapato.

 Segundo Calanca (2011), no Antigo Egito os sapatos eram feitos de palha, papiro ou fibra de palmeira. Nas civilizações grega e romana ele começou a ganhar status de diferenciador social. Os gregos lançaram diversos modelos e chegaram a criar os primeiros calçados especializados para cada pé, direito e esquerdo. Em Roma, como na Grécia, o sapato era um indicador da classe social do indivíduo, se diferenciando por cores, mas a construção era rudimentar e o design pouco atrativo.

 Na Idade Média, de acordo com Lipovetsky (2006), tanto homens como mulheres usavam sapatos de couro aberto que tinham uma forma semelhante ao das sapatilhas. O material mais corrente era a pele de vaca, mas as botas de qualidade superior eram feitas de pele de cabra.

 No século XVI, na corte do rei francês Luís XIV, os saltos eram objetos exclusivamente masculinos, um símbolo de ostentação e riqueza. Luis XV, por exemplo, devido a sua baixa estatura, encomendava sapatos de salto alto.

 Ainda parafraseando Calanca (2011), uma grande inovação na produção de sapatos ocorreu na Inglaterra com a padronização da numeração levada a termo no reinado de Eduardo I. Contudo, tal qual ocorreu com o vestuário, seu consumo em massa deveu-se à Revolução Industrial. Em meados do século XIX começaram a surgir as máquinas para auxiliar na confecção dos calçados, mas só com a máquina de costura o sapato passou a ser verdadeiramente acessível.

**3.2. O TÊNIS**

Segundo Roche (2000), em 1800 surgiram os primeiros sapatos com solado de borracha, chamados de Plimsoll, específicos para praia. Entretanto, o tênis, tal qual é conhecido hoje, surgiu nos Estados Unidos em 1839, quando o fabricante de pneus Charles Goodyear descobriu o processo de vulcanização, método que consiste na aplicação de calor e pressão a uma composição de borracha, garantindo a sua maior preservação. A borracha vulcanizada de início era utilizada para a melhora na qualidade de pneus; mas assim que viram a novidade, os fabricantes de calçados usaram a borracha para substituir o couro no solado dos calçados usados pelos jogadores de cricket. Nasceram assim as cricket sandals - sapatos de solado de borracha e moldados em couro. Em pouco tempo, o pessoal que praticava tênis interessou-se pela novidade, já que os sapatinhos, também chamados de sneakers, ficavam mais leves, confortáveis e permitiam movimentos mais ágeis. Nesse momento, recebeu o nome de batismo com o qual é conhecido até hoje. De acordo com o site **“De princesa a roqueiros: o tênis que é símbolo de estilo há mais de 100 anos”**, em 1917, nos EUA, surgiu o tênis Keds, que se transformou num dos ícones da modernidade norte-americana. Ainda em 1917 foi criado o primeiro All Star unissex de cano alto. Três anos depois, em 1920, o alemão Adolph Dassler, fundador da marca Adidas, desenvolveu o primeiro calçado de corrida.

Na década de 1950 o tênis se tornou popular entre os jovens e passou a calçar pés dos ícones da juventude rebelde como Elvis Presley. Ele sofreu milhares de modificações e pode ser considerado um artefato que marca o século XX.

Até os anos 1970, o tênis não era utilizado pela maioria das pessoas no dia-a-dia. Após 1980, ganhou as ruas, tornando-se parte do dia a dia, compondo os visuais extravagantes da época. Dez anos depois, era uma unanimidade em todo o mundo.

O que antes era um calçado de borracha e tecido, hoje pode apresentar vários tipos diferentes. Materiais, design, funções, tudo é levado em consideração pelos seus projetistas. A criatividade é muito solicitada no desenvolvimento dos modelos da “moda”. A divulgação do tênis está frequentemente associada ao esporte e aos atletas campeões. Por outro lado, a possibilidade de uso de materiais poliméricos de mais baixo custo permitiu a produção de tênis acessíveis às camadas de mais baixa renda. Portanto, ele transcende a divisão de classes sociais e é usado por todos.

1. **O TÊNIS ALL STAR**

Unanimidade na moda é algo raro, mas se tem um calçado que flerta com esse conceito é o All Star, modelo de tênis de lona e borracha conhecido mundialmente, cuja história é centenária e teve início com a fundação da Converse Rubber Company, na cidade de Malden, em Massachusetts, em 1908. Em menos de dois anos, a empresa já produzia cerca de 4 mil pares de sapato por dia.

Mas foi em 1917 que a companhia desenvolveu a linha de calçados de lona e solado de borracha com o design mais parecido com o que vemos hoje. Os tênis ganharam ares ainda mais “cool”, quando o jogador de basquete Charles “Chuck” Taylor se juntou à empresa e sugeriu algumas mudanças, como fissuras no solado, para diminuir a derrapagem nas quadras. Foi ele, aliás, que disseminou a marca pelos EUA. Enquanto jogava, ele convencia colegas e técnicos a usarem o All Star preto de cano alto, um dos ícones da marca e até hoje conhecido como “Chuck Taylor”.

Em 1939, a equipe do New York Rens venceu o campeonato nacional de basquete dos EUA usando All Stars. A tradição de jogadores usando esse tipo de calçado foi até a década de 1970, quando foi vencida pela tecnologia dos tênis com amortecedores.

Mas a marca se adaptou aos novos mercados, sem jamais deixar as origens de lado. Em 1966, o modelo de cano baixo do All Star ganhou as ruas em diversas cores e tamanhos, já que antes imperava o preto e o branco.

**4.1. DAS QUADRAS PARA AS RUAS: All Star como símbolo de rebeldia**

A difusão dos esportes e concomitante do tênis enquanto sapato pelo mundo ocidental se inseriu no apogeu da segunda Revolução Industrial, quando se observou o surgimento da energia elétrica; a energia a vapor foi substituída pela energia a combustão; e uma explosão de produtos industrializados devido à sofisticação da produção em série. Pode-se acrescentar a esta sofisticação e disseminação da produção, a euforia de estar em paz após o niilismo e a destruição da Primeira Guerra Mundial, provocando um turbilhão de atividades esportivas e um período de consumo acelerado que permitia à grande parte da população mundial comprar mais por menos. Essa combinação de paz, euforia e consumo acelerado gerou uma obsessão pelas atividades esportivas, atividades vigorosas como pólo, vela, turfe, tênis, basquetebol, as quais exigiam trajes específicos bem como sapatos específicos.

Assim, nas primeiras décadas do século XX, as fábricas que se dedicavam à produção de tênis, como a Converse aperfeiçoaram seus processos e contrataram jogadores que já eram ídolos de adeptos dos esportes como “meninos propaganda”.

Após a Segunda Guerra Mundial o esporte assumiu, na sociedade industrializada, uma importância central visto que as profundas mudanças nos costumes e nos comportamentos de massa, principalmente o aumento da renda e do tempo livre disponível, contribuíram para transformar a prática desportiva em produto de massa.

O tênis All Star vivenciou todo este processo, apesar de ser, a princípio, um simples tênis de lona com solado de borracha, devido ao trabalho constante de marketing junto aos jogadores de basquete – esporte de massa nos Estados Unidos da América – tornou-se o tênis dos campeões, das estrelas do basquetebol, até ser suplantado, nos anos 70, pela  **Nike, Adidas e Puma**.

Assim como as vendas do Converse despencaram, a euforia com um mundo novo, que aprendeu com o sofrimento da Segunda Guerra Mundial, ruiu. Nas década de 1950 e 1960 a Guerra Fria, o desastre da Baia dos Porcos, a Guerra da Coréia e do Vietnã mostravam que não se vivia no melhor dos mundos possíveis. O resultado foi o aparecimento de uma geração rebelde, questionadora, insatisfeita com os destinos do mundo que mudou radicalmente sua forma de se vestir e calçar para mostrar seu desagrado. E lá estava o tênis All Star que deixou de ser o tênis dos ídolos do esporte para ser o tênis dos rebeldes, da contracultura - conceito definidor de todas as práticas e manifestações que visam a criticar, debater e questionar tudo aquilo que é visto como vigente em um determinado contexto sócio-histórico.

De um lado, o termo ‘contracultura’ pode se referir ao conjunto de movimentos de rebelião da juventude que marcaram os anos 60. De outro lado, [...]se referir a alguma coisa mais geral, mais abstrata, um certo espírito, um certo modo de contestação, de enfrentamento diante da ordem vigente, de caráter profundamente radical e bastante estranho às forças mais tradicionais de oposição a esta mesma ordem dominante. (PEREIRA, 1992, p.23)

Seus adeptos eram jovens contestadores que utilizavam novos meios de comunicação de massa como TV, cinema, para disseminarem seu repúdio à sociedade de consumo, a família, a moral conservadora. Tudo aquilo que, segundo eles, leva mais uma vez o planeta Terra para a guerra, para explosão do consumo. Resumindo, criaram uma cultura *underground* e alternativa, focada principalmente nas transformações da consciência, dos valores e do comportamento, na busca de outros espaços e novos canais de expressão para o indivíduo.

Pela primeira vez, os “jovens”, como se começou a chamá-los com uma certa apreensão, foram vistos como uma categoria à parte, com ocupações, gostos e modos de trajar e calçar específicos. A moda, como um todo, nunca foi concebida senão para adultos, e a juventude exigiu roupas, sapatos, acessórios criados para ela, e combinando com seu estilo de vida.

Os Estados Unidos foram o primeiro país onde se manifestou esse movimento. Um país rico onde os adolescentes que não conheceram a penúria dos anos de guerra e desprezavam a sociedade de consumo na qual estavam imersos, deram mostras de seu desagrado com o conforto, com o consumismo, com as guerras, adotando traje das classes mais pobres; o jeans, a camiseta sem gravata e a jaqueta.

O grande exemplo da contracultura, nos anos 1950, foi a B*eat Generation* (Geração Beat). Os Beats eram jovens intelectuais, principalmente artistas e escritores, que contestavam o consumismo e o otimismo do pós-guerra americano, a histeria do anticomunismo e a falta de pensamento crítico. Visualmente se apresentavam de calça jeans, jaqueta de couro e bota de couro ou tênis All Star. Exemplos da geração Beat foram Marlon Brando e James Dean.

James Dean é considerado uma personificação da rebeldia e da angústia próprias da juventude e quando apareceu usando o tênis Converse All Star em uma foto na década de 50, este, bem como a jaqueta de couro e a calça jeans e camiseta passaram a ser ícones do comportamento rebelde. [...] James Dean provavelmente foi uma das primeiras celebridades a usar o All Star.(RIBEIRO; BONADIO, 2010, p.55)

Porém, foi na década de 1960 que o mundo conheceu o principal e mais influente movimento de contracultura já existente, o movimento hippie. A ampliação dos cursos superiores favorecia a concentração de estudantes em espaços de discussão. Os meios de comunicação em plena expansão aproximavam os jovens e universalizavam os novos valores, gostos e padrões de comportamento que, dessa forma, libertavam-se das amarras tradicionais e locais – como a religiosa e a familiar. Aliás, foi a imprensa norte-americana quem deu o nome "***contracultura***" ao movimento que nascia nos EUA e florescia na Europa.

 Os hippies se opunham radicalmente aos valores culturais considerados importantes na sociedade: o trabalho intenso e diário, o patriotismo e nacionalismo, a ascensão social e até mesmo a "estética padrão".  O que se contestava eram os tabus morais e culturais, os costumes e padrões vigentes, enfim, as instituições sociais. Propunham-se novas maneiras de pensar, sentir e agir, criava-se outro universo com regras e valores próprios.

Assim eles se engajaram em diversos movimentos sociais, filosóficos, artísticos e musicais, no intuito de libertar parte da sociedade dos valores burgueses capitalistas. A ideia era que o lema “paz e amor” ou ainda, “faça amor, não faça guerra”, refletisse uma vida comunitária de busca incessante pela paz.

Os anos de 1968 e 1969 foram particularmente importantes, porque marcaram o ápice dos movimentos estudantis, além de ser a época dos grandes festivais de Woodstock e Altamont, dois marcos da contracultura e importantes veículos de contestação com a presença de ícones como Janis Joplin, Jimi Hendrix, Bob Marley, Jim Morrison e outros.

Tal qual a Geração Beat, os Hippies fizeram do tênis All Star uma de suas marcas registradas, porque iam contra os padrões culturais, e a moda desenvolvida e vendida pelo estabelishement.

Na década seguinte, 1970, o punk, forma de expressão artística de visão contracultural do mundo moderno, de origem americana, rejeitou e passou a criticar a mentalidade e o estilo de vida da classe de que faziam parte.

Ele surgiu por volta de 1974 nos Estados Unidos, quando os frequentadores do clube de música "Country Bluegrass and Blues", em Nova Iorque e underground local - tóxico dependentes, poetas, homossexuais, entre outros - formaram ou apoiaram bandas como Ramones, Sex Pistols, cultivando a filosofia da individualidade e da independência. Ou seja, uma manifestação cultural juvenil semelhante aos das décadas anteriores, caracterizada por um estilo baseado em música, moda e comportamento.

As ideias formadoras do que passou a ser chamado de cultura punk eram baseados no pessimismo, no antiautoritarismo, na ideologia anárquica e no igualitarismo.

O estilo punk pode ser reconhecido pela combinação de alguns elementos considerados típicos (alfinetes, patches, lenços à mostra no bolso traseiro da calça, calças jeans rasgadas, calças pretas justas, jaquetas de couro com rebites e mensagens inscritas nas costas, coturnos, piercings, tênis All Star, correntes, corte de cabelo moicano (colorido ou espetado etc.) ou spike (espetado dos lados, atrás e em cima). [...] (SILVA, 2013)

Portanto, enquanto contracultura, o movimento punk também aderiu à moda do final da década de 70, usando o tênis como símbolo de sua rebeldia, desesperança. Pode-se dizer que é a continuação da cultura hippie no que diz respeito à denúncia do consumismo.

**4.2. ALL STAR COMO MODA: “All Star life style”**

No século XXI é impossível se identificar um único percurso para a moda. Fragmentação dos padrões e dos estilos são as características pelas quais a moda exprime valores como ironia, juventude, cosmopolitismo, indiferença pelo cuidado no vestir-se, possibilidade de exibir estilos pobres.

[...]A tendência moderna segundo a qual, culturalmente, tudo é legítimo e não se fala mais de moda, mas de modas, pode ser comprovada pelo fato de que a moda e a arte atual apresentam semelhanças na experimentação multidisciplinar e na ausência de regras estéticas gerais. Na moda e na arte a criação está livre para transitar por toda a parte. [...] (CALANCA, 2011, p.190)

Neste contexto de liberdade absoluta surge aquilo que Calanca (2011) denomina de “antimodas”, isto é, modas juvenis que surgiram no final do século. Distanciando-se de tudo o que é conforme a regras estéticas e morais, o elemento central do antimoda é a referência a ideais, valores e concepções da existência radicalmente opostos aos padrões vigentes. Neste contexto, o jeans torna-se a roupa-metáfora por excelência, verdadeiro uniforme dos jovens, o tênis All-Star, sinônimo de independência, transgressão, rebeldia, universo do rock, juventude, democracia, conteúdo, inteligência, olhos abertos para o que acontece no mundo. Segundo os historiadores do costume, o jeans, o tênis All-Star, entre outras “antimodas”, sofreram um processo de legitimação cultural que os levou a adquirir significados diferentes daqueles iniciais – sapato para a prática de esporte ou símbolo de contestação -, de outra forma não se explicaria como esses elementos da moda conseguiriam exercer tal fascínio.

1. **METODOLOGIA**

Para a consecução dos objetivos propostos, utilizou-se a pesquisa exploratória, que, para autores como Cervo, Silva, Bervian (2006), busca desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias. Pode-se dizer que explorar um assunto significa reunir mais conhecimento e incorporar características originais sobre um determinado assunto. Quanto ao procedimento teórico, fez-se um amplo levantamento bibliográfico sobre acessórios de moda no período, uma vez que, segundo Gil (2004, p.42), “[...] embora o planejamento de pesquisa exploratória seja bastante flexível, como toda pesquisa, ela depende também de uma pesquisa bibliográfica [...]”. Isto é, contribuições culturais ou científicas realizadas no passado sobre um determinado assunto, tema ou problema que possa ser estudado.

1. **CONCLUSÃO**

Durante séculos, a vestimenta teve como único objetivo cobrir o corpo humano, protegendo-o do calor, do frio, dos animais. A partir do século XVI, observamos os primórdios da moda como uma forma de distinção social, um atestado de pertencimento a um determinado grupo social.

A partir da Revolução Industrial, na segunda metade do século XVIII, a moda passou a ser uma formação sócio-histórica, circunscrita a um tipo de sociedade, mas sem relação exclusiva com a vestimenta. Portanto, é difícil conceber algum fenômeno social que não seja influenciado por mudanças da moda – quer seja a forma do corpo, o design de automóveis, política, a arte, o sapato ou o tênis.

Assim, este calçado, que surgiu no século XIX, quando a prática esportiva ganhou papel relevante na vida cotidiana. A indústria moderna permitiu a vulcanização, ganhando novos atributos e finalidades com a criação, em 1908, do All Star.

Em toda a história da humanidade, os bens sempre tiveram uma função significativa, mas este lado significativo dos bens não tinha, até o surgimento do Converse, o status de algo a ser consumido para suprir diversas necessidades. Um tênis, um ícone, um acessório, um adereço de estilo, uma peça colecionável. Existem diversas formas de classificar esse produto, pois ele consegue se encaixar em qualquer situação e estilo. Um produto versátil, com design que, apesar de ter mais de cem anos, sofreu poucas modificações em sua essência, alterando mais suas cores, matérias primas e aplicações do que sua forma, ainda consegue atrair a atenção dos jovens.

Repete-se com o All Star, a partir da segunda metade do século XX, mais uma vez, um ciclo bastante normal na história da moda: os modismos de ponta que sempre começam nos grupos marginais, vão, pouco a pouco, sendo absorvidos pela sociedade tradicional que não quer se mostrar careta, mas sim integrada ao mundo.

**REFERÊNCIAS**

BOUCHER, François; TELLES, André. *História do vestuário no Ocidente*. São Paulo: Cosac&Naify, 2010.

CALANCA, Daniela. *História social da moda*. São Paulo: Senac, 2011.

CERVO, Amado Luis; Silva Roberto da; BERVIAN, Pedro A. *Metodologia científica*.

6.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

 “De princesa a roqueiros: o tênis que é símbolo de estilo há mais de 100 anos"

Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/moda-e-beleza/historia-do-tenis-all-star/>. S.d. Acessado em 23 set. 2019

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4.ed. São Paulo:

Atlas, 2004.

HISTÓRIA DO SAPATO. Disponível e: <https://www.historiadetudo.com/sapato>. Acessado em 23 set. 2019

LIPOVETSKY, Giles. *O império do efêmero*: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

PALOMINO, Erika. *A moda*. 2 ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

PEREIRA, Carlos Alberto M. *O que é Contracultura*. São Paulo: Brasilientes, 1992.

RIBEIRO, Beatriz Gomes; BONADIO, Maria Cláudia. All Star: moda, mídia e consumo. In: *Revista Iniciação*. São Paulo, vol. 1, n.1., out.2010.

# ROBIC, André Ricardo. A influência da cultura punk no vestuário contemporâneo.

# Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/a-influencia-da-cultura-punk-no-vestuario-contemporaneo/> Acessado em 23 set. 2019

ROCHE, Daniel. *A cultura das aparências*: uma história da indumentária (século XVII-XVIII). São Paulo: Senac, 2007.

SILVA, Emanuelle. O estilo despojado. In.**Culturadamídiafoa**. 07.jun2013.

Disponível em: <https://punkinfluencia.wordpress.com/2013/06/07/o-estilo-despojado/>. Acesso em 27.set.2019

STEVENSEN, N J. *Cronologia da moda*: de Maria Antonieta a Alexandre Mcqueen. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2012.