

## **As influências da arte no design e na moda, na década de 1960.**

The influences of the art in design and fashion, on the decade of 1960.

SAUTCHUCK, Camila; SANTOS, Euclides; GIAZZI, Flávia; AMORIM, Renata; BELTRAMIM, Vanessa.<sup>1</sup>

**Palavras chaves:** arte, moda, design gráfico, editoriais.

**Resumo:** O artigo aborda as inter-relações entre arte, moda e design na década de 1960, utilizando como recorte, publicações editoriais femininas. A produção estética da época, representada neste projeto através das correntes artísticas *Pop Art* e *Op Art* “contaminou” a moda, contribuindo através de conceitos e elementos palpáveis como em projetos de estamparia, cartelas de cores e design de editoriais, a partir das escolhas de tipografias, ilustrações, formas geométricas e psicodélicas que referenciavam exaustivamente, movimentos artísticos. Pretendemos evidenciar as relações existentes entre os temas que permeiam o universo da expressão artística e cultural de uma década, que se destaca, ainda hoje, por suas notáveis produções.

**Key words:** art, fashion, graphic design, editorials.

**Abstract:** The article boards the relations among art, fashion and design on the decade of 1960, focusing female magazines. The esthetics productions of the epoch represented in this project trough the artistic movements *Pop Art* and *Op Art*, “infected” fashion, contributing in concepts and concrete elements such as patterns projects, colors choices and editorial design, from the typography choices, illustrations, psychedelic and organic shapes that referenced, exhaustively, artistic movements. We intend to evidence the relations between the themes that round the universe of artistic and cultural expressions of a decade, which broke standards and outstand itself, until today, for its considerable productions.

---

<sup>1</sup> Universidade Anhembi Morumbi. Especialização em Design, Produção e Tecnologia Gráfica. São Paulo, 2006.

**Contexto:** A década de 1960 foi marcada por grandes transformações políticas, econômicas e sócio culturais. O mundo vivia uma situação heterogênea e paradoxal. Sendo um período pós 2ª guerra, as economias de países desenvolvidos estavam em plena ascensão, com o desenvolvimento tecnológico, a produção de bens de consumo e o consumismo desenfreados. A sociedade era tomada por um sentimento de otimismo, em um padrão de vida elevado.

Por outro lado, no hemisfério oriental, o socialismo se estabelecia, baseado nos ideais de Karl Marx que propunham a extinção de classes sociais, a partir do fim da propriedade privada. Estes dois grandes blocos lutaram pela hegemonia mundial, configurando o que conhecemos como “Guerra Fria”, que teve como principais cenários das disputas, dois pontos de maior interesse: a corrida armamentista nuclear e a espacial.

No Brasil, também ocorriam diversas transformações. A economia, sustentada anteriormente pela agricultura, tornava-se cada vez mais industrializada e a sociedade sofria, submetida ao regime ditatorial, estabelecido pelos militares, que detinham o controle do Estado. A censura à cultura limitava o processo criativo de artistas nacionais e os jovens que se rebelavam ao governo eram reprimidos com violência. Até o fim da década, diversas pessoas foram exiladas, torturadas ou mortas.

A partir dessas situações foram surgindo pensadores, intelectuais e artistas que se opunham ao modelo dominante, imposto pelos governantes e pela grande massa. Essa nova corrente de pensamento foi denominada contracultura. Na esteira da contracultura, correntes artísticas se formaram, estilos literários e musicais foram criados e os exemplos visuais dessa nova estética acompanhavam o movimento.

A literatura da “*Beat Generation*”, o surgimento tímido do *Rock’n Roll* a partir da música negra, a *Pop Art*, os filmes da época e outras manifestações que na década de 60 teriam seu apogeu, como o Maio Francês de 1968, começaram a ligar as artes ao comportamento, influenciando o início das primeiras gangues de jovens, das primeiras revoltas contra os professores e políticos e do surgimento dos primeiros rebeldes sem causa. Aos poucos, estas manifestações juvenis que entraram na década de 60, ainda isoladas e

desprovidas de uma causa ou um fim objetivo foram tomando forma e conscientização.

No Brasil, o período é de ambigüidade cultural. Enquanto o país era dominado politicamente pela direita militar, a cultura era mantida pela esquerda, contrária ao regime imposto. A esquerda cultural, se assim podemos chamar, surgiu a partir de diversos grupos culturais tais como o Centro Popular de Cultura da UNE, o Teatro Arena, o Teatro Opinião e Universidades. Contava também com artistas talentosos como Chico Buarque, Ferreira Gullar, Oduvaldo Viana Filho, Augusto Boal, Guarnieri, Geraldo Vandré, Carlos Lyra, Edu Lobo, entre outros. Representando a classe artística a favor, ou simplesmente conivente com o regime ditatorial, havia a Jovem Guarda, que conquistou a massa, através do seu “lê lê lê” e de artistas como Roberto e Erasmo Carlos, Vanderléia, entre outros. Em meio a este embate ideológico entre indústria cultural e cultura engajada, surge uma terceira corrente já na segunda metade da década chamada de Tropicalismo. A Tropicália, como era conhecida, era muito bem alinhada com o que estava ocorrendo no mundo como a contracultura, correntes artísticas e as contestações. Este movimento foi um dos mais cultuados internacionalmente, principalmente pela sua enorme criatividade, inserindo novamente, o país no contexto artístico internacional. Outros destaques da produção cultural nacional foram Glauber Rocha com o Cinema Novo, Hélio Oiticica e Ligia Clark e suas instalações neo-concretistas, José Celso Martinez Correia e seu teatro anárquico, Os Mutantes com infinitas fusões musicais dentro do rock, Ziraldo na produção editorial, entre outros.

É nesse turbilhão de acontecimentos e criatividade que um novo conceito de arte se processa. É talvez na transição do modernismo para o pós-modernismo que duas correntes artísticas se formam: a *Pop* e a *Op Art*.

A *Pop Art* funcionava como uma crítica à arte modernista, não objetiva e distante do público; caracterizava-se como irônica e sarcástica e criticava o consumismo desenfreado. Era culturalmente mais acessível às massas, por apresentar ao espectador elementos como filmes, celebridades, anúncios, embalagens de produtos e outros objetos facilmente identificáveis, pertencentes à vida real. Estes aspectos resultaram na “eliminação de distinções entre belas-artes e consumo de massa”. A *Pop Art*, cujas obras eram produzidas em série, possui como característica estética em destaque, a

repetição de imagens e saturação de cores e de temas, como a fama, assunto abordado constantemente nas obras produzidas. Andy Warhol e Roy Lichtenstein podem ser citados como dois dos principais artistas representantes do movimento.

A *Op Art*, expressão inglesa, derivada de *Optical Art*, iniciou-se nos anos 1960, na Europa e teve seu auge nos Estados Unidos, entre 1965 e 1968. Os artistas da *Op Art* estavam interessados nas propriedades científicas de como a cor e a linha eram processadas pela retina e como esta informação era traduzida pelo cérebro. Eles descobriram que através da manipulação desses elementos, a nossa percepção pode ser enganada ou distorcida. É partindo desse princípio que o nome *Optical Art* é definido, referenciando ilusões ópticas. Em geral, as composições eram formadas de objetos seqüenciais, traços, cores ou formas que se sobrepunham em padrões dinâmicos que, através de sua ordem, provocam efeitos de pulsação, vibração, tremor ou uma interferência na interpretação da forma real, criando um aspecto lúdico e curioso. O estilo do movimento foi bastante utilizado na indústria e na mídia em geral, assim como na publicidade, na moda, no design, no cinema e na televisão. Esteve também presente nas artes gráficas, em materiais como cartazes e *flyers*. Foi muito bem representada por Bridget Riley e Victor Vasarely e continua marcando presença nos dias atuais.

Alguns exemplos visuais, da produção estética da década, podem ser traduzidos através do design que acompanhou e retratou a situação econômica e política do período. Foi muito influenciado pelo conceito de “obsolescência premeditada”, com a reprodução e redesenho de peças e produtos que não continham novas funções, apenas um novo modelo. As indústrias produziam os seus bens, não pensando em durabilidade e sim, no consumo rápido e na reposição periódica.

Em contrapartida, peças desenvolvidas a partir de novos processos de impressão, com a utilização de novas tecnologias, foram utilizadas, principalmente pelos jovens, como ferramentas de comunicação de cunho político, em manifestações a fim de conscientizar a população. O principal veículo utilizado era o pôster. Enquanto o Estado detinha o controle da televisão e do rádio, os jovens exprimiam nas ruas, a sua contestação.

Nas artes gráficas, a partir da releitura da *Art Nouveau*, dos temas fluidos, do feminino e do orgânico somados à estética *hippie*, aos efeitos lisérgicos das drogas (principalmente o LSD) e à *Pop Art* geram um novo formato estético chamado de psicodélico. Capas de discos, cartazes, impressos, capas de revistas continham um pouco desta influência que chega a transcender a linguagem gráfica, passando a abundar no cinema, na literatura e até em letras de música como *Yellow Submarine* dos Beatles.

Nos Estados Unidos o *Underground* surge na contramão da produção gráfica da época e inovando em diversos aspectos o trabalho dos designers. Este movimento se caracterizava pela estreita ligação com os concertos musicais, principalmente de rock. O uso da tipografia psicodélica, de cores vibrantes e contrastantes e de uma inspiração visível em experiências com drogas, dava identidade ao movimento, além do uso de tecnologias gráficas de reprodução simples (feitas em um maquinário ultrapassado e em papéis baratos) acessíveis a qualquer um, o chamado “Faça-você-mesmo”. Este estilo de produção precedeu a editoração eletrônica no que diz respeito ao controle do processo, que antes era feito exclusivamente pelo impressor e, a partir daí, passou a ser feito pelo designer que pôde criar com mais liberdade e conhecimento de seus limites.

O Brasil recebia, nessa época, influências predominantes do exterior e os processos de produção não eram desenvolvidos. Somente no final da década de 1960, agremiações de profissionais de desenho industrial começaram a surgir de modo discreto e, ainda assim, não com foco no design gráfico. Estas agremiações iniciaram as primeiras discussões sobre a identidade nacional do design e sua função social, para o progresso sustentável da atividade em nosso país, na esteira de pensadores do design social no mundo.

Nessa década, onde a ordem era jovialidade, a moda foi extremamente relevante como forma de expressão. A indústria e o prêt-à-porter já estavam consolidados e os movimentos de criação eram baseados na experimentação e na inovação, muito bem representada pela utilização de novos materiais, como chapas de metais, arames e alicates utilizados em peças de Paco Rabanne e nos *looks* futuristas e espaciais de Pierre Cardin. É nesse período que ocorrem mudanças no comportamento feminino, que o comprimento de vestidos diminui e que a minissaia é criada por André Courreges. Ainda se tratando de

comportamento, o conceito unissex é criado, a moda serve para ele, tanto quanto para ela. As calças compridas e paletós foram inseridos no cotidiano feminino por Yves Saint Laurent e o jeans, palavra de ordem, em diversos estilos e customizações, é utilizado por ambos os sexos.

Unificando os exemplos visuais citados: artes plásticas, design e moda, pertencentes à produção estética do período vigente, percebemos inúmeras influências e relações. A relação com a arte se faz presente no universo da moda, em diversos aspectos. Na estamparia, na produção e comercialização e em produtos editoriais. Na estamparia, Yves Saint Laurent inovou com o vestido tubinho estampado com desenhos do pintor Mondrian. A *Pop Art* também marcou as minissaias, através do uso de cores contrastantes e saturadas, estilizadas em malhas de alta qualidade.

No Brasil, artistas plásticos como Alfredo Volpi, Manabu Mabe e Wyllis de Castro estampavam as suas criações com base nos principais movimentos artísticos da década, como a *Pop* e a *Op Art*, com a intenção de divulgar um conceito de moda, arte e brasilidade, através da utilização de tecidos como suporte.

Emílio Pucci, da Itália, também trouxe as suas referências, com sua estamparia geométrica orgânica ultra colorida em tubinhos, *body-suits* e meias. O aspecto do psicodelismo através de matérias novas como o plástico e o acrílico, além das estampas multicolores se fizeram presentes tanto nas artes gráficas como na moda. Os movimentos da *Pop* e da *Op Art* muito contribuíram para a ornamentação das roupas na estamparia. A *Pop Art* privilegiando rostos famosos, produtos de consumo popular, histórias em quadrinhos etc., em interpretações dos trabalhos de Andy Warhol e Roy Liechtenstein; enquanto a *Op Art* evidenciava os efeitos óticos geométricos, fossem coloridos ou preto e branco, de Victor Vassarely.

Na produção e comercialização, as boutiques acompanharam os ideais da *Pop Art*. Cada vez mais populares e em maior número, tanto na Europa quanto nos Estados Unidos, apresentaram ao público de forma mais acessível, a criação dos estilistas. A produção das roupas é feita em grande escala, nos tamanhos P, M e G, assim como as obras dos artistas pop.

Tratando ainda de influências, vários personagens também tiveram seu papel na popularização do consumo de moda como é o exemplo dos Beatles, que

ditaram moda com “seus terninhos”, cabelos “tijelinhas” e “modelos coloridos”; Mary Quant, estilista inglesa, que ajudou a difundir a minissaia e a meia-calça, através do próprio uso e de sua loja, a “Bazaar”; Twiggy, a super modelo da época, com seu visual ingênuo e infantil, seus cabelos curtos e olhos maquiados, de bonecas, lembrando o estilo Lolita, considerado em alta. A moda masculina também aderiu à modernidade, trazendo aos homens casacos de zíperes, tecidos sintéticos com estampas coloridas, calças estreitas e botas. A moda unissex contribuiu para que o homem se tornasse mais vaidoso e preocupado com sua aparência.

Nos EUA, a contestação social e política na moda, veio através dos hippies, com roupas simples e populares que não distinguiam classes sociais. O visual era composto por *patchwork*, detalhes artesanais, bordados, aplicações e calças boca de sino. A partir da segunda metade da década, o movimento “*flower power*”, com os slogans “paz e amor”, “faça amor, não faça guerra”, contra a guerra do Vietnã tomaram as ruas e contaminaram visuais.

Nas publicações editoriais, a relação entre os temas citados passa a existir quando as revistas começam a utilizar a fotografia, ao invés da ilustração, para apresentar as criações de estilistas, e o design das páginas passa a ter mais importância e ser mais bem trabalhado. A *Vogue* e a *Vanity Fair* foram as primeiras publicações a adotarem as novas linguagens.

No Brasil, a influência internacional esteve bastante presente. As referências francesas nos modelos, cenários e editoriais predominaram até a metade do século XX. O panorama começou a mudar com a revista *Manequim*, lançada em 1959 pela Editora Abril, e que é considerada a primeira revista de moda do país. As revistas rivais, *Cruzeiro* e *Manchete*, ambas de interesses gerais, publicavam matérias sobre o Brasil e o cotidiano de seus povos, procurando valorizar a cultura, indústria, enfim, a identidade nacional. A *Manchete* é lançada em 1952 e tinha uma maior preocupação com a qualidade visual e de impressão, priorizando imagens a textos. A revista anunciava constantemente os produtos e tecidos da empresa Rhodia, tanto no que se refere à publicidade da revista, quanto nos editoriais de moda, geralmente fotografados com modelos da empresa. Algum tempo depois, os investimentos de Rhodia, na *Manchete*, foram substituídos pelas publicidades em *Claudia* e *Jóia*, as principais revistas femininas em circulação.

A Claudia aderiu não só à publicidade relacionada à moda, mas também, a de produtos referentes ao funcionamento do lar, como eletrodomésticos, focando o seu público-alvo nas mulheres de classe média, em especial, as casadas.

Já a Revista Jóia, desde o princípio esteve ligada à sofisticação, buscando atingir um público diferenciado, de mulheres pertencentes a classes sociais mais privilegiadas, ligadas aos assuntos corriqueiros, porém com interesses em cultura geral. As seções comuns como culinária, beleza, contos, moda e decoração eram intercaladas com seções de arte, com dicas de exposições, música, teatro, literatura entre outros. A Jóia contava com um padrão gráfico diferenciado e com profissionais de renome. Posteriormente, é reformulada e transforma-se na revista Desfile.

A partir da segunda metade da década, a moda *hippie* tomou conta das publicações, os anúncios insinuavam o sexo, porém sem o caráter de liberdade sexual proposto pela década, a irreverência, as “viagens” causadas pelas drogas e ainda o psicodelismo fecharam o período e deram início às características adotadas nos anos 1970.

## **Bibliografia**

ALMEIDA, Cláudio Aguiar. *Discutindo a História do Brasil: Cultura e Sociedade no Brasil "1940 a 1968"*. Editora Atual, 4ª ed., 1998.

BONADIO, Maria Claudia. *O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade; Rhodia S.A. 1960-1970*. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

BRAGA, João. *História da moda: uma narrativa*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

DENIS, Rafael Cardoso. *Uma Introdução à História do Design*. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

HOLLIS, Richard - *Design Gráfico, uma história concisa*. São Paulo - Martins Fontes, 2001

MCCARTHY, David. *Arte pop*. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

PAES, Maria Helena. *A década de 60*. São Paulo: Ática, 1995.

PEREIRA, Carlos Alberto M. *O que é Contracultura*. São Paulo: Brasiliense, 1983.