

A ESTÉTICA VISUAL DA DÉCADA DE 1990: UMA PROSPECÇÃO PARA A MODA¹

The visual aesthetic of the 1990s: an exploration for fashion

²Codogno, Gustavo Maurício; Especialista; Universidade Estadual de Londrina
gmcodogno@hotmail.com

³Pires, Dorotéia Baduy; Ms; Universidade Estadual de Londrina
doroteia@sercomtel.com.br

Resumo

A cada nova estação os criadores procuram pesquisar as tendências para criar suas coleções. Pelo ciclo da moda, é comum ocorrer um resgate das características marcantes de algumas décadas passadas. Estamos no ano de 2011 e é chegada a hora da década de 1990 servir de inspiração para futuras coleções. Portanto este trabalho tem como objetivo resgatar as características estéticas e visuais marcantes na década de 1990, por meio de uma análise dos fatores sociais, econômicos, políticos e culturais que refletiram no universo da moda e que ajudaram a construir a identidade da década.

Palavras chave: Tendência, Comportamento, Estética Visual.

Abstract

In each new season breeders search trends to create their collections. In the cycle of fashion, it's common a rescue of the features of some past decades. The year is 2010 and now is the time of the 1990s to serve as inspiration for future collections. Therefore this study aims to uncover the aesthetic and visual landmark in the 1990s, through an analysis of social, economic, political and cultural factors that reflected in the fashion world and helped build the identity of the decade.

Keywords: *Tendency, Conduct, Visual Aesthetic.*

¹ Monografia desenvolvida para obtenção de título de especialista.

² Especialista em Moda: produto e comunicação pela Universidade Estadual de Londrina. Designer da equipe de criação do grupo Morena Rosa, Cianorte-PR.

³ Mestre em Educação pela PUC-PR. Docente do Departamento de Design da Universidade Estadual de Londrina. Vice-Coordenadora do Curso de Especialização em Moda: produto e comunicação pela Universidade Estadual de Londrina.

Introdução

Chegamos ao ano de 2010, uma nova década se inicia. Nos dez anos anteriores muito se falou da década de 1980, de suas fortes características estéticas e visuais. Muitas coleções foram inspiradas nas polainas, nas ombreiras e calças com o cós alto, nas minissaias com *legging*, nos macacões e shorts que fizeram parte do visual extravagante desta década. E agora? O que virá pela frente? Quando falaremos e nos inspiraremos na década de 1990? Quais características e que estética marcou este período?

Segundo Jones (2005),

[...] para buscar inspiração o estilista precisa manter olhos e ouvidos abertos: freqüentar lojas, clubes, cafés, galerias; assistir shows e filmes; ler revistas, jornais e livros; ir a festas e ouvir músicas; e acima de tudo observar as pessoas e absorver as sutis mudanças estéticas que acontecem na sociedade. (JONES, 2005. p.170)

Portanto este trabalho teve como objetivo analisar e destacar quais as características relevantes da década de 1990, mostrando como os fatores políticos, econômicos, sociais e culturais influenciaram nos aspectos estéticos e visuais refletindo no universo da moda. Para isto, foi necessário destacar os acontecimentos e as mudanças no panorama mundial, os principais avanços tecnológicos, e como esses avanços influenciaram no comportamento e na maneira das pessoas se relacionarem. Quais estilos musicais estavam em alta e quais os reflexos no mundo da moda. As mudanças na relação da estética com o corpo e a preocupação com imagem. Todos estes itens foram analisados de maneira a serem relacionados desde o cenário à que estavam inseridos até suas interferências na moda.

Transformações históricas que mudaram os anos 90

A década de 1990 começa após a derrubada do Muro de Berlim (09 de novembro de 1989). Em 1991, a Guerra do Golfo Pérsico entre EUA e Iraque foi primeira guerra a ser transmitida ao vivo pela televisão. Com o fim da Guerra Fria e a extinção da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), o capitalismo global, a democracia e principalmente a globalização tiveram sua consolidação decretada.

Os países de Primeiro Mundo experimentaram crescimento econômico estável durante todo o período. Muitos países, instituições, companhias e organizações consideraram esta fase como "tempos prósperos". Países ocidentais tiveram estabilidade política e diminuíram a militarização devido ao fim da Guerra Fria, levando ao crescimento econômico e melhores condições de vida para as classes altas.

No Brasil os anos 90 começaram com instabilidade e com confisco das poupanças durante o governo do presidente Fernando Collor. Milhares de jovens saíram às ruas e criaram o movimento das "Caras Pintadas" pedindo seu *Impeachment*.

A abertura de mercado iniciado na era Collor, seguido pela implantação do Plano Real (1994), como tentativa de estabelecimento da economia acabando com a alta taxa de inflação, mudaria todo o cenário da economia nacional. Enquanto isso, os EUA começavam a viver um longo período de prosperidade, de acordo com Caldas (2004, p.126), "proporcionados pela "nova economia" da era dos provedores, dos *sites*, do comércio eletrônico e do *email*, da desmaterialização da informação e da virtualidade dos contatos". Panorama este que contribuiu para o aumento da produtividade econômica e para a disseminação de novos meios de informação que a cada dia vem se tornando comum no cotidiano das pessoas.

Novas tecnologias

As tecnologias inventadas nos anos 80 foram aperfeiçoadas e popularizadas. Com o surgimento do CD (*compact disk*), dos computadores pessoais, do processador Pentium da Intel, a popularização da Microsoft Windows, da internet, do MP3 e dos celulares, segundo Essinger (2008), nunca as pessoas tiveram que se apegar e se descartar de objetos em tão curto espaço de tempo. Afirma ainda que, com isso as máquinas de escrever, os aparelhos de fax, as fitas cassetes e VHS, os discos de vinil, mimeógrafos, papel de carta, tão em alta nos anos anteriores, tiveram a sua obsolescência decretada nesta década.

Essas novas mídias portáteis deram início à disseminação da informação existente até hoje e contribuíram com o aumento da produtividade econômica por

meio de uma mudança nas formas de trabalhar e de se relacionar. Catástrofes, guerras, eventos musicais ou esportivos começaram a serem vistos simultaneamente por milhares de pessoas em qualquer lugar do mundo pela televisão em tempo real. Profissionais de todas as áreas acessam informações na internet sobre seus respectivos assuntos de interesse. Os *e-mails* ocupam cada vez mais o lugar de cartas e telefonemas. O mundo se transforma em um espaço mais inter-relacionado, onde a rede de computadores liga, em minutos, lugares diferentes e permite grande rapidez no acesso à informação. Foi um período considerado por muitos como a era da revolução digital.

Novos estilos musicais que influenciaram a moda e o comportamento jovem

Braga (2004) afirma que a queda do Muro de Berlim simbolizou o fim de uma época e de uma ideologia, marcando o início de outra. Afirma ainda “que representou o fim de determinadas barreiras e preconceitos no vestir e o aparecimento de uma grande liberdade de se expressar visualmente: é esse o conceito que vai definir a moda na década de 1990” (BRAGA, 2004, p.100).

De acordo com Essinger (2008, p.225), “a alta costura, que entrava em um período de recesso depois da explosão de consumo e glamour nos 80, começou a ter que prestar atenção no que acontecia nas ruas, e no que os jovens andavam vestindo”.

Crane (2006) afirma não haver mais tendências universais de vestuário para adolescentes e jovens, pois cada nova vertente de estilos musicais gera novos estilos de vestuário, ou seja, música e moda caminham juntas neste período, assim como no movimento do *Punk rock* forte na década de 1980, os estilos musicais predominantes influenciaram a maneira dos jovens se vestirem nesta década.

A cultura jovem foi muito diversificada se ramificando no conceito de tribos urbanas que teve origem nos anos 80 e continuou forte no início dos anos 90. Surgem novos modos de vestir influenciados pela moda jovem, como o *grunge*, os *clubbers*, *cybers*, *ravers* entre outros grupos que, de acordo com Essinger (2008), buscavam sua identidade misturando elementos do vestuário de diversos grupos

sociais, profissionais, artísticos e até mesmo militares, influenciados pelo estilo musical incorporando no seu estilo de vestir. Estes estilos foram muito marcantes, caracterizaram todo um período e possuem fortes elementos que podem ser destacados.

Grunge

O *grunge* surgiu em Seattle entre o final dos anos 1980 e o início dos 1990. Em Usefashion consta que a localidade favorecia de certa forma, o desenvolvimento de um gênero musical alternativo. Seattle é uma região portuária, de antigas presenças indígenas, que fica no noroeste dos Estados Unidos, bem na fronteira com o Canadá. É gelada, bastante chuvosa e tomada por fábricas.

Não havia muitos atrativos para os jovens nesta cidade fria e de fraca cena cultural. Restava para os jovens locais ir para o porão e fazer algum barulho para expor suas frustrações de não poder sair para rua. Surgiram bandas que pertenciam a um círculo *underground* e tocavam diversos tipos de rock de maneira alternativa e descompromissada, sem muitos conhecimentos musicais ou estilos fixos.

A banda Nirvana foi o maior sucesso deste estilo musical, tendo seu segundo álbum, *Nevermind* (1991), alcançado os primeiros lugares nas paradas de sucesso e nos *rankings* de popularidade e destaque internacional.

Outras bandas que se destacaram além do Nirvana, foram Alice in Chains, Soundgarden, Pearl Jam, Mudhoney, Mother Love Bone, Temple of the Dog, Screaming Trees, Stone Temple Pilots.

Consta em Usefashion que Kurt Cobain, líder da banda Nirvana, fez com que seus cardigãs puídos, jeans rasgados e óculos femininos virassem clássicos.

Em Usefashion consta que os adeptos deste gênero musical eram formados por membros da geração X, a qual consiste nas pessoas nascidas nas décadas de 1960 e 1970, jovens dos anos 1980 que tiveram uma adolescência livre e habilidade para expressar toda sua angústia, raiva, tormento e dor.

Os temas das músicas estavam relacionados com letras cheias de angústia e sarcasmo, entrando em temas como a alienação social, apatia, confinamento e desejo pela liberdade, seguindo pensamentos do movimento *punk*, como a anarquia, a marginalização e a prática *underground* do “Faça Você Mesmo”.

Com o novo estilo musical surge uma nova maneira de se vestir e um novo comportamento. Segundo Braga (2004, p.101), “a moda *grunge*, de influência vinda de Seattle (EUA), marcou o modo de vestir dos jovens, que aderiram ao estilo descontraído de peças sobrepostas, roupas *oversized* e a cultuada camisa de flanela xadrez amarrada à cintura”. Mesmo influenciados pelo *heavy metal* e pelo *punk rock*, eles tinham um desapego e falta aparente de pretensão visual que resultou em roupas de 2ª mão, velhos *parkas*, tênis All Star e coturnos surrados, camisetas puídas de bandas, jeans rasgados que completavam este novo visual.

De acordo com Mendes e Hays (2003, p.257), “o *grunge* foi especialmente influente nos EUA, onde o visual foi interpretado para um mercado jovem por Anna Sui e Marc Jacobs, e recebeu variações clássicas de Dona Karan e Ralph Lauren”, levando o estilo de Seattle das ruas para as passarelas. Essinger (2008, p.225) afirma que “como muitos estilos dos 90, ele acabaria propondo uma revisão do papel de vestimenta masculina, na direção de um maior despojamento”.

Mendes e Hays (2003) afirmam que aceitou - se por muito tempo que os estilos vão das passarelas para a corrente principal da moda, mas, por muitos anos, também houve indícios crescentes do processo inverso, confirmando que a partir deste período as coleções começaram a ficar ainda mais com referências desta cultura. Finalizando, a *Vogue Itália*, em dezembro de 1992, publicou um editorial chamado *Grunge and Glory*, fotografado por Steven Meisel, com as modelos Kristen McMenamy, Nadja Auermann e Naomi Campbell.

Com a morte de Kurt Cobain, líder do Nirvana, em 1994, o movimento perdeu força. Em 2005, o cineasta Gus Van Sant lançou um filme inspirado nos últimos dias de vida de Kurt Cobain, com o título “*Last days*”. Em 2009, foi lançado o livro *Grunge*, que ajuda a consolidar o estilo das ruas de Seattle. Com textos de Thuston Moore (da banda Sonic Youth), e fotografias de Michael Lavine, o livro passa por 1982 e vai até 1992, mostrando também as mudanças ocorridas no vestuário ao longo da década.

A cultura da música eletrônica

Outro estilo musical que influenciou a moda e o comportamento dos jovens entrando em evidência foi a música eletrônica representada pelos *clubbers*, *cybers* e

ravers. Caldas (2004) afirma que a *tecno culture* imperava com suas diversas vertentes, onde os *Djs* e os *webmasters* se destacaram em uma época onde o impalpável, o instantâneo, a rapidez, a simultaneidade e os *loops* eram favorecidos por drogas químicas e cores fluorescentes.

O termo *Rave*, que significa delírio, tinha forte relação com a música eletrônica, com o uso da droga *ectasy* e o ácido lisérgico, a mistura destes elementos foi utilizada na busca por um estado alterado de consciência.

Consta em Devorê que a denominação *clubbers* nasceu em conseqüência ao chamado *clubbing*, que é a freqüência assídua a determinadas casas noturnas onde domina a música de estilo *house*, *tecnho*, *trance* e *drum n' bass*. Posteriormente surgiam as *raves*, que são festas maiores e em espaços abertos fora do perímetro urbano ou em galpões abandonados.

Segundo Essinger (2008),

[...] esses amantes da música eletrônica dançante apostaram em roupas justas, esportivas, com muitas cores (ácidas e fosforescentes, para brilhar com a luz negra da pista) e alguns toques herdados do *punk*, bastante desconstrutivistas, beirando o sadomasô. Roupas com rasgos, combinações insólitas (camisolinhas com coturnos, por exemplo), *baby look*, olhos pintados, cabelos coloridos, camisetas com os mais variados motivos (especiais, psicodélicos, infantis, paródicos, roqueiros). (ESSINGER, 2008, p.225)

De acordo com Lehnert (2001), a moda *tecno* foi uma variante revivalista dos anos 70, adaptando elementos da moda de 60 e 70, combinando de forma eclética um pouco do estilo *punk*, uma pitada de *girlie*, alguns elementos fetichistas com elementos novos de origem tecnológica inspirados no *webdesign* e na sociedade de consumo.

Braga (2004) afirma que a ordem foi a moda jovem, ousada e irreverente. Afirma ainda que essa dinâmica de fidelidade ao estilo das tribos de moda ganhou agora uma nova dimensão de influência de umas às outras a ponto as mesmas se misturarem e não haver mais a característica de ser fiel a uma única identidade visual e ideológica. Contudo, foi com o conceito de “supermercado de estilo” que a moda dos anos 90 passou a ter sua própria identidade quando mesclou informações e influências de diversas fontes. Para concluir, a moda dos anos 90 absorveu uma mistura de diversas referencias, foi um período de misturas, onde a falta de

identidade foi a identidade marcante da época, Braga (2004) elucida muito bem essa idéia.

Minimalismo na moda e no design

Estando a música dominada por um lado pelo rock *grunge* e do outro pela cena *tecno-clubber*, segundo Caldas (2004), a moda e o design de interiores, por sua vez, encontravam-se totalmente nivelados pelo minimalismo, que quer dizer obter o máximo de efeito com o mínimo de elementos e redução sistemática de formas e cores. Afirma ainda que este fenômeno que marcou os anos 90, com um conceito estético criado muito antes, mas que ao longo da década foi banalizado na moda, no design, na arquitetura e na maquiagem.

Segundo Baudot (2002), o termo tirado do vocabulário da vanguarda artística dos anos 70, o minimalismo justificou a simplicidade levada ao extremo. Palomino (2002) afirma que este estilo, que prega a simplicidade e as linhas retas, veio em oposição à extravagância e aos excessos visuais dos anos 80.

De acordo com Caldas (1999), o minimalismo na moda pode ser notado na cartela de cores, com predominância de pretos, brancos, beges, crus e cinzas com aparições mais recentes das cores primárias, sobretudo o vermelho e quanto às silhuetas, geralmente são secas e estreitas. Afirma ainda que este estilo atendeu as necessidades do homem urbano em busca de praticidade e simplificação do guarda-roupas. Quem melhor representou este estilo foi o austríaco Helmut Lang, os belgas, com destaque para Martin Margiela e outros representantes mais comerciais como Jil Sander e Calvin Klein.

Segundo Baudot (2002), a inspiração nesta vertente artística serviu como desculpa para certa pobreza, a mesma cor preta que, de Chanel a Yamamoto, passando por Rykiel ou Alaïa, que sempre constituiu uma singularidade na moda, tornou-se onipresente nos desfiles. A grande Barneys, loja de moda de Nova York apresentou no início da década cinco andares inspirados na obra de Jean-Michel Frank, pai do minimalismo nas artes decorativas dos anos 30. No interior da loja as araras com roupas de todas as grifes famosas e todas uniformemente pretas sobre um fundo bege formaram um efeito surpreendente, muito elegante, mas monótono depois de algum tempo.

O Império da imagem

As mudanças marcantes que aconteceram no quadro sociocultural, comportamental e econômico da década, refletiram também no universo da moda. Para Caldas (1999), a globalização, palavra chave dos anos 90, impôs por meio da abertura dos mercados e competição internacional, uma doutrina econômica neoliberal que contribuiu para a internacionalização de grandes marcas. Sendo assim, para Braga (2004), a moda foi uma verdadeira esponja, adquirindo um caráter de mistura, onde absorveu diversas referências vindas das mais distintas realidades formando uma nova proposta.

A moda passou a ser um grande espetáculo para as massas. Surge o império da imagem, onde a construção da imagem da marca passa a ser, na maioria das vezes, mais importante que o próprio produto. Afirma Braga (2004) que se passou a vender um conceito, seja da marca ou de uma coleção, mediante a imagem construída por meio de campanhas milionárias, com forte reforço publicitário, facilitado por novos meios de comunicação e maior investimento em *Marketing*.

Ocorre o aparecimento de novos profissionais de moda, como o *stylist*, que passa a pesquisar e orientar toda a construção da imagem do produto, além dos estilistas que atuam como verdadeiros diretores artísticos e contribuíram para o que Caldas (1999) afirma ser a moda *showbizz*, onde os desfiles passam a ser eventos concorridíssimos. Surge também o fotógrafo de moda, segundo Braga (2004), Bruce Weber e Oliviero Toscani foram os grandes nomes seguidos mais adiante por Mario Testino e por David LaChapelle que inventou um estilo de comunicação para a marca italiana Diesel em suas campanhas, ao longo da década, com uma vocação para a rebeldia, que Caldas (1999, p.104) descreve ser “agressivo, à medida que procura fabricar imagens fortes para a promoção de produtos relativamente convencionais, utilizando uma estética “*camp*”, cheia de ironia e de *non-sense*”.

Mas não foram apenas as grandes marcas que passaram a adotar a imagem como referência à autopromoção. Palomino (2002) afirma que a moda jovem a partir desta década e atingindo os anos 2000, graças a uma mistura de informações visuais e à ausência total de preconceitos unidos a soluções criativas de moda como promoção de sua imagem por meio de uma expressão pessoal, fez com que o “*prêt-à-porter*” e a alta costura comesçassem a prestar atenção na juventude.

Considerações finais

As mudanças marcantes no cenário social, político e econômico do período refletiram na moda, na música, no consumo, no comportamento e na maneira das pessoas se relacionarem.

Embora o ciclo da moda se constitua em alguns resgates às décadas anteriores, por meio de releituras. Por mais que os criadores busquem inspiração em períodos marcantes, a cada ano sempre surge algo novo e interessante. Prova disto foi esta década em análise, onde ocorreu um resgate a algumas tendências dos anos anteriores, mas surgiram muitos estilos que valem a pena serem destacados, com características marcantes, carregados de informações e conceitos que foram influenciados por todo o contexto ao qual estavam inseridos.

A globalização ajudou a quebrar barreiras em um mundo antes dividido, proporcionando abertura de novos mercados e investimentos em novas tecnologias que mudaram o cotidiano e as relações pessoais.

Vimos que tecnologia ajudou a formar um estilo musical com suas características que transcenderam o campo da música e influenciou todo um comportamento e maneira de vestir dos seus adeptos. O mesmo aconteceu com o *Grunge*, com fortes influências de tudo que acontecia ao redor de seus seguidores, o cenário ajudou a criar estes estilos e essas duas vertentes musicais são originais daquela década. Por mais que tenham adaptado as características de alguns estilos anteriores, foram autênticos e marcantes.

O universo da moda sofreu mudanças a partir deste período, os criadores passaram a estar mais atentos ao que estava acontecendo nas ruas. A moda jovem passou também a servir de referência. A moda da rua conquistou as passarelas, surgiram mais investimentos no setor, e novos profissionais focados na imagem do produto.

Este conjunto de fatores nos leva a afirmar que a moda é o reflexo da sociedade. É composta por fatores culturais, sociais, econômicos e tecnológicos. Não é simplesmente o fruto de um ato de criação isolado, pois os atentos criadores deverão sempre observar, decodificar e transpor os desejos da sociedade para então conceber novos produtos.

Referências bibliográficas

- BAUDOT, François. **Moda do século**. Tradução: Maria Thereza de Rezende Costa. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2002.
- BRAGA, João. **História da moda**. 3ª ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.
- CALDAS, Dario. **Observatórios de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2004.
- CALDAS, Dario. **Universo da moda: curso on line**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. Tradução: Cristiana Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.
- DEVORÊ. Disponível em: <http://devorer.blogspot.com/2009_06_01_archive.html>. Acesso em 17 julho 2010.
- ESSINGER, Sílvio. **Almanaque anos 90**. Rio de Janeiro: Agir, 2008.
- JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design: manual do estilista, título original: Fashion design**. Tradução: Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- LEHNERT, Gertrud. **História da moda do século XX**. Tradução: J.M. Consultores S.A. Colônia: Könnemann Verlagsgesellschaft mbH, 2001.
- MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.
- RAMOS, Célia Maria Antonacci. **Teorias da tatuagem: corpo tatuado: uma análise da loja Stoppa Tattoo da Pedra**. Florianópolis: UDESC, 2001.
- USEFASHION. Grunge. Disponível em <<http://www.usefashion.com/categorias/tribosurbanas.aspx?ID=85836>> Acesso em 10 março 2010.