

AS INFLUÊNCIAS DE ESTILOS JUVENIS NA SOCIEDADE BRASILEIRA DOS ANOS 1980

The influences of youth styles in the Brazilian society in the 1980s

Possidônio, Leonardo Ribeiro; Graduando; Universidade Federal de Juiz
de Fora; possidoniolr@gmail.com¹

Introdução

A presente pesquisa visa analisar de que maneira a cultura juvenil influenciou o comportamento dos outros grupos sociais e etários, impondo formas mais flexíveis e relaxadas de vivências de papéis e relacionamentos. Esta pesquisa está vinculada ao projeto “As contribuições da cultura juvenil para um relaxamento social: a moda dos anos 1980”, coordenada pela Profa. Dra. Elisabeth Murilho da Silva². No projeto, a moda é vista como a parte mais aparente de mudanças e fenômenos sociais mais profundos, enfatizando as novas experiências com o corpo, o espaço social da mulher e do jovem no cenário brasileiro daquele momento.

Para esta parte específica, escolheu-se focar os discursos relativos à moda para a mulher adulta e estabelecida, que até o período final da década de 1970 era a cliente preferencial e *habitué* das colunas sociais. Pretende-se, com isso, apreender as mudanças de discursos que levarão a uma juvenilização ainda maior dos padrões de beleza e a um “relaxamento” do gradiente de formalidade e informalidade (ELIAS, 2002) nas relações sociais.

Metodologia

A pesquisa utiliza-se, principalmente, do acervo de jornais e revistas de grande circulação nas principais capitais brasileiras, sendo A Folha de São Paulo e O Globo as principais fontes. O período selecionado compreende os anos de 1978 a 1982, considerando a fase inicial do projeto³.

¹ Graduando do curso de Artes e Design do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora; bolsista de iniciação científica do projeto “As contribuições da cultura juvenil para um relaxamento social: a moda dos anos 1980”, coordenado pela Prof^a Dr^a Elisabeth Murilho.

² O Projeto conta com a bolsa BIC/UFJF e é coordenado pela Prof.^a Dr^a Elisabeth Murilho, do Instituto de Artes e Design e do Programa de Mestrado em Artes, Cultura e Linguagens.

³ O acervo foi acessado entre agosto de 2014 e maio de 2015. Todas as reportagens contidas aqui foram revisitadas em 24 de maio de 2015.

Relevância

Os papéis tradicionais da mulher na sociedade passam por um profundo questionamento, fruto das mudanças de comportamento oriundas de movimentos como a liberação sexual da década de 60 e movimento *hippie*, entre outros (CASTELLS, 2010). Pretende-se demonstrar, através das páginas de jornal e revistas mudanças comportamentais refletidas na moda e no cotidiano, ora com entusiasmo, ora com resistência.

Resultados:

O espírito jovem: feminilidade e ousadia

Entre os grandes nomes da moda europeia, a alta costura enfrentava dificuldades. A boutique de prêt-à-porter Rive Gauche de Yves Saint Laurent era símbolo da força e popularidade desse segmento que refletia as aspirações do mundo globalizado. A juventude gozava, então, de um relaxamento social que contagiava a moda gradativamente:

[...] a geração pós-guerra começou a recusar não somente os estilos, mas toda a ética da Alta costura. Ela parecia muito formal, muito 'pronta', muito... velha. Yves Saint Laurent famosamente proclamou a morte da Haute Couture. Brigitte Bardot se recusou a usá-la por ser 'para vovós' [...]. (ZDATNY, 2006, pag. 233, tradução nossa).

A elite brasileira sempre fora admiradora da moda europeia. Essa observância constante de seus costumes e hábitos deu ao Brasil fôlego para fortalecer a moda nacional. Na década de 60 nomes como Denner e Clodovil atraíram atenção para suas coleções que, apesar de inspiradas na moda parisiense, traziam um ar de "brasilidade". A FENIT crescia em parceria com a Rhodia e renomados estilistas como Pierre Cardin, Paco Rabanne e Courrèges⁴ notoriamente revolucionários.

Essa adoração pelo que vinha das capitais cosmopolitas evidencia uma preocupação maior do que a simples cópia, ela demonstra um olhar crítico sobre seu meio; a uniformização da sociedade globalizada. Vários depoimentos de pessoas influentes do ramo da moda nacional dados em entrevista para o jornal refletem essa realidade. Entre esses, a estilista Luli Beviláqua justifica a estética de sua grife homônima:

"Não adianta tentar impor uma moda de características nacionais. Se eu fizer aqui vestidos inspirados em baianas, ninguém vai querer [...] Roma, Paris e Nova York mostram em suas vitrinas as mesmas tendências. Por que, então, a moda seria diferente no Brasil?" (SANTOS, A. Linha internacional, segundo Luli. *Folha de São Paulo*, Ilustrada, p. 5, 30 ago. 1981.)

Figura 1: Reportagem com entrevista de Luli Beviláqua. (<http://acervo.folha.com.br/fsp/1981/08/30/21/>) 30 ago 1981

⁴ Ver BONADIO, M. C. *O fio sintético é um show. Moda, política e publicidade; Rhodia S. A. 1960-1970*. Tese de Doutorado, IFCH-Unicamp, 2005.



Calça sarouel, sandálias douradas. Ao gosto brasileiro.

Luli Rio, etiqueta carioca, acaba de instalar seu show-room em São Paulo.

Linha internacional, segundo Luli

ANTONIETA SANTOS

A Rio Summer Collection, que apresentou o que será moda no próximo verão, trouxe uma boa novidade: a etiqueta Luli Rio, criação e estilo de Luli Bevilacqua. Trabalhando com as tendências universais — “não adianta tentar impor uma moda de característicos nacionais. Se eu fizer aqui vestidos inspirados em baianas, ninguém vai querer usar, porque santo de casa não faz milagres. Mas se eu fizer sarouells ou jodpours, todo mundo vai apoiar. Acho que a mesma coisa acontece na Escócia. Lá o povo não veste kilt o ano inteiro. A moda é universal, não pode se restringir a uma única linha” — ela está revelando a atualidade de sua etiqueta.

Há um ano no mercado com sua marca, Luli compreendeu a importância da contemporaneidade no “prêt-à-porter”. “Roma, Paris e Nova York mos-

tram em suas vitrinas as mesmas tendências. Por que, então, a moda seria diferente no Brasil? Além disso, a transferência para países do Terceiro Mundo de grandes indústrias de confecção — no Brasil temos vários exemplos — está ajudando a tornar a moda cada vez mais internacional.”

Falando essa linguagem, Luli, ex-manequim, associou-se a José Carlos Coimbra, comprador e programador de algumas coleções do Rio para criar a etiqueta Luli, completando a associação com casamento e inaugurando sexta-feira o seu show-room paulista. “Estamos fazendo um trabalho que envolve muita pesquisa. O que estamos lançando hoje tem contemporaneidade em qualquer grande cidade do mundo. Fazemos aqui a linha africana, marinha, e chinesa, que estão nas vitrinas de Paris a Nova York.”

Estampas bem coloridas: folhas, flores e frutos da África.

Os novos códigos de vestuário que convergiam para os indivíduos mais jovens indicavam a ruptura com modelos hegemônicos. Surgiram maneiras menos despreocupadas de se vestir, adequadas aos novos hábitos e padrões de beleza que emergiam do choque entre as culturas juvenis e as camadas mais conservadoras da sociedade. “Nunca se trabalhou tanto com o objetivo de colocar a disposição dos jovens a mais variada gama de roupas, objetos pessoais e acessórios [...]” (SANTOS, A. Um festival para antecipar o verão: jeans e couro, bossa cearense para muitos. *Folha de São Paulo*, Ilustrada, p. 2, 26 jul. 1981).

A moda de então trazia peças que evidenciavam os corpos, diminuían os limiares entre faixas etárias, com maior foco na boa forma corporal do que numa determinada idade, dando mostras da abrangência do vestuário de lazer. Na reportagem mostrada na figura 2 a colunista se refere a uma “eterna juventude” e continua: “Ela pode ter 15 ou 45 anos, desde que se mantenha em forma [...] e uma cabeça de dar inveja a qualquer garota.” (MACHADO, H. Uma moda justa: Pede muita jovialidade, *Folha de São Paulo* Ilustrada, p 5, 15 abr. 1980). O discurso de classes em que os olhares se voltavam para um grupo de posição social privilegiada vai dando espaço a novos conceitos mais focados em indivíduos concretos que em estereótipos (CRANE, 2006).

Figura 2: Exemplo de reportagem voltada para o público jovem (<http://acervo.folha.com.br/fsp/1979/04/15/21/>)
15 abr 1980

Uma moda justa: pede muita jovialidade



HELO MACHADO

A mulher 79 deve ser magra. A partir desta ordem, Paris e seus seguidores determinam a nova silhueta, um pouco de anos 40, um certo toque dos 50, mas uma jovialidade e dinamismo que só caracterizariam mesmo a década de 80. Muito próximas do futuro, pelo arrojo de suas formas colantes, mas com a praticidade de hoje, as novas tendências exigem também que suas seguidoras sejam muito jovens. Felizmente, no que se refere a essa "eterna" juventude que se apregoa em moda, classifica-se ou qualifica-se como jovem a mulher de muitas idades. Ela pode ter 15 ou 45 anos, desde que se mantenha em forma tenha corpo bem cuidado, sem "pneuzinhos" e uma cabeça de dar inveja a qualquer garota, tamanho deve ser seu interesse em todos os assuntos. Preconceitos não ficam com ela.

Partindo desta mulher extremamente viva e dinâmica, a moda justa, quase grudada em algumas peças, vai caracterizar este ano, para felicidade das que fazem ginástica, balé, cooper, apitam saltos altíssimos e finos nas não dispensam em seu guarda-roupa pelo menos um par de tênis.

Entre os muitos estilistas e proprietários de confecções paulistas, que seguem à risca as tendências parisienses, destaca-se Luis Rossler, carro-chefe da "Crazy Shirts", responsável também pela "Cravon". Ao contrário de seus colegas de profissão, ele vai a Paris apenas "para tomar sauna". As correntes ou linhas de moda lançadas a cada estação são aproveitadas em sua essência. Todos os outros molhos e charmes nascem pela e para a própria "Crazy", de uma maneira muito malaguihar: "Estou acostumado com a moda, explica Rossler. Desde que vim da Argentina, há 20 anos, trabalhei em revista de moda e há quase 7 anos criei "Crazy Shirts", exatamente porque percebia que não existia no Brasil uma confecção totalmente jovem, que oferecesse o que muitas esperavam encontrar talvez em Roma, Nova York, Paris..."

Acostumado com o sucesso — além das confecções, Rossler tem seis lojas espalhadas pelos melhores pontos de São Paulo — ele procura entender os jovens e até as crianças, exatamente para colocar no mercado o que eles previamente determinam em suas preferências. Nada é feito a olho, mas de uma maneira incrivelmente profissional. Da escolha de vendedoras, à publicidade, tudo tem um toque de dano, que alguns complementam: "... daí o sucesso."

Mas como será o inverno desta moda "crazy", que acaba de ganhar mais uma linha, a Dinossauros, composta de calças de veludos, cliré, indigo, gabardine e malha? "Difficil explicar, diz Rossler, são tantas peças. E que a filosofia da "Crazy Shirts" é exatamente dinâmica, para dar uma grande margem de opção de combinações".

Vinho, uva, negro, verde, cognac, bege são as cores usadas nos T-Shirts longos, estampados, listrados, lisos, que não se contentam em ser apenas T-shirts: querem ter detalhes nos ombros, para enriquecer qualquer traje. Os conjuntinhos, em plush e malhas soft seguem a linha justa e têm enfeites de cores contrastantes. Os pulovers em pontos trabalhados, grossos, mas leves, são mesclados, buclês, folgadoinhos e curtos ou justos, mais longuinhos. As saias? Justas, claro, mas há também as pregueadas, para todos os gostos, que são usadas com as malhas coloridas e botas esportivas, de saltos baixos ou grossos.

Ainda no "aperto" da moda, duas vedettes desta coleção: as leggings — calças coladas, como uma segunda pele, para serem usadas com tônicas/T-Shirts ou sob vestidos — e os leotards — nome novo para os "colantes", usados há dois ou três anos. Em malha "vespa", 100% algodão, eles aumentarão o brilho das jaquetas de cetim, um dos pontos altos desta coleção, que lembra, com mais vigor, os dourados anos 50.

E para os rapazes nada? Luis Rossler, que já fez Crazy infantil não os deixa de lado: dentro de sua linha infinita de T-Shirts, uma outra e indicada para os garotos. Só que tem uma coisa. Que garota consegue resistir a ela?

Foto: Mimilo Gomes

Jaqueta de cetim lembra os anos 50 e, como o outro conjunto, pede lir e riu.

Ganham destaque as musas do cinema americano (Figura 3); as mulheres práticas, que trabalham, vão ao supermercado, se divertem e ainda encontram tempo para cuidarem da aparência. O vestuário e seus acessórios assimilaram, para além das noções classicistas, a pluralidade dos estilos de vida. Das matérias pesquisadas nota-se que não se pretende, ali, discursar para uma classe social específica, mas antes para o indivíduo e a pluralidade de identidades disponíveis. "Agora é a hora e a vez do corpo. Do culto ao corpo, mais precisamente. [...] acompanhando a explosão de uma nova vida, de comportamento e de visão de mundo [...]". (Um verão de muitas versões. Folha de São Paulo, Ilustrada, p. 6, 05 jan. 1981).

Figura 3: Reportagem "Como ouro, 18 quilates" (<http://acervo.folha.com.br/fsp/1979/01/14/21/>) 14 Jan 1979.

Como ouro, 18 quilates



O espírito da moda no momento está nas roupas douradas "ultra-sexy". E qual a melhor maneira de fazer sucesso, senão se vestir toda de ouro? A Moda do Ouro de 18 quilates é uma necessidade para qualquer mulher que quiser fazer furor com esse gênero.

Inspirando-se no desfile da El Dorado, realizado em Londres, no fim do ano, a Garota de Ouro de hoje é impetuosa, atrevida, fulminantemente vistosa e, sem dúvida, deixará bem para trás o vestido preto até então em voga.

Se quiser aderir a esse brilhante estilo hollywoodiano, use um vestido de lamê bem justo e colante, sedutoramente sem alças. As luvas três quartos dão nele um toque de elegância.

Ou então, vista um conjunto de três peças: jeans de acetato de lamê dourado, bustiê de lan-tejoulas e optativamente blazer ou blusão sempre de lamê.

Mas a beleza do seu corpo só será de fato realçada com o "conjunto da gata", que Mary Quant denominou "Eros": simples tanga e bolero de lurex dourado sobre malha inteiriça dourada, do tipo balé — as chamadas "twinkletes" da própria Mary Quant.

Dorothy Perkins, por sua vez, apresenta um vestido de cetim dourado "tubinho", com frente única presa ao pescoço, e com acessórios, as famosas "twinkletes" de Mary Quant, cortadas no tornozelo, e luvas três quartos.

Vestido de lamê sobre as "twinkletes" de Mary Quant cortadas no tornozelo.

Conclusões preliminares

Considerando o período analisado, a cultura juvenil demonstra influência nos outros grupos sociais e etários que, até então, não haviam mensurado sua importância. As inversões de papéis e a confluência de códigos comportamentais dão origem a estilos de vida baseados em identidades individuais e coletivas que encontram força no mundo globalizado. Considerando-se a fase inicial da pesquisa, seria possível apontar que o surgimento e desaparecimento de tendências que ocorreram em espaços de tempo pequenos e a justaposição dos novos e velhos hábitos, contribuiriam para o maior nível de detalhe das análises desse fenômeno.

Referências bibliográficas

- CRANE, D. *A moda e seu papel social. Gênero, classe e identidade das roupas*. São Paulo: Senac, 2007.
- BONADIO, M. C. *O fio sintético é um show. Moda, política e publicidade; Rhodia S. A. 1960-1970*. Tese de Doutorado, IFCH-Unicamp, 2005.
- CASTELLS, M. *The Power of Identity*, Reino Unido, Blackwell Ltda, 2010
- ELIAS, N. *Os alemães – a luta pelo poder e a evolução do habitus nos séculos XIX e XX*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.
- ZDATNY, S. *Fashion, work and politics in modern France*, 2006
- ACERVO digital da Folha de São Paulo. Disponível em:
<<http://acervo.folha.com.br/>> acessado em: 24 mai 2015.