

Key-words: Digital TV - Interactivity - Trade - Design - Retail - Interface

Resumo: O desafio do comércio varejista é inserir o produto ou serviço a ser vendido na TV digital com conteúdo interativo. Esta é uma vantagem a ser explorada pela possibilidade da interatividade entre espectador e a informação. O objetivo deste artigo é propor a configuração gráfica (design) de um modelo conceitual para o comércio varejista na TV Digital. Os procedimentos metodológicos recaem sobre uma pesquisa exploratória e experimental. Os resultados apresentam o design gráfico da interface do ambiente digital

interativo para o comércio eletrônico, confirmando que a utilização do sistema interativo permite relação de co-autoria com o telespectador, e a segurança da compra.

Palavras-chave: TV Digital - Interatividade - Comércio - Design - Varejista - Interface

(*) **Giorgio Gilwan da Silva.** Mestrando em Recursos Humanos para TVDigital - EGC/UFSC. **José Leomar Todesco.** Pós-Doutorado, Universidad Politécnica de Madrid -

Interferência do Contexto Social na Moda e nas Formas do Vestuário - 1900 à 1990

Fecha de recepción: septiembre 2009

Fecha de aceptación: febrero 2011

Versión final: mayo 2011

Icléia Silveira, José Alfredo Beirão Filho y Maria Izabel Costa (*)

Resumen: El estudio tiene como objetivo identificar el contexto social de las décadas de 1900 a la 1990. Se optó por la investigación cualitativa y descriptiva. Se evidenció que las características presentes en el contexto social son incorporadas a las tendencias de moda. Todos los hechos del ambiente económico, político, cultural y social se manifiestan en la vida de las personas bajo diversas formas, en la manera de ser y de comportarse.

Palabras Clave: Ambiente - Social - Cultural - Política - Vestuario

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 200]

1. Introdução

No espaço social da moda inserem-se todos os fenômenos políticos, econômicos, culturais e sociais. Difundem-se os novos conhecimentos, novas tecnologias e adotam-se as últimas novidades tecnológicas e das tendências de comportamento. Este trabalho busca verificar a interferência destes fenômenos na moda e na forma do vestuário. Fundamenta-se e contextualizam-se os principais acontecimentos no ambiente social que influenciaram as décadas de 1900 a 1990. Buscou-se através da pesquisa teórica, os fatos marcantes do contexto histórico, com interações de leituras e análises interpretativas dos elementos visuais, das imagens características de cada década. Com todas as informações obtidas, discutiu-se o contexto social das décadas e a interferência na moda e nas formas do vestuário.

2. O Contexto Social das Décadas (1900/1990)

1900

- Período da Era Eduardiana na Inglaterra, La Belle Époque na França.
- A sociedade eduardiana modelava-se para satisfazer as exigências pessoais do rei.
- Movimento de emancipação da mulher.

- Teatro como foco de interesses sociais.
- A roupa revelava a posição social, classe social e idade.

1910

- Sufrágio feminino: mulheres conquistam o direito ao voto.
- Transporte público e viagens aéreas.
- Progresso das comunicações gera a cultura de viagens e férias.
- Primeira Guerra Mundial.
- Fim do cinema mudo.
- Inicia-se a Primeira Guerra Mundial.
- Em 1917 inicia-se a Revolução Russa.
- Em 1918 finda a Primeira Guerra Mundial com a Derrota da Alemanha.
- Em 11 de abril de 1919 é criada a OIT - Organização Internacional do Trabalho.

1920

- Primeiras transmissões públicas e regulares de rádio - Estados Unidos e Grã-Bretanha.
- Literatura mundial - criativas e inovadoras - *Ulisses*, de James Joyce; *Terra Arrasadora*, de T. S. Eliot; e *Sidarta*, de Herman Hesse.

- 1928: o dirigível alemão Graf Zeppelin é a 1ª aeronave comercial a fazer viagem de ida e volta entre Europa e Estados Unidos.
- Invenção da televisão e do gramofone.
- 1929: a Bolsa de Valores de Nova York quebra.

1930

- 1936-1939: Guerra Civil Espanhola.
- 1937: o rei Eduardo VIII abdica o trono.
- A crise mundial provocou um estilo de vida mais simples. Milionários ficaram pobres, bancos e empresas faliram e muitas pessoas perderam seus empregos.
- Raymond Loewy - designer que criou o logotipo da Shell.
- Estados Unidos dominam a produção do vestuário em massa.
- Culto ao corpo.
- Regimes autoritaristas na Europa: nazismo e fascismo.
- Produção, invenção e criação cultural intensa.
- 1939: Segunda Guerra Mundial.

1940

- Segunda Guerra Mundial.
- Bomba atômica.
- Racionamento e cupons para adquirir roupas.
- DuPont desenvolve o náilon.
- 1947: Introdução de corantes sintéticos para tingir as novas fibras acrílicas e de poliéster.
- A sociedade retoma o luxo e a extravagância.

1950

- Desenvolvimento dos meios de comunicação.
- Popularização da televisão.
- Desenvolvimento tecnológico e de utensílios domésticos.
- Mulher bela - bem cuidada - dona de casa - esposa - mãe.
- A juventude torna-se rebelde e manifesta-se.
- 1955: movimento pelos direitos civis nos Estados Unidos.
- 1957: União Soviética lança o satélite espacial Sputnik.

1960

- John F. Kennedy é eleito presidente dos Estados Unidos.
- Revolução Cubana.
- 1963: assassinato de Kennedy.
- Invenção do cabo telefônico transatlântico.
- 1965: Guerra do Vietnã.
- Corrida espacial.
- Guerra Fria.
- Movimento hippie.
- Avanços na medicina - pílula anticoncepcional feminina.

1970

- Nixon e o escândalo Watergate - Estados Unidos.
- Festivais de Rock.
- Discotecas.
- A onda glitter.
- Avanço do movimento feminista.
- Movimento Hippie.
- Movimento Punk.

- Estilo Militar.
- Fim da guerra do vietnã.
- Processo multicultural.

1980

- Casamento do príncipe Charles e de Diana.
- 1981: Guerra das Malvinas.
- A MTV e os vídeos popularizam os estudos da juventude.
- Os seriados de TV Dallas e Dinastia, assistidos por milhões de espectadores no mundo todo, influenciam escolhas de moda relacionadas à ascensão social.
- Mulheres ocupam cargos executivos no mercado de trabalho.
- A imagem como meio de comunicação, quando o corpo tornou-se uma vitrine de tudo.
- Primeiros jogos eletrônicos.
- 1987: queda da bolsa de valores nos Estados Unidos.
- 1989: Queda do muro de Berlim.

1990

- Acordos internacionais de comércio GATT e NAFTA.
- Guerra do Golfo, fim do Apartheid, colapso da União Soviética. Reunificação da Alemanha.
- Computadores pessoais tornam-se acessíveis.
- China reivindica Hong Kong.
- Morre a princesa Diana.
- Comércio em recessão.
- O Oriente abre as portas para o mercado internacional. Caem as barreiras de comércio.
- A internet agiliza a comunicação - globalização.
- Avanço da tecnologia trouxe desenvolvimento - comércio eletrônico - celular. Sistema Linux. A tecnologia CD e DVD.

2.1. Contexto Social da Década de 1900

No início do século XX surgem as primeiras manifestações democráticas. As maiores conquistas adquiridas foram: o voto feminino, o contrato de trabalho e a liberdade para fazer greves e comícios.

As classes trabalhadoras estavam cada vez mais revoltadas com a exploração que sofriam pela aristocracia e pela burguesia, que devido ao desenvolvimento das cidades e do comércio e ao poder político que possuíam, tornavam-se cada vez mais ricos. Surge então a divisão das classes em médias, altas e baixas. As classes dominantes desejavam ostentar suas riquezas, e para tanto, valiam-se da alta-costura. Outros consumidores em potencial foram as atrizes e cortesãs (*cocottes*), que determinavam os critérios de elegância para as mulheres ocidentais. Estas atrizes usavam as roupas de luxo, criadas pela alta-costura, no palco e na vida privada. Tinham a obrigação de dispor um vasto guarda-roupa para usar nos palcos. Somente com a Lei do Teatro Reich, de 1919, é que os empresários são obrigados a responsabilizarem-se pelo vestuário do palco. A mais famosa das atrizes foi Sarah Bernhard, que usava os figurinos produzidos por Paul Poiret desde sua primeira apresentação, atuando na peça D'Aiglou, em 1900. Outra atriz de grande destaque foi Eleonora Duse, que em suas apresentações vestia-se com figurinos confeccionados por Worth (Selling, 2000).

Paris ainda ditava a alta moda. Ser senhor absoluto do gosto e fazer parte dos escalões superiores da moda traduzia-se em possuir uma etiqueta de Paris. Quem não podia pagar pela criação de um renomado costureiro, acabava recorrendo às cópias. Uma mulher elegante não repetia roupas. Dentre as melhores consumidoras, além das atrizes, cortesãs e aristocracia europeia, estavam as herdeiras americanas, mulheres da classe alta de países como o Brasil e rainhas das mais diversas nacionalidades. Em 1900, com a *Exposition Universelle de Paris*, ocorre um fórum internacional, onde os estilistas parisienses proclamaram sua superioridade universal. Através da exposição, foram apresentadas novas técnicas e recursos industriais e das artes, que tiveram enorme repercussão no mundo da moda. A *Chambre Syndicale de la Confection pour Dames et Enfants* organizou uma impressionante mostra de trabalhos de vinte grandes casas: *Les Toilettes de la Collectivité de la Couture*. Os artigos expostos eram decorados com contas, lantejoulas, bordados, rendas, flores artificiais, e possuíam muitos rufos e babados. Segundo o presidente da *Chambre*, o objetivo da mostra era expressar a vitalidade e a importância da sua indústria (Mendes e La Haye, 2003).

2.2. Contexto Social da Década de 1910

A Primeira Guerra Mundial, que teve início no ano de 1914, provocou severas mudanças no sistema da moda, e até o final do conflito não se registrou grandes acontecimentos sociais. Com o mercado financeiro instável, a alta sociedade europeia começou a desintegrar-se, e as exportações lucrativas para a América do Norte ficaram restritas e sem nenhuma garantia. Os Estados Unidos dependiam da indústria da moda francesa, e várias tentativas para sustentar e manter as *maisons* foram realizadas. A revista *Vogue*, por exemplo, organizou festas de moda para levantar fundo para este fim.

Apesar dos problemas da guerra, a moda francesa continuava sendo promovida semestralmente, recebendo cobertura da imprensa internacional (Mendes e La Haye, 2003). Em 1916, as exigências da guerra já afetavam até os mais ricos, e foi um período de muita escassez de emprego, e as roupas de dia tornaram-se modestas, como o próprio estilo de vida. Ao longo de toda a guerra, muitas oficinas e fábricas de roupas foram reformuladas para produzir uniformes militares padronizados, uma medida que teve impacto na produção do vestuário feminino. Muitas empresas adotaram a divisão do trabalho para aumentar a produção. Foi também adotada a faca de fita (introduzida em fins da década de 1850 por John Barran, em Leeds, Inglaterra), que cortava grandes quantidades de tecidos. Em 1914, a *Reece Machinery Company*, nos Estados Unidos, inventou a máquina de casear, que foi indispensável para os produtos de moda durante e após o período de guerra. Diante das necessidades do mercado, a indústria tornou-se mais organizada. No pós-guerra, Paris continuou a dominar o mercado internacional (Mendes e La Haye, 2003).

2.3. Contexto Social da Década de 1920

Uma década de prosperidade e liberdade, animada pelo som das *jazz-bands* e pelo charme das melindrosas - mulheres modernas da época, que freqüentavam os salões

e traduziam em seu comportamento e modo de vestir, o espírito desta década foi também chamado Era do Jazz. O que determinaria a moda do pós-guerra foi o visual *garçonne*, a própria antítese do estilo romântico. Este estilo representa uma certa independência da mulher, social, econômica e política.

O inventor escocês John L. Baird apresenta uma nova máquina capaz de transmitir imagens em movimento sem utilizar fios. É o passo inicial do que virá a ser a televisão. Foi a era das inovações tecnológicas, da eletricidade, da modernização das fábricas, do rádio e do início do cinema falado, que criaram principalmente nos Estados Unidos, um clima de prosperidade sem precedentes, constituindo um dos pilares do chamado *American Way of Life* (o estilo de vida americano) (Queiroz, 1998).

Em 1928 o direito do voto foi estendido a todas as mulheres britânicas, embora as mulheres americanas houvessem conquistado o direito de votar em 1920 (Mendes e La Haye, 2003).

Em Paris nascia um clima de mistura de culturas com a proximidade dos músicos negros de jazz e grandes nomes da literatura americana. Ocorreu uma mudança nos valores de beleza, o negro passou a ser visto como modelo de beleza, estética influenciada pelo sucesso dos ídolos negros. O mundo passou a dirigir sua atenção para a África, à procura de raízes ocultas e de novas revelações (Seeling, 2000).

A pele bronzeada entrou na moda evidenciando o lazer e a riqueza necessários para obtê-la - idealmente em estâncias cosmopolitas à beira-mar. Isto influenciou o design das roupas de banho (Mendes e La Haye, 2003). Toda a euforia dos anos 20 foi abalada no dia 29 de outubro de 1929, quando a Bolsa de Valores de Nova York registrou a maior baixa de sua história. De um dia para o outro os investidores perderam tudo, afetando toda a economia dos Estados Unidos, e, conseqüentemente o resto do mundo.

2.4. Contexto Social da Década de 1930

A década de 1930 começou com crise causada pelo mercado americano. As encomendas feitas na área do vestuário foram sendo gradativamente canceladas ou diminuídas. Para enfrentar esta crise, estilistas como Elsa Schiaparelli trouxeram para a sociedade as "roupas boas da classe trabalhadora". As roupas eram simples, porém elegantes (Laver, 1989, p. 235).

As casas de moda fecharam ou diminuíram de tamanho. Milhares de modistas, alfaiates, costureiros, bordadeiras e produtores de acessórios foram dispensados (Mendes e La Haye, 2003). Este contexto econômico certamente contribuiu para aumentar a semelhança entre as roupas das diversas classes, pelo menos em linhas gerais.

O surgimento de novos materiais, como a baquelita, uma espécie de plástico maleável, aliada ao novo conceito de modernidade, relacionado à aerodinâmica, fez surgir um novo design, aplicado a vários objetos e eletrodomésticos. Com a Depressão, aumenta a semelhança entre as diversas classes sociais. Tecidos mais baratos passaram a serem usados na confecção, como algodão e casimira. O uso do tecido sintético contribuiu para que as diferenças das diversas classes sociais, em relação à vestimenta, em linhas gerais diminuíssem (Laver, 1989).

Enquanto durou a intensa atividade cultural do início da década de 30, a moda foi extraordinariamente elegante, em especial no que se refere aos vestidos longos e aos chapéus variados. A alta sociedade exibia sua elegância nos teatros, nos cursos e conferências e nas festas ao ar livre; os costureiros pressentiam a Segunda Guerra, que iria estourar no final da década (Seeling, 1999, p. 103).

A década foi caracterizada por transformações políticas. Intelectuais idealistas de vários países europeus e dos Estados Unidos viam o maior perigo político no fascismo na Europa, e formaram, em 1936, durante a Guerra Civil Espanhola, uma brigada internacional que lutava ao lado dos republicanos contra os nacionalistas. Para outros, o perigo era o comunismo de Hitler (Seeling, 2000).

Na Alemanha, a crise econômica causou desemprego, e esta ficou isolada do resto do mundo. Porém, em 1936, os alemães foram os anfitriões de todos os países que participaram nos Jogos Olímpicos. O esporte era um elemento de união. Em toda a Europa nasciam grupos de ginástica e as pessoas andavam de bicicleta, jogavam tênis e golfe (Seeling, 2000).

Ao longo de toda a década a beleza ligou-se à saúde. Clubes de esportes, de saúde e naturistas foram estabelecidos para aprimorar corpo e espírito. Na Grã-Bretanha, a Liga Feminina de Saúde e Beleza organiza aulas de ginástica em massa em grandes espaços públicos (Mendes e La Haye, 2003). A pele bronzeada era o máximo da moda, o banho de sol e os esportes influenciavam no modelo das roupas. As costas nuas foram uma inovação da década de 1930. Em 3 de setembro de 1939, após a invasão da Polônia por Hitler, a Grã-Bretanha e a França declararam guerra à Alemanha. As circunstâncias políticas tumultuadas e a realidade iminente da guerra foram refletidas nas coleções em estilo militar. As cores assumiram tons sinistros: azuis ameaçadores, cinza, verde e roxo.

2.5. Contexto Social da Década de 1940

Durante a Segunda Guerra Mundial as roupas tornaram-se mais versáteis, modesta e discretas. Porém, a moda francesa sobreviveu, apesar das restrições, os estilos não foram destituídos de brilho, durante a guerra.

Apesar de todas as adversidades, a alta-costura francesa desenvolveu um estilo altamente extravagante, comprovando assim sua autonomia. Enquanto no resto do mundo as mulheres se julgavam no dever de se vestir de forma discreta e modesta, as francesas usavam: batom, vermelho e chapéus altos (Seeling, 2000).

A idéia de Adolph Hitler era transformar Berlim na capital cultural do mundo e planejou mudar a capital da moda de Paris para a capital alemã. Foi, porém persuadido por Lucien Lelong, presidente da *Chambre Syndicale de la Couture*, que esta seria impraticável. Mais de cem casas no período de guerra permaneceram abertas em Paris, assegurando os trabalhadores subsistência (Mendes e La Haye, 2003).

A maioria da população sofreu privações por causa da escassez de alimentos e outros bens, inclusive roupas. Muitas fábricas das famílias judias foram fechadas. Mulheres criativas transformaram roupas velhas em um novo estilo (Mendes e La Haye, 2003).

De acordo com Seeling (2000), foi durante a guerra que muitas pessoas desenvolveram pela primeira vez o gosto pela qualidade. Aprenderam a valorizar o tecido resistente, que, além disso, eram confortáveis, como algodão, a lã e o linho. A própria confecção passou a ser importante, porque fazendo suas próprias roupas conseguia distinguir o bom do mau trabalho.

A partir de 1941, o consumo de roupas era controlado na França por cupons. Em abril de 1942 foi regulamentada a metragem de tecido (Laver, 1989).

Na Grã-Bretanha, com o início da Guerra, deixou de ser possível contar com matérias-primas e alimentos importados. Tornou-se vital economizar os estoques existentes e, ao mesmo tempo, liberar a mão-de-obra, matéria-prima e o espaço de fábrica para o esforço de guerra (Laver, 1989). Após a devastação da guerra, as economias de todos os países europeus participantes estavam exauridas. A recuperação foi lenta, à medida que as populações se adaptavam ao clima de paz e as forças armadas retornavam a vida cível. A moda refletiu o gradual crescimento da prosperidade. O ritmo do renascimento das indústrias de moda variou na Europa, enquanto a fabricação de *prêt-à-porter* tornava-se cada vez mais forte nos EUA. A Europa levou mais tempo para reativar sua indústria de roupas de lazer.

Em 1946 o estilista francês Louis Réard, lançou o biquíni. Após o fim da ocupação alemã, Paris logo reconquistou sua posição como ponto mais alto da moda. Com apoio financeiro do milionário fabricante têxtil Marcel Boussac, Dior abriu sua casa de costura no fim de 1946. Em 12 de fevereiro de 1947 lançou sua primeira coleção abrangendo duas linhas: *Corolle* e "H". O modelo tornou-se mais conhecido como O *New Look* (o novo visual).

2.6. Contexto Social da Década de 1950

Depois da Segunda Guerra Mundial, o mundo começou a mudar seu cenário político-geográfico e econômico-cultural. A moda também faz o mesmo. Os Estados Unidos impuseram suas tendências de moda e comportamento para a Europa, acelerando a padronização das tendências. Com os processos tecnológicos, invenções no campo dos utensílios domésticos, como as máquinas de lavar doméstica e o aspirador de pó foram criadas. Funde-se o gosto pelo novo e por melhores condições das habitações. O desenvolvimento das comunicações começa a encurtar as distâncias. A televisão torna-se o meio de comunicação de massa dominante, e permitia que as pessoas assistissem aos acontecimentos que cercavam os ricos e famosos que viviam de luxo, prazer e elegância, como o casamento da atriz Grace Kelly com o príncipe de Mônaco.

Os anos 50 foram a última década de grande sucesso da alta costura. Depois do vestuário escasso e limitado do tempo da guerra, as mulheres sonhavam com linhas suaves e tecidos finos. O *new look* significava uma explosão de desejos reprimidos, simbolizava otimismo e opulência. Funcionou como propulsor do desenvolvimento da classe média. Suas linhas esculturais refletiam-se em tudo, na arquitetura, na decoração e nos artigos de consumo (Seeling, 2000).

Os grandes armazéns, as fibras sintéticas e as confecções permitiam que largas camadas copiassem o estilo das classes mais abastadas e foi desta forma que as idéias da

alta costura chegaram à rua. O estilo de vida dos privilegiados parecia estar ao alcance de todos: frigoríficos, automóveis, viagens, festas - O homem simples podia dar-se ao luxo de imitar a alta sociedade (Seeling, 2000). A partir dos anos 50 ocorrem profundas transformações. As massas passam a ter acesso às criações da moda, com avanço do *prêt-à-porter*.

Depois de ter apoiado o marido durante a guerra, o desejo da mulher era ser novamente feminina, tomando conta da casa, perdendo o espaço já conquistado no trabalho fora de casa. A tradição e os valores conservadores estavam de volta. As pessoas casavam cedo e tinham filhos. Neste contexto, a mulher dos anos 50, além de bela e bem cuidada, devia ser boa dona de casa, esposa e mãe. A mulher seguia código de distinção, na maneira de portar, de se vestir e de conduzir a administração da casa, alegre e funcional com muitos eletrodomésticos.

O novo estilo de vida manifestava-se mais visivelmente na roupa, nunca deveria sair de casa sem chapéu e sem luvas, os sapatos deviam condizer com a carteira, escolhiam-se as mesmas cores para os acessórios e para a maquiagem, usavam-se sempre sapatos de salto-alto e meias de *nylon* (Seeling, 2000).

Constatou-se que as revistas femininas publicavam recomendações que ajudavam a mulher a escolher a roupa certa para cada ocasião. Por exemplo, para o almoço em casa, seria um vestido de veludo com saia estreita, meias de cor combinando e sapatos de camurça, porém se o almoço fosse fora de casa a mulher deveria usar um vestido cinzento de flanela e casaco combinando, luvas de camurça cinzenta, carteira de verniz cinza e um guarda-chuva cinzento.

As mulheres deveriam estar sempre maquiadas, não deveriam ser vistas por ninguém sem a maquiagem.

Jovens intelectuais demonstravam seu desprezo pelo mundo usando o vestuário preto dos *beatniks* e dos existencialistas, cuja musa, a cantora francesa Juliette Greco, se tornou um exemplo no que diz respeito à moda. Outros se identificam com filmes que mostravam jovens vestindo roupas diferentes do usual, calças jeans, camiseta branca e jaqueta de couro, andando em vespas, numa demonstração de atitude no comportamento, rebelde e descontente com o contexto social. Portanto, estes grupos jovens desenvolviam estilos heterodoxos próprios. As atitudes rebeldes eram contra a moda, porém, esses grupos desenvolveram identidades visuais e “uniformes” que se constituíram em estilo da sua época e que foram, anos depois, reaproveitados pela moda. A juventude insatisfeita rejeitava a aparência limpa e o conformismo da geração de seus pais e cultivava uma aparência desleixada.

Os *beats* americanos usavam algodão sarjado da força aérea. Nos bares de porão de Paris, jovens inspirados pelo existencialismo indicavam sua seriedade vestindo-se de preto. As mulheres usavam suéteres largos sobre saias ou calças apertadas, enquanto os homens davam preferência a pulôveres e calças de veludo cotelê.

Na Grã-Bretanha, o fenômeno *beatnick* misturou o visual de *beat* americano e do existencialista da *Rive Gauche* - as jovens *beatniks* adotaram suéteres *slappy joe* e jeans gastos e sujos, os pés com sapatilhas de balé ou sandálias. Em Londres jovens malandros conhecidos como *teddy*

boys ou *teds* retrabalharam o estilo neo-eduardino, acrescentando elementos dos conjuntos *loot* (longas jaquetas drapeadas); peças de caubói (gravatas cordão de sapato) e o visual *rock'n'roll* de Elvis Presley. Essas unidades subculturais minoritárias, apesar de desafiarem a corrente principal da moda, permaneceram marginais e nunca foram poderosas o bastante para subverter seu curso. O cinema influenciou a moda jovem, através de ícones como James Dean, Marlon Brando e os *teddy-boys*.

2.7. Contexto Social da Década de 1960

A década de 1960 foi marcada por grandes transformações políticas, econômicas e sócio-culturais. Sendo um período de pós 2ª Guerra Mundial, os reflexos ainda influenciavam mudanças significativas no desenvolvimento tecnológico, na produção de bens de consumo e no consumismo desenfreado. A sociedade ocidental respirava um sentimento otimista de prosperidade e um padrão de vida melhor, mais elevado.

No hemisfério oriental, o socialismo se estabelecia, baseado nos ideais de Karl Marx, que propunha a extinção de classes sociais a partir do fim da propriedade privada. Estes dois grandes blocos, formados pelos países capitalistas e socialistas lutavam pela hegemonia mundial, configurando o que foi chamado de “Guerra Fria”, que teve como principais cenários das disputas dois pontos de maior interesse: a corrida armamentista e a corrida espacial.

No Brasil também ocorriam diversas transformações. A economia, sustentada anteriormente pela agricultura, tornava-se 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 dos artistas nacionais, e os jovens que se revelavam ao governo eram reprimidos com violência. Até o fim da década, diversas pessoas foram exiladas, torturadas e 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 contra cultura. Na esteira da contra cultura, correntes artísticas se formavam, estilos literários e musicais foram criados e os exemplos visuais dessa nova estética acompanhavam o movimento.

A literatura da *Beat Generation*, o surgimento do ritmo 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 tribos de jovens, das primeiras revoltas contra políticos e do surgimento da rebeldia, da revolta e das manifestações mais radicais, também combatidas com muita força e radicalismo por parte dos governantes (Almeida, 1998).

Estas manifestações começaram na década de 1960, ainda isoladas, mas a medida que foram clareando e fortalecendo seus objetivos, tomavam forma e conscientização do que realmente defendiam.

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 pode ser chamada,

surgiu a partir de diversos grupos culturais, tais como o Centro Popular de Cultura da UNE, o Teatro de Arena, o Teatro Opinião e Universidades. Contava também com artistas talentosos, como Chico Buarque, Ferreira Gullas, Odwaldo Viana Filho, Augusto Boal, Guarnieri, Geraldo Vandré, Carlos Lyra, Eu Lobo, entre outros (Almeida, 1998). Representando a classe artística a favor, ou simplesmente convivendo com o regime ditatorial, havia a “Jovem Guarda”, que conquistou o público brasileiro através da música e das mensagens. Em meio a este embate ideológico entre a indústria cultural e a cultura engajada, surge uma terceira corrente já na segunda metade da década, chamada de Tropicalismo. A Tropicália, como era conhecida, era bem alinhada com o que estava acontecendo no mundo, como a contra cultura, correntes artísticas e as contestações. Esse movimento foi um dos mais cultuados internacionalmente, principalmente pela enorme criatividade, que inseriu o país no contexto internacional. Outros destaques da produção nacional foram Glauber Rocha com o cinema, Helio Oiticica e Ligia Clark e suas manifestações neoconcretistas, José Celso Martinez Correia e seu teatro anárquico e os mutantes com o rock (Paes, 1995). É nesse turbilhão de acontecimentos que um novo conceito de arte se processa. É talvez a transição do modernismo para o pós-modernismo que duas correntes se formam: a Pop Art e a Op Art.

Na década de 1960, movimentos contra a Guerra do Vietnã, que tinha como lema “faça amor, não faça guerra” acabou por se converter num mero argumento de consumo. Essa gigantesca batalha campal em que se transformou o comércio de qualquer bem de consumo na segunda metade do século XX é um dos melhores exemplos de transferência da agressão e da violência dos cenários da guerra convencional para os espaços em que se oferecem e se consomem produtos. Assim, a partir da transformação foi símbolo de todo um movimento de resistência à guerra e à violência, sintetizado no que mais tarde ficaria conhecido como o movimento hippie, um objeto do próprio consumo, pode-se concluir que todos os elementos que produziram a identidade daquele movimento acabaram sendo dissociados do que ele realmente representava.

O movimento hippie foi praticamente o primeiro a produzir grandes transformações de posturas, as quais por natureza alojaram-se, na moda. A resistência praticada inicialmente por uma minoria e, a seguir, por números cada vez mais consideráveis de pessoas, tinha no vestuário o seu principal elemento de identificação. Assim foi que roupas, adornos, tipos de penteados, gestos e maneiras de ser acabaram por se constituir na espinha dorsal do sistema identificador do movimento. O movimento foi perdendo sentido como código de resistência, transformando-se em um sistema orientador de produtos a serem consumidos e estilo de vida a ser seguido. As pessoas não estavam tão preocupadas com a resistência aos motivos que levaram a guerra, desejavam vivenciar a moda deste estilo de vida de muita liberdade.

A indústria da moda foi, portanto, o principal elo de ligação entre o símbolo desta resistência e a dominação do consumo praticado a partir dele. No começo quem aderiu à resistência engajou-se no movimento que tinha em todas aquelas formas de vestir-se, portar-se e ver o mundo, sua principal identidade. No entanto, em outro

momento, as pessoas aderiram ao modismo das roupas e dos cabelos e do estilo de vida hippie.

Neste contexto, pode-se pensar a moda como algo mais que um simples bem de consumo, mais a condição de rompimento com os padrões estabelecidos e o veículo de disseminação desse rompimento transformado em outro padrão. Assim concebida, a moda é influenciada pelo produto cultural e social.

Barthes (1978) escreveu em meados dos anos 1960, que o produto cultural que se evidencia no composto do sistema, simultaneamente, é recurso de vestuário, agregados de expressões sociais e veículo de difusão de idéias. Isto porque a moda se apresenta segundo tal natureza, em face de evidências que lhes são próprias, a partir da produção em série, do consumo praticado além dos limites da necessidade e do uso orientado por certos papéis que vai muito além das convenções que cercam o universo da roupa. A Corrida Espacial permeou a cultura da década de 1960 e conseqüentemente influenciou a moda. Pierre Cardin, por exemplo, era fascinado pela exploração interplanetária, e a primeira caminhada no espaço, do astronauta major Edwhite, inspirou sua coleção Cosmo, em 1965.

2.8. Contexto Social da Década de 1970

A década começou no momento em que se perdeu a inocência e a crença nos ícones dos anos 60. Em plena Guerra no Vietnã, os anos 70 foram o fim da revolução lançada pelas conquistas dos anos 50 e 60. Houve até um retrocesso. No Brasil, jovens idealistas radicalizaram uma luta contra a política vigente ingressando na clandestinidade para combater o regime militar.

Na década de 1970, a indústria de todo o mundo tinha de lutar contra a inflação e a crise econômica deflagrada pelo aumento do preço do petróleo. Mesmo com o fim da Guerra do Vietnã, continuaram os conflitos raciais e protestos estudantis nos Estados Unidos e na Europa, e uma escala mundial de ataques terroristas.

O feminismo conseguiu grandes avanços diminuindo a desigualdade entre homens e mulheres. As mulheres lutavam para entrar em carreiras dos ambientes anteriormente destinados só para homens. Também ganhou força à luta pelos direitos da minoria, a luta contra o racismo, o combate à censura, etc. As manifestações eram mais debochadas e as autoridades respondiam com mais repressão. As fortes tendências dos anos 70 foram à luta pela liberdade de expressão, pelo fim da censura, pela igualdade de condições entre homens e mulheres e também pela liberdade de opção sexual.

Em relação à moda, a liberdade estava em escolher sua própria maneira de vestir. As múltiplas tendências continuam a inspirar os estilistas: *hippie*, *glitter*, *disco*, *punk* e até o estilo militar.

Vários movimentos sociais importantes afetaram a moda, entre eles o movimento de liberação feminina, a revitalização da volta-à-natureza, com o crescente movimento ecológico e a cultura hippie com a postura liberal e a rejeição dos valores corporativos urbanos. Muitas pessoas voltaram-se para uma vida simples, criaram comunidades agrícolas para produzir alimentos macrobióticos, outros adotaram dietas mais saudáveis, havia em todos os ambientes mais consciência de tudo o que fosse natural, surge a cultura da boa forma (Laver, 1989).

Desenvolvem-se neste período culturas radicais, entre eles o *punk*. Nascido em Londres, no verão de 1976, o *punk* manifestou-se primeiramente entre grupos de jovens desempregados e estudantes, muitos deles das escolas de arte da capital, reunidos em torno da famosa boutique de Vivienne Westwood e Malcolm McLaren na King's Road, Chelsea. A identidade punk foi moldada por vários fatores: a estilização dos próprios punks, os modelos de Westwood e McLaren, e a formação e administração, por McLaren, do seminal grupo punk, os Sex Pistols. Embora o punk seja primordialmente associado à Grã-Bretanha, desenvolvimentos similares estavam se formando na mesma época nos clubes de Nova York e na cena musical americana, entre cantores como Iggy Pop e Lou Reed e outras bandas. Gradualmente o *punk* espalhou-se pelo ocidente e oriente (Mendes e La Haye, 2003). O *punk* era um estilo anárquico e niilista, que procurava chocar deliberadamente. O vestuário *punk* era inteiramente negro e com detalhes ameaçadores, com roupas para ambos os sexos. Os penteados, a maquiagem e as jóias também desempenhavam seu papel no visual *punk*. Pintados em cores espalhafatosas, os cabelos eram esculpados com gel, e espetados, eram cortados de maneira moicana; a maquiagem era usada para produzir uma palidez doentia e para enegrecer as sobrancelhas e os lábios: os brincos múltiplos eram populares e as mais radicais furavam o rosto e o nariz.

Os festivais de rock influenciaram a vida alternativa. Em meados da década de 70 o movimento *punk* responde à frivolidade e à ingenuidade hippie. A proposta do movimento era destruir o sistema, substituindo as ordens hipócritas, injustas e desiguais, por uma sociedade mais verdadeira e honesta. O movimento defendia também o direito à diversão, à liberdade, à alegria e como forma de expressão utilizava a música.

2.9. Contexto Social da Década de 1980

No contexto social da década de 1980, a moda ganha status no mundo. O consumidor tem mais consciência do valor da aparência. Tornou-se chique assinalar a própria riqueza usando roupas e acessórios de grife caros. As grifes cresceram muito neste período e tornaram-se objetos de desejo. As finanças eram notícia, e os meios de comunicação glorificavam os estilos de vida e os enormes salários. As mulheres entraram em maior número do mercado de trabalho, e o uso de ombros largos com grandes ombreiras tornaram-se símbolo de afirmação e autoridade femininas. Alguns estilistas assumiram posturas políticas e questões contemporâneas, que mostravam nas coleções. Na década de 1980, a moda recebeu impulso de uma fonte, a família real britânica. O estilo da princesa ajudou no desenvolvimento da indústria da moda britânica.

A imagem como meio de comunicação se cristalizou nos anos 80, quando o corpo se tornou uma vitrine de tudo o que viesse à própria cabeça. A partir de então, as pessoas desejavam e acabavam por fazer sua própria moda. Este conceito está presente na customização, na mistura de estilos e até na própria negação da moda enquanto norma, presente em movimentos como o *grunge*. A releitura de antigos clichês, a exploração das ambigüidades, a reflexão sobre conceitos, como bom e mau gosto, assim como a mistura de tendências a partir dos anos 80 provou que

todos os limites são relevantes e que a moda não é mais que a projeção de nossos sonhos, idéias e aspirações, e que, afinal, tudo é mesmo possível no mundo da criação. Para os economistas, os anos 80 no Brasil são considerados a “década perdida”. Paradoxalmente, as roupas procuravam expressar justamente o contrário: alegres, esportivas, versáteis, divertidas e ao mesmo tempo sofisticadas, sensuais e ousadas, reflexo, talvez, da abertura democrática. Em relação à política, esta década foi marcada pelo retorno gradual da democracia no Brasil. Os brasileiros voltaram a escolher seus representantes. A economia, porém, anunciava tempos difíceis com a inflação crescente, e o Brasil avançou bem pouco. Para o futuro, a chave da modernização econômica seria a integração com o resto do mundo.

2.10. Contexto Social da Década de 1990

A década de 90 começou com o colapso da União Soviética e o fim da Guerra Fria, sendo esses seguidos pelo advento da democracia, globalização e capitalismo global. Alguns fatos marcantes para a década foram a Guerra do Golfo, a Guerra do Kuwait, a Reunificação da Alemanha e a popularidade do computador pessoal e da internet. Muitos países, instituições, companhias e organizações alcançaram estabilidade política devido ao fim da Guerra Fria, levando ao crescimento econômico e melhores condições de vida para as classes altas. Isso também teve a colaboração dos baixos preços do petróleo. Politicamente, os anos 90 foram da democracia expansiva.

No início da década os anos foram de recessão e de reação contra o consumo desenfreado da década anterior. A vida social tornou-se mais restrita e o consumo da alta-costura diminuiu. A Guerra do Golfo interrompeu um lucrativo comércio com os Emirados Árabes. Movimentos ecologistas e pela espiritualidade inspiraram o vestuário e os acessórios, sem as tendências internacionais de moda. A Guerra do Kuwait trouxe consigo mais uma crise. “Diminuição do consumo, taxas de desemprego recorde, crise econômica: os ingredientes dos anos 90 são idênticos aos dos anos 20” (Seenling, 2000, p. 550). Essa crise econômica levou os consumidores a simplificar o guarda-roupa, tornando-o básico, modesto e utilitário, mas ainda com muito glamour. Essa simplicidade refinada, marcada pelas formas secas e pelas cores sóbrias, como o preto e o cinza, caracteriza o minimalismo dos anos 1990.

O processo das tendências de estilos ditadas pelas passarelas tomou um rumo inverso, movimentos sociais do passado e do presente inspiram as tendências de moda. Os estilos *punk* e *hippie* foram combinados e originaram o visual *grunge*. O *grunge*, que teve seu apogeu no ano de 1993, tinha suas raízes nos grupos pop de Seattle, Nirvana e Pearl Jam, e, em muitos aspectos, foi uma reação contra a sociedade aquisitiva da década de 1980.

A cultura jovem foi caracterizada por ambientalismo, antiglobalização, empreendedorismo e vulgaridade artística. Moda da individualidade, com as tatuagens e *piercings*. Os jovens também se interessavam por atividades ligadas à natureza, como escalada e caiaque. Os jovens são o futuro, e é neles que a indústria da moda investe. As mulheres que já deixaram a juventude para trás, buscam voltar no tempo através das roupas, fazendo-se parecerem mais jovens.

A tecnologia trouxe o desenvolvimento mais rápido, o crescimento do comércio eletrônico, de telefonia celular, cd's e dvd's aceleraram e melhoraram as condições de vida da sociedade.

As questões ecológicas foram as grandes bandeiras desta década, abraçadas por muitos estilistas. Tecidos deveriam ser produzidos sem afetar a natureza. Paralelo às questões de preservação da natureza, a segurança e o bem-estar também estavam em voga.

O desenvolvimento da tecnologia deu um grande impulso para a produção industrial do vestuário. O uso dos computadores e de software como o sistema CAD (Desenho Assistido por Computadores) e o CAM (Manufatura Assistida por Computador), facilitaram a produção em massa. Os trabalhadores deste setor, mesmo assim continuam forças de trabalho vulnerável e explorada.

3. Conclusão

A moda no final do século XIX privilegiou os novos meios de produção. O que determinava a elegância de um traje era a ornamentação, deixando o corte em segundo plano. O corpo feminino era modelado, dando ênfase à marcação da cintura.

Na década de 1910, no período de guerra, os contextos políticos e a economia foram os que determinaram os rumos da moda, que foi adaptada a um momento de escassez e desemprego. Houve uma mudança fundamental na roupa, porque a mulher foi obrigada a trabalhar e o espartilho deixou totalmente de ser usado. Observa-se nas imagens das roupas que a cor neutra predominou, com formas simples e funcionais para o vestuário usado no trabalho. A década de 1920 é marcada pela prosperidade econômica e a liberdade. O visual feminino passa a ter um estilo mais jovial, deixando a mulher esbelta e mais solta. No final dessa década e início do período de 1930, o mercado sofreu impacto, com a diminuição do poder aquisitivo do povo em geral. Este contexto econômico contribuiu para mudanças das formas do vestuário, que se tornaram muitos semelhantes entre as diversas classes sociais. O preço das roupas precisava ser diminuído, e os estilistas lançaram uma linha de roupas com preços mais baratos. Na década de 1940 as roupas tornaram-se ainda mais versáteis, modestas e discretas, fato originado pelo período de crise econômica da segunda guerra mundial. A moda reflete as circunstâncias políticas e a realidade econômica vivenciada pela sociedade. Após a segunda guerra mundial, o cenário vai mudando e na década de 1950 o crescimento econômico se acelera, com o desenvolvimento dos meios de comunicação, da indústria do vestuário e principalmente dos eletrodomésticos. O posicionamento da mulher na sociedade muda também, ela deve ser boa mãe, seguir códigos de etiqueta e distinção ditados pela moda. Neste período prosperou as inovações tecnológicas e as roupas adaptaram-se ao estilo de vida. A década de 1960, por sua vez, foi marcada por grandes transformações políticas, econômicas e socioculturais. As imagens deste período mostram o modelo estético e comportamental da moda, representando tendências futurísticas e seus trajes espaciais. A década de 1970 começou, com jovens idealistas radicalizando uma luta contra a política vigente. A moda sofre influência dos

movimentos *hippie* e *punks*. A moda não era mais ditada pelos estilistas, mas ditada pelos jovens das ruas. Através do vestuário e do comportamento os jovens manifestaram seus protestos. A construção do visual buscava mais individualidade, liberdade com uma proposta de luta por uma sociedade mais justa.

Nos anos de 1980, o mundo alcançou estabilidade econômica e a moda ficou mais cara, refletida pela obsessão pelo dinheiro e a consciência de imagem. Tornou-se mais chique assinalar a própria riqueza usando roupas e acessórios de grifes caras. Todo este contexto foi ampliado na década de 1990, pela influência da televisão que divulgava todas as produções e as tendências de moda. As formas do vestuário conjugaram modernidade com funcionalidade. As indústrias do vestuário alcançaram grande desenvolvimento com as tecnologias e os softwares. A moda tornou-se disponível para toda a sociedade e os consumidores influenciam a produção das empresas que segmentam seus mercados para atender maior número de consumidores. Portanto, conclui-se que todos os acontecimentos interferem nos aspectos comportamentais de cada década.

Referências Bibliográficas

- Baudot, François. *Moda do século*. São Paulo: Cosac & Naif, 2000.
- Fusco, Renato. *História da Arte Contemporânea*. Lisboa: Editorial Presença, 1988.
- Laver, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Cia. das Letras, 5ª ed, 1989.
- Mendes, Valerie; HAYE, Amy de La. *A moda do século XX*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- Moutinho, Maria Rita. *A moda no século XX*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.
- Queiroz, Fernanda. *Coleção "O mundo da moda": os estilistas*. Volume 1. São Paulo: SENAI CETVEST, 1998.
- Seeling, Charlotte. *A moda - o século dos estilistas*. São Paulo: Könemann, 2000.
- Palomino, Érika. *A moda*. São Paulo: Publifolha, 2002.
- Instituto de la Indumentaria de Kioto. *Moda-Desde el siglo XVII al siglo XX*. Taschen. Barcelona 2004.

Abstract: The study aims to identify the social context of the decades from 1900 to 1990. We opted for the qualitative and descriptive. It was evident that the features present in the social context are incorporated into the fashion trends. All the facts of the economic environment, political, cultural and social manifestations in people's lives in various ways, in the way of being and behaving.

Key-Words: Environmental - Social - Cultural - Political - Costume

Resumo: O estudo tem como objetivo identificar o contexto social das décadas de 1900 à 1990. Optou-se pela pesquisa qualitativa e descritiva. Evidenciou-se que as características presentes no contexto social são incorporadas às tendências de moda. Todos os fatos do ambiente econômico, político, cultural e social manifestam-se na vida das pessoas sob diversas formas, na maneira de ser e de se comportar.

Palavras chave: Ambiente - Social - Cultural - Política - Vestuário

(*) **Icléia Silveira, José Alfredo Beirão Filho y Maria Izabel Costa.** Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil.