

Resumo da década de
2010-2019

Unidade Curricular de História da Moda
Prof. Esp. Valdecir Babinski Júnior e
Prof. Msc. Talita Cardoso Borges



Zeitgeist

(expressão germânica)
Espírito do tempo

Ethos

(expressão grega)
Costume ou estilo de ser

Weltanschauung

(expressão germânica)
Visão de mundo

Pari-passu

(expressão latina)
Mudança social constante



Década de 2010-2019: ressignificação e polarização

Pesquisa de zeitgeist	<i>Zeitgeist</i> (espírito do tempo)	- Apesar dos muitos filmes sobre heróis, instaura-se uma fase de melancolia: juventude entediada e aborrecida (<i>young and bored people</i>), com ícones como Lana Del Rey, Lorde e Billie Eilish;
	<i>Weltanschauung</i> (visão de mundo)	- Caminhou-se para a desconstrução de conceitos julgados socialmente aceitos por gerações anteriores e a construção de novos significados: o que é ser mulher? O que é ser jovem e branco?;
	<i>Pari-passu</i> (mudanças sociais)	- A polarização no campo político (conservadores <i>versus</i> liberais) levou a cisão das pessoas comuns e à obrigação de defesa de um dos lados (ou x ou y); + Desnaturalização da intolerância;
	<i>Ethos moda</i> (costume e jeito de ser)	- Polarização: o avanço da Indústria 4.0 passou a permitir a criação dos <i>wereables</i> , em contrapartida, ressignificou-se o <i>upcycling</i> e a customização; + <i>Kitsch versus</i> minimalismo hiperbólico;
Pesquisa biográfica	Elie Saab (1964-atual): representa a ascensão dos criadores libaneses na Alta Costura, tais como Zuhair Murad, Reem Acra, Georges Hobeika e Georges Chakra, e a consagração de Dubai como uma das capitais da Moda e do luxo.	
	Iris van Herpen (1984-atual): representa os criadores que seguiram a linha conceitual, com influência do experimentalismo de décadas anteriores. Suas criações já ganharam diversos prêmios e seu trabalho é bastante colaborativo.	



SUPPORT
YOUR
LOCALS!

SUPPORT
YOUR LOCAL
GIRL GANG



Como resposta à globalização acelerada, surgiu o locavorismo: movimento no qual os consumidores buscavam comprar alimentos, itens de vestuário e toda a sorte de produtos de fornecedores locais. A redescoberta do local promoveu o fenômeno glocal, no qual marcas internacionais passaram a competir com marcas locais. Nesse cenário, surgiu o discurso *Support Your Locals!*



A modelo brasileira Alessandra Ambrosio no festival Coachella em 2019

Considerações importantes



Chemise da marca Bo.Bô



Vestido da marca Yacamim

Surgimento do *boho chic*: sob influência da estética *hippie*, do estilo de vida boêmio e de premissas como *gypsy spirit* (espírito cigano) e, ainda, com elementos do *country* norte-americano, surgiu o estilo *boho chic*, que apesar de uma proposta alternativa, apresentava preços elevados. O estilo foi popularizado por meio de festivais de música, tais como Coachella, Lollapalooza, Rock in Rio, Tomorrowland e Burning Man (evento de contracultura).



Socialite e empresária
Kim Kardashian



It Girl e influenciadora
Thássia Naves



Camila Coutinho, do
blog Garotas Estúpidas

Famous for nothing (famosas): *it girls*, blogueiras e influenciadoras surgiram na década impulsionadas pela cultura das celebridades. Ostentando um estilo de vida quase inalcançável, elas passaram a subjugar os meios tradicionais de comunicação de moda, como revistas e jornais, e a lançar mão de suas interpretações sobre a Moda e sobre as tendências. Surgiu, assim, o *look* do dia.



Julia Duvii, marca
norte-americana de
roupas impressas em
3D

Avanço da tecnologia têxtil: tecidos de alta performance tornaram-se comuns e surgiram os primeiros tecidos inteligentes, inicialmente, bactericidas. Com o tempo, novas tecnologias funcionais foram incorporadas aos tecidos, o que criou a categoria *wereables* (tecnologias vestíveis).



Jaqueta Commuter
Trucker da Levi's,
que permite atender
ligações apenas com
o toque

Uma das versões do programa norte-americano *RuPaul's Drag Race* (Netflix)

RU PAUL'S
DRAG RACE
UNTUCKED!



Programa norte-americano *Queer Eye* (Netflix)

Programas de entretenimento com personagens LGBTQIA+ popularizaram-se durante a década, a exemplo de *RuPaul's Drag Race*, o que ajudou a ressignificar a visão da sociedade sobre a comunidade, até outrora marginalizada e desnaturalizada. Leis foram revisadas e novas compreensões emergiram. Contudo, a ascensão *queer* foi utilizada como estratégia por algumas marcas (e algumas celebridades) com foco em obter o chamado *pink money* (dinheiro da comunidade LGBTQIA+).



Tênis metalizado da marca Lança Perfume



Conjunto top e saia holográficos da marca Vibe Place Internacional



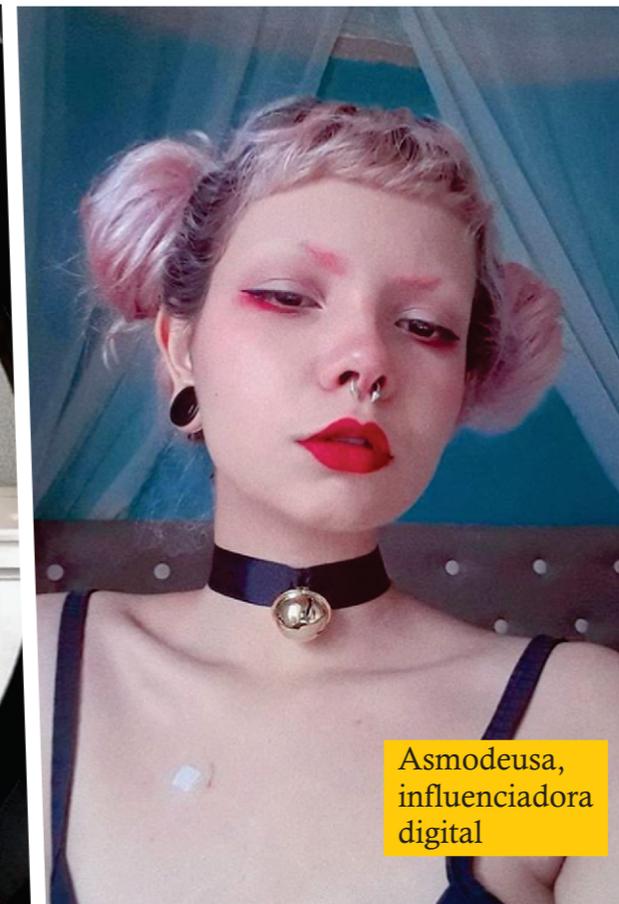
O neofuturismo do final da década anterior foi convertido em uma nova proposta estética para o *fast fashion*. Surgiram desde tênis metalizados que iam do cobre terroso ao cinza frio até peças com tecidos holográficos ou superfícies altamente reflexivas.



Dark Knight
Dummo



Carol Soares,
influenciadora
digital



Asmodeusa,
influenciadora
digital



Noen Eubanks,
influenciador
digital

As tribos de *emocore* influenciaram o surgimento dos *sad boys*. Com tatuagens no rosto, expressões melancólicas, correntes, roupas largas, cabelos coloridos e produzindo *emo rap*, os *sad boys* versam sobre o sofrimento da juventude, o uso de drogas e a descrença com o futuro.

Outra tribo surgida a partir do *emocore* foi a dos *e-boys* e *e-girls*. *Heavy users* (usuários assíduos) das redes sociais, em especial, do aplicativo TikTok, esses jovens encontravam referências na ruptura entre os gêneros no vestuário (*cropped* para meninos e roupas largas para meninas), nos cabelos coloridos, no excesso de acessórios, na maquiagem e na atitude *young Leo* (jovem Leonardo DiCaprio).



Bruna Marquezine,
atriz



Pablo Vittar,
cantora e *drag queen*



Nova onda *underwear* (roupa íntima): assim como a sexualidade foi deixando de ser um tabu durante a década, o vestuário que pertence a esse universo também foi ganhando novas possibilidades, como os vestidos *slip dresses* (camisolas), que passaram a ser usados durante o dia e, até mesmo, em ocasiões formais. O sutiã também teve sua ressignificação: a peça passou a ser visível em *looks* cada vez mais transparentes. No final da década, a calcinha asa delta voltou a aparecer.



getty
Emma M
Billie Eilish,
cantora

Logomania: o império das marcas criou artifícios para promover o reconhecimento rápido do luxo, o que envolveu tornar evidente suas logomarcas. De Lacoste e Ralf Lauren até Chanel, Dior e Louis Vuitton, o emblema do luxo passou a ser amplamente estampado.



Exemplo da estética *Kitsch*

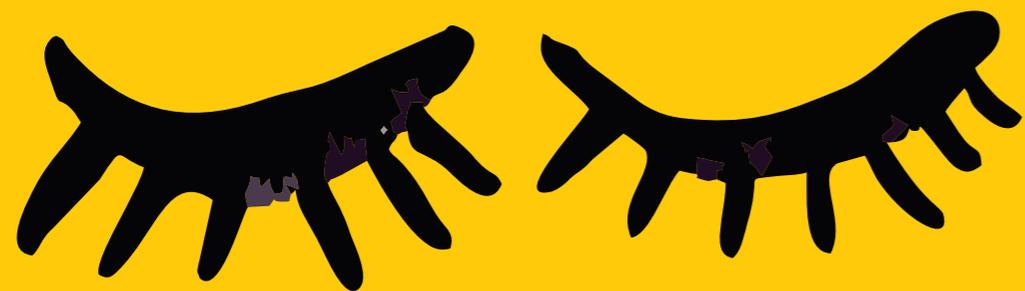


O monastério do minimalismo hiperbólico: a casa do clã Kardashian-West



Exemplo de adulto *kidadult*

Época de polarizações no comportamento e na moda: por influência do campo político, extremos opostos passam a coexistir ao mesmo tempo e há uma obrigação em se defender um lado. Exemplos: no campo do comportamento, *kidadults* (adultos que se vestem com símbolos da infância, como camisetas do Pokémon) rivalizam com jovens cínicos de hábitos casulares); no tangente a propostas estéticas, o *kitsch* (profusão de elementos bregas) e o *animal print* rivaliza com o minimalismo hiperbólico (extrema limpeza estética); na internet, apoiadores (seguidores) rivalizam com *haters* (perfis de discurso do ódio); entre outros.



Muito obrigado por nos acompanhar até aqui!
Em caso de dúvida, envie um e-mail para:
vj.babinski@gmail.com ou valdecir.babinski@ifsc.edu.br
e talitaborges.designer@gmail.com ou talita@ifsc.edu.br

Resumo da década de
2010-2019

Unidade Curricular de História da Moda
Prof. Esp. Valdecir Babinski Júnior e
Prof. Msc. Talita Cardoso Borges