



Moda dos anos 80, sua influência na Cibercultura e na Cibermoda. do Cyberpunk ao Universo POP.¹

Neliffer Horny Salvatierra²
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um estudo da moda dos anos 80, mostrando seu conceito geral, influenciado pela cibercultura, que vai do Cyberpunk ao universo pop Japonês, apresentando uma influência na criação da identidade de cada indivíduo, enfim chegando a cibermoda, sendo uma interferência da tecnologia que se origina à partir das diversas manifestações sócio-culturais dos anos 70.

PALAVRAS-CHAVE: Moda, *Cibercultura*, TAZ.

Introdução

O texto apresenta um estudo caracterizado pela relação entre design de moda, arte e cibercultura, onde teve uma importante influência na criação do trabalho estético conceitual, com aplicação de interferências estruturais criativas envolvendo elementos do design que tem forte relação com a arte.

Este estudo não afirma que a moda é um objeto de arte, apenas argumenta alguns pressupostos relacionados entre os elementos percebidos na composição visual. O processo de elaboração desta pesquisa contextualiza primeiramente a definição de Arte e Moda, o pós moderno como caráter lúdico, explorando a moda como linguagem, mostrando como ela se relaciona dentro de um contexto social e econômico, concentrando-se nos anos 70 e 80 onde vemos a interferência do *pop art* e a criação do movimento punk, considerado como um marco inicial para a entrada da cibercultura, podendo considerar que dentro deste sistema a moda é colocada como linguagem sendo uma forma de escrever um texto visual, a criação de uma identidade, que faz diálogo entre design e arte e as suas ações são conectadas ao sujeito criativo.

¹ Trabalho apresentado no NP Culturas Urbanas do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Comunicação e Linguagens da UTP-PR, email: neli_moda@yahoo.com.br



1. Arte e Moda, o Pós Moderno como caráter lúdico

Pode-se dizer que a moda começou com os povos selvagens e civilizados, partindo da necessidade de proteger o corpo, a sua comunicação era dada através de símbolos, sendo assim, a sua indumentária tornou-se uma simbologia de grau hierárquico que cada um possuía. De acordo com Jones (2005), os exploradores e viajantes foram os primeiros a documentar os ornamentos corporais e os estilos de vestimentas encontradas ao redor do mundo, voltando para as suas cidades com o desejo de possuir outros artefatos. A roupa nos retrata hábitos e costumes de cada povo, diferenciando e identificando as camadas sociais, as profissões, idade ou sexo.

“...Um exame da história da moda e dos usos e costumes dos diferentes países revela que todas as sociedades, das mais primitivas às mais sofisticadas, usam ornamentos para transmitir informações sociais e pessoais .” (JONES, 2005).

Na linguagem da moda procura-se entender os seus significados através dos seus contextos sociais e culturais, tendo como objeto o corpo humano que é escolhido para transmitir os significados que para nós é realmente importante decifrá-los através da construção lúdica que é dada por eles. Para Castilho (2007), a moda é a forma de escrever o seu texto visual, sua identidade e seu ser na contemporaneidade. As imagens nos falam, nos propõem idéias, conceitos, noções, se estruturam a partir de elementos constitutivos que podem ser pontos, linhas, formas, planos, cores, texturas e dimensões, podendo ser relacionadas às imagens estéticas da moda, dizendo serem idênticas às mais distintas linguagens artísticas.

Segundo Cauduro (2004), o caráter lúdico deu-se no início dos anos 60, com a *pop art* sendo o ícone desta época, o objeto sendo o significado de consumo de massa da sociedade industrial, e o conceito passando a idéia de arte que utilizou-se dos meios de comunicação de massa, como um suporte e mediação, assim o Corpo: torna-se meio de expressão e simbolismo, performances são destinadas à divulgação de impressos, filmes, vídeos. Ex.: Body Art.

Desta forma a arte simboliza um aspecto criativo, enquanto o desenvolvimento, um aspecto projetual essencial na prática do *design*, em desenvolver formas e estruturas



na realização e materialização do bem pretendido. A moda, arte e *design* formam uma trilogia no conceito de desenvolvimento de um objeto.

O *design* dialoga com a arte, “o processo de criação artística é a busca do novo, e não da novidade, de novas conexões, de novas formas de instaurar questões. É a necessidade de expressão constantemente renovada. Também é um processo de conhecimento, visto que compreende uma série de ações conectadas ao sujeito criativo, que reflete, compreende, relaciona, elabora, ordena, classifica, transforma e cria”.

(CASTILHO & PRECIOSA, 2005).

Para entendermos como esse processo funciona, voltamos ao século XX, especificamente aos anos 80, onde frequentemente se concentram as relações de arte e moda, sendo caracterizadas por relações diretas a partir da intervenção pela *art nouveau*. Diversos artistas modernistas como Sônia Delaunay, Giacomo Balla, Salvador Dalí, revelaram esta conexão estabelecendo uma nova forma de abertura, um novo canal de sinergia na moda-arte. Podemos definir que estes dois pontos se encontram dentro de um sistema, articulando e organizando expressões bem complexas que também poderiam ser compreendidas individualmente, possuindo um conjunto de elementos que é organizado por intermédio da cultura e das escolhas feitas pela sociedade.

“(…) A roupa desenha o corpo não apenas pelo tipo de modelagem que o traje apresenta: calça, vestido, ou saia, (...) mas também pela cor, pelas estampas, pelo volume, pelos pespontos, forro, tipo de aviamentos etc., pela existência ou não de qualquer desses elementos.”

(OLIVEIRA 2007, P. 14)

Dentro deste sistema a moda é colocada como uma linguagem que está representada através do corpo que não é apenas desenhado pela roupa, ele dialoga, interage, tem o poder de transformar e modificar, encantar e seduzir, escrever uma história sobre sua própria pele, fazendo um desenho, mostrando significados. Umberto Eco (1960) *apud* Oliveira (2007) cita que a moda é a forma de escrever o seu texto visual, sua identidade, contemporaneidade, uma linguagem que é estruturada por diversos elementos que geram o princípio do *design*.

Nesta estética visual, e para esta definição de princípios do *design*, a moda se aprimorou de termos artísticos, ou seja, princípios artísticos de criação, os quais permitem analisar e articular uma roupa, facilitando o desenvolvimento e chegando ao



resultado desejado, sendo também signo de expressão e de inspiração a novos estilos, virando moda a partir do momento em que uma ou mais camadas da sociedade se adaptam a novos modos de vestir-se.

Nos anos 80 muitos estilistas Japoneses revolucionaram as passarelas internacionais entre eles destacaram-se: Issey Miyake, Rei Kawakubo, da Comme de Garçons e Yohji Yamamoto. Suas coleções eram totalmente diferentes, com formas soltas, longas e esculturais, com tecidos incomuns, porém, altamente tecnológicos e inovadores que foram aplaudidos e cultuados como “arte para vestir” por muitas pessoas.

Ao longo do tempo encontramos muitas interpretações sobre moda, mas o importante é sabermos que estamos inseridos em um mundo de constante evolução e a tecnologia se faz presente no nosso dia-a-dia e cada vez mais estamos inseridos à ela, sendo através de um ciberespaço, de uma cibercultura ou até mesmo começando a partir de um movimento. Isto se deu através de diversas manifestações culturais que causaram transformações nas identidades dos indivíduos, a cibercultura gerou muitos impactos sócio-culturais na época, tentando integrar e traduzir a natureza através das formas digitais, sendo uma leitura ou escrita, um jogo ou até mesmo a interferência com o corpo humano através dos computadores vestíveis, compondo um processo de atualização que permite pôr em jogo e complexificar a visão de mundo, gerando uma conexão do “Cyber” ao Punk.

2. Movimento Punk ao Cyberpunk

Na moda, o movimento Punk constitui-se por um pequeno grupo de pessoas, que no começo eram marcadas pelo visual rebelde, adotando a filosofia “se você não gosta do que existe, faça você mesmo”, criando assim as suas próprias vestimentas e músicas, deixando vários espaços que passam pela literatura, moda, e chegando ao cyberpunk.

Para LEMOS (2004) *apud* FERREIA (2007), o termo cyberpunk designa do movimento literário no gênero da ficção científica que é a marca dos personagens do submundo da informática, visto que nos Estados Unidos unia altas tecnologias e caos urbanos, sendo considerado uma narrativa pós-moderna, passando a chamar-se “ciber – rebeldes”, undergrounds da informática: *hackers*, *crackers*, *phreakers*, *cupherpunks*, *otakus*, *zippies*, sendo uma corrente da ficção científica e marca dos personagens do sub mundo da informática.



Segundo AMARAL (2006), esta característica permanece nos objetos comunicacionais, uma fusão do homem-máquina, como implantes de memórias, dissolução entre o real e simulação.

Uma mistura que se completa, que transforma e cria novas sub culturas, criando um viés do sintético ao metálico e passando pelo vasto campo da informática e indo à nanotecnologia, um espaço do orgânico, inorgânico, do artificial ao natural, da vida à morte. Sendo assim podemos observar que este seria um dos principais conceitos da moda dos anos 80, passando a ser o corpo como um dos principais elementos para a apresentação de inovações tecnológicas e especialmente estéticas.

Para todas estas mudanças podemos usar um conceito muito utilizado a TAZ, que é o título de um livro escrito no final do século XX, por Hakim Bey, um autor cuja imprecisão biográfica acaba por cultivar para si uma estética do desaparecimento, que atrita com a lógica do mercado e seu espetáculo. Contendo uma visão bastante autoral do modo de funcionamento da sociedade contemporânea. Este termo nos introduz à urgência de pensarmos a vida para além das consensualidades, que a lógica do capital nos impõe, e que entrava e submete a potência de criação. O qual nos ajusta a convivência do mercado, convocando em nós o experimento.

Mas o que realmente a TAZ quer dizer na contracultura? Aonde podemos fazer referência na moda e estendermos ao Design?

Para Canevacci (2005), o TAZ assinalou uma virada da cultura ao eXtremo, sendo o oposto da utopia, caracterizando-se como o deslocamento de um lugar para o outro. Podendo caracterizar o tempo futuro, as contradições estruturais significando um sentido de todo o gênero humano, dando escolhas secundárias aos sujeitos e também igualitárias que somente uma identidade se assimila a toda diferença. A sigla TAZ pode nos parecer um pouco paródica, mas tem a sua referência histórica, ou pelo menos interna à cultura de pertença. Uma maneira simples de entender é que a TAZ é semelhante a tecla “rewind” sendo uma fita que se enrola em si mesma, para voltar a enrolar na velocidade máxima, e para tocar de modo sincronizado.

Hakim Bey traz esta idéia como forma de liberação para que se possa imaginar fora das molduras recomendadas, fazendo-as funcionar fora dos territórios previstos, levando-nos ao experimento.

Voltando aos designers mencionados podemos dizer que eles possam ter causado esse excesso, explorando outros campos de criação que foram originais e inusitados, não deixando de tirar aquela idéia de consumismo e elegância, onde o excesso, prazer e



ostentação era uma das características daquela época, podendo enfatizar que naquele momento tinha-se o culto ao corpo, onde se privilegiava as curvas do corpo feminino, acentuando os quadris e as nádegas, chegando a “esculpir” a mulher, para isso se usava a Lycra e outros tecidos extensíveis que moldavam o corpo e ao mesmo tempo tornava as roupas leves e macias, dando forma e movimento, onde “uma mulher é como uma atriz, ela está sempre em cena. Deve estar bela para se sentir bem, o vestido deve fazer parte dela, ela deve senti-lo sobre a pele” HAGEDOR (2006). Foi este o efeito criado por estes designers contrapondo o que se viu, como formas totalmente assimétricas, amplas, negras, imperfeitas, sem ornamento e exaltação e ao mesmo tempo criavam um novo conceito de feminilidade e sedução, por isso denominadas de “arte para vestir”. O que se vê são criaturas de outro mundo.

Para Yamamoto, O que lhe encanta é a roupa usada por qualquer, roupas que se desgastam com a passagem do tempo. O corpo e a roupa envelhecendo juntos, roupa que aconchega o corpo e acompanha sua trajetória singular, escrevendo com ele sua história.

Rei Kawakubo, que diz amar o que não é perfeito, o que não é conforme, não hesita em avariar as próprias máquinas para obter o resultado que intenciona, tecer à mão é o melhor jeito de se obter o que desejo, mas nem sempre podemos fazer isso. Dessa forma, afrouxamos certas peças das máquinas de maneira que elas não façam exatamente o que delas esperamos.

Ambos desarrumaram, e ainda desarrumam a casa das formas prontas, estabilizadas, da sensibilidade acostuada, e nos arremessam em outros territórios. Inquietam-nos e nos ajudam a pensar em outras soluções plásticas, outras formas, volumes, texturas, portadoras de outros paradigmas ético-estéticos. Se deslocarmos essas questões para o nosso presente, chegamos à conclusão de que a contemporaneidade reclama exatamente isso de nós, e por isso nos convida a procurar por outras soluções formais, que atendam às demandas de uma existência cada vez mais complexa e paradoxal. E ainda que não as localizemos imediatamente, estão certamente por aí a se engendrar em silêncio, na surdina, à espera de quem as cartografe. (HAGEDOR, 2006, p. 9)

Dentro de todo este universo, desta interferência, podemos enfatizar o surgimento destas tribos, algumas vieram como marco e outras surgiram para concretizar o que já foi dito, podendo assim fazer uma relação com o ciberespaço e uma



cultura pop, que torna-se reflexo da sociedade em que se vive, atingindo a todos de uma maneira mais ampla. No Japão aparece sob várias formas: aspectos de música popular (como *enka*), *Karaokê*, *vídeo games*, desenhos animados (*animês*), filmes, novelas de TV, entre outras.

Para Sato *apud* Luyten (2005), esses ‘produtos’, são frutos de vários tipos de indústrias, direcionados diretamente ao público norte – americano, sendo reflexo de hábitos e gostos daquela nação, onde aos poucos se tornam veículos de transmissão da cultura americana, as influências culturais e tecnológicas que os japoneses receberam, na maioria das vezes vindas de outras nações orientais, fez com que os hábitos locais evoluíssem para manifestações culturais muito específicas, sendo considerado o Japão um País propício para a formação de tribos, onde diversas tendências têm origem na mídia, que dita o que será consumido.

Em contraponto a moda japonesa pode ser originária de uma única pessoa, uma garota que cria seu próprio estilo e sai às ruas de *Tokyo*; essas garotas japonesas são chamadas de *gals*. Elas têm estilos infinitos, são garotas que se vestem de vacas, com vestidos que parecem um filme de vampiro, usam unhas postiças cobertas com *glitter* e pedras preciosas falsas, grandes lentes de contato com pontos brilhantes, mantêm a pele super bronzeada, etc. As *gals* usam a mente e corpo para ampliarem ao extremo o tradicional conceito de garotas poderosas.

Muitas revistas como FRUITS e KERA documentam e catalogam as tendências da moda da rua. As jovens suburbanas são atraídas pelas imagens e rapidamente pegam o trem para a cidade em busca de outras iguais à elas. Desde o novo milênio poucas variações de estilos aparecem em Tóquio, mas quando uma nova tendência é lançada, o estilo se difunde rapidamente. As *gals* são divididas em três categorias: garotas más, sexy e alternativas. Este primeiro estilo pode ser visualizado através das, Garotas más: *Sukeban* Clássica, final dos anos 60 ao final dos anos 70, nesta divisão as garotas são adolescentes mal encaradas, tudo nelas é agressivo, inclusive o modo de falar. Levam nas mãos giletes e correntes e sempre estão prontas para brigar.

O nome tem origem nas palavras *suke*, que quer dizer fêmea, e *ban*, significando chefe. Elas ficaram pouco tempo na moda, mas no início dos anos 70 se tornaram uma doença social, furtavam lojas, batiam carteira e chegaram a competir com os piores marginais.



Suas roupas caracterizavam-se pelas longas saias floridas e pelos grandes cabelos afro. Essas garotas também vestiam religiosamente os uniformes escolares *Sailor Fuku*, adaptados dos marinheiros e usados até hoje em todo o país.

Este movimento não apareceu de repente; as *sukebans* surgiram em meados dos anos 60 inspiradas nas diversas *gangs* de *bad boys*. O grupo cresceu: inicialmente era composto por oito *bad girls*, que fundaram a Kanto Women Deliquent Alliance – Aliança das Mulheres Delinqüentes de Kanto – mas hoje a aliança é considerada a maior de todas *as gangs*, chegando a contar com vinte mil garotas no Japão.

Em 1972 surgiu a mais terrível integrante da *gang*, cujo apelido era “*K-ko, The Razor*”; ela chegou a comandar um exército de cinquenta integrantes. Seu ponto forte era uma gilete que guardava entre os seios, sacada de forma espantosa na hora de retalhar os rostos dos inimigos. Outra característica do grupo das *sukebans* dessa época, era que elas sempre queriam parecer mais velhas e agressivas do que realmente eram. Por fim, este fenômeno começou a desaparecer em meados dos anos 70, pois a guerreiras envelheceram, mudaram de vida e lentamente se integraram na sociedade, mas a partir dos anos 2000 as *gals* se estenderam para as *Kigurumins* que criaram um novo estilo dentro de um espaço do real *versus* irreal, virando ícones de moda, televisão e chegando a interferir no campo publicitário, tornando-se as queridinhas dos *otakus*.

Pensando desta maneira, entendemos que estes designers satisfazem os desejos e as necessidades com a criação de produtos exclusivos, onde os consumidores podem fazer sua escolha, o qual reflita a sua personalidade, identidade, gostos pessoais, inovando e inventando através de um processo, onde estas relações simbólicas coletivas que construímos com as imagens compõem as peças e os artefatos que usamos, podendo ser chamadas de obra de arte onde a estética reflete o simbolismo que esta dentro de cada um de nós, gerando a cibermoda, a busca do novo, com interferências passadas, fazendo releituras do que já se teve e o que pode ser feito.

Conclusão

Esta pesquisa contribui para investigar a relação de arte e moda, que está ligada a cibercultura, por inúmeras características que são observadas na década de 70, manifestações que são enfatizadas com os impactos sócio culturais e com a influencias dos designers japoneses daquela época, começando esta evolução através do



consumismo, da cultura pop, e, a busca do novo, com misturas e referências passadas, criando novos tecidos, novas formas, novas cores, dando-nos a entender que o universo Cyber é mais do que ficção científica, ele passa por diversas áreas e chega no que hoje conhecemos como comunicação.

Esta comunicação é colocada como interferência homem-máquina, englobando um novo ciberespaço, que mistura as culturas tradicionais, com as do mercado de massa, envolvendo nichos e subnichos. Na indústria têxtil tal interferência pode ser vista através dos “tecidos inteligentes”, nanotecnológicos, onde ocorre tratamento nos fios ou banhos com efeitos especiais na tinturaria, hoje já encontramos tecidos com acabamentos bactericidas, roupas de diferentes temperaturas, que transmitem sentimentos e também algumas com efeitos especiais que proporcionam conforto, facilitam a transpiração do corpo e até fios que ajudam a bloquear a ação dos raios UV. Neste vasto caminho passamos pelos computadores vestíveis ou também chamados de “wear comp” expressando uma nova forma de agregar os componentes eletrônicos dentro desta moda urbana que estabelecem conexões do próprio corpo através de sensores tornando-se um elemento integrado da vestimenta.

A transição para o novo século fez com que o corpo se torna-se objeto de estudo para apresentação de novas inovações tecnológicas e estéticas, deixando um marco nos anos 80 o qual estabeleceu-se pelo mundo uma série de novos centros com o objetivo de pesquisar o futuro do mundo digital, estando presentes através da arte, política, economia, games, cinema, ciberespaço, cibercultura, enfim a criação do real dentro de um universo imaginário (ficcional).

Com todas estas manifestações podemos observar que o futuro da moda e da cibermoda ainda é incerto, pois estamos em um mundo de constantes transformações, da pós modernidade, uma época marcada por diversas tribos, uma moda que através da comunicação vem atender as necessidades de integração de cada indivíduo dentro do seu cotidiano social, onde a moda individualiza mas ao mesmo tempo integra, retratar uma identidade e repassa mensagens dentro deste sistema, sendo uma linguagem que para nós está representada através do corpo.



REFERÊNCIAS

AMARAL Adriana, *Visões Perigosas: uma arque-genealogia do cyberpunk – comunicação e cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

CANEVACCI, Massimo, *Culturas Extremas. Mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Ed. Laparina, 2005.

CASTILHO, Káthia; PRECIOSA, Rosane. *A criação e o Design de Moda: apontamentos. Design, Arte e Tecnologia; espaço de trocas /SP/ Universidade Anhembi Morumbi, PUC-Rio & Rosari, 2005.*

FERREIRA, Aletéia, *Cibermoda e suas influências na cibercultura, a moda punk ao estilo matrix*. Centro de estudos e pesquisa em Cibercultura. 2007.

JONES Sue Jenkyn, *Fashion Design: manual do estilista*. Tradução Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

LUYTEN Sonia M. Bibe. *Cultura pop Japonesa*. São Paulo: Hedra, 2005.

MARTINS Menezes Francisco, da SILVA, Machado Juremir. *A Genealogia do Virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 43-60.

OLIVEIRA Sandra Ramalho e. *Moda também é texto*. São Paulo: Ed. Rosari, 2007.

PRECIOSA, Rosane, HAGEDOR, Adriane, *Notas sobre o Design de Moda e suas práticas experimentais*. P&D Design, 2006.