



CALIFORNIA GRUNGE: CONTORNOS DE MODA NA COLEÇÃO INVERNO 2013/2014 DA GRIFE SAINT LAURENT PARIS¹

CALIFORNIA GRUNGE: FASHION CONTOUR AT WINTER COLLECTION 2013/2014 OF SAINT LAURENT PARIS LABEL

Camila Azevedo Xavier²

Centro Universitário Belas Artes de São Paulo

hxcx.camila@gmail.com

RESUMO: Quando uma grife tradicional mundialmente conhecida como bom gosto e sofisticação muda radicalmente, no mundo da moda isso é motivo de caos. Desta forma, este trabalho faz uma breve análise da coleção de inverno 13/14 “California Grunge” da grife francesa Saint Laurent Paris, apresentando um contorno de moda na coleção, que foi inspirada nas subculturas *Grunge* e *Punk*, assinada pelo Diretor Criativo da marca, Hedi Slimane.

PALAVRAS-CHAVE: Saint Laurent; coleção grunge; punk; moda.

ABSTRACT: When a traditional label worldwide renowned by its elegant liking and sophistication changes radically, in fashion it’s a reason for chaos. So, this work is about a brief analysis of winter collection 13/14 “California Grunge” by French label Saint Laurent Paris, presenting a fashion contour in the collection,

¹ Este trabalho foi desenvolvido para a disciplina Contornos de Moda, do curso de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura de Moda, do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

² Bacharel em Moda pela Universidade da Amazônia – UNAMA (PA);

which was inspired by the subcultures Grunge and Punk, signed by the label creative director, Hedi Slimane.

KEYWORDS: Saint Laurent; grunge collection; punk; fashion.

1.INTRODUÇÃO

No ano de 1962, o estilista Francês Yves Saint Laurent fundou sua grife. Em meados das décadas de 1960 e 1970, a grife francesa lançou o primeiro *smoking* feminino, dando praticidade ao vestuário da mulher e virou marca registrada do estilista, usando-o em todos seus desfiles.

Logo a marca ganhou destaque mundialmente, tornando-se símbolo de bom gosto e sofisticação. Porém, a contribuição dela com a moda não acaba aí. Ainda da década de 1960, Yves Saint Laurent foi a primeira grife a popularizar o *prêt-à-porter*, tornando esse bom gosto e sofisticação mais acessíveis que a alta costura. Tempos depois, também foi a primeira a usar modelos negras em seus desfiles³

Em janeiro de 2002, o estilista anunciou seu afastamento da moda, após quarenta anos de dedicação, revolucionando-a e deixando sua contribuição. Quatro anos depois, aos 71 anos de idade veio a falecer, deixando-a definitivamente. Até hoje, ele é considerado um dos maiores nomes da moda do século XX.

Mesmo com quarenta anos de histórias dedicadas ao mundo da moda, este ícone sinônimo elegância, iria continuar inovando, porém desta vez, apresentando mudanças “radicais” para a própria marca, em 2012, pelo novo diretor criativo, o designer e fotógrafo Hedi Slimane.

³ Disponível em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Yves_Saint_Laurent>. Acessado em: 14 de maio de 2013.

Três meses após assumir o cargo, a primeira mudança do Designer foi alterar o nome da marca, de Yves Saint Laurent para Saint Laurent Paris. Porém, o logotipo tradicional da grife criado na década de 1960, continua intacto. Segundo o site da revista *Harper's Bazaar Brasil*, Paul Deneve, CEO da marca, explica as mudanças:

Estou muito feliz em anunciar esse novo passo na história de nossa marca e negócio. Como parte de nossa estratégia de se tornar um dos líderes no mercado de luxo, estamos transformando o nome da marca. A identidade visual será apresentada nos próximos meses e estará pronta para a temporada de verão 2013. Essa mudança celebra nosso legado e herança, enquanto marca uma ambição ousada para o futuro. Isso nos permitirá retornar aos fundamentos originais de **Yves Saint Laurent** e reviver o espírito e intenções que reinaram com o lançamento da *Saint Laurent Rive Gauche*, em 1966: princípios de juventude, liberdade e modernidade". (DEVENE, 2012)⁴

Em março deste ano, após Slimane desfilarmos sua segunda coleção na Saint Laurent Paris, polemizou ao radicalizar apresentando-a completamente diferente para o perfil consumidor da marca. Logo, o designer foi muito criticado, o que acrescentou de forma negativa para a grife. "Grunge dos anos 90, literal, sem nenhuma interpretação mais sofisticada, como fez Dries Van Noten uma estação atrás. Pra que repetir se é pior?" (FALCÃO, 2012)⁵

2. COLEÇÃO INVERNO 2013/2014 "CALIFORNIA GRUNGE"

Pelo nome da coleção já percebe-se o motivo de tanta polêmica, "California Grunge". Esta que foi fortemente inspirada no *underground*⁶ dos anos de 1990, misturando as subculturas musicais *Grunge*, que teve seu auge na década de 90, e o Punk da década de 70, que até hoje é conhecido sinônimo de rebeldia.

⁴ Disponível em: < <http://www.harpersbazaar.com.br/moda/bomba-na-moda-a-yves-saint-laurent-vai-mudar-de-nome>>. Acessado em: 14 de maio de 2013.

⁵ Declaração de Daniela Falcão diretora de redação da Vogue Brasil, sobre a coleção de California Grunge. Disponível em:<<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2013/03/hedi-slimane-coleciona-criticas-em-sua-segunda-colecao-para-saint-laurent.html>>. Acessado em: 15 de maio de 2013.

⁶

O estilo desleixado do *Grunge* mostrou-se presente no uso do xadrez, a maioria como sobreposições desalinhadas em outras peças, o rasgado e os cabelos assanhados das modelos. Já estilo *Punk*, é claramente notado pelo couro preto, coturnos, fivelas, transparência e cortes fetichistas e também o rasgado, assim como no *Grunge*. (Veja a coleção na figura 1)



Figura 1. Coleção California Grunge Inverno 2013/2014

Desta forma, observa-se forte presença dos estilos *Grunge* e *Punk* nesta coleção. Porém, antes de analisar estilos, deve-se primeiro entender sobre o mesmo. Segundo Godart (2010), o conceito de estilo na moda abrange diferentes realidades, e o autor faz a seguinte observação:

Um estilo também pode adaptar-se àquilo que há de estável nas escolhas indumentárias de um indivíduo, de um grupo ou de uma casa de moda e, por extensão, de qualquer outro protagonista. No que se refere aos indivíduos ou aos grupos, esse exemplo das subculturas pode ilustrar a ideia segundo a qual certo nível de análise, o estilo é um conjunto de influências diversas relativamente estáveis. (GODART, 2010, p.73-74)

3. MOVIMENTOS UNDERGROUNDERS⁷

3.1 A moda das subculturas: *Grunge* e *Punk*

Desde a década de 1960, a moda passou a prestar mais atenção nas ruas, aos estilos dos jovens para se inspirar, e com o passar do tempo surgiram as subculturas ou como são chamadas hoje, as “tribos urbanas”. Godart (2010) define subcultura como:

É um conjunto significativo de práticas e de representações que distinguem um grupo de indivíduos de outro. Ela se compõe de várias facetas, por exemplo, de roupas reconhecíveis e de gostos musicais específicos, mas também de ideias políticas mais ou menos estruturadas e de uma maneira particular de se expressar. (GODART, 20120, p.33)

Tanto o *grunge* quanto o *punk* seguem a linha da anti-moda. Nela, o “protesto” ocorre de forma diferente. Ela posiciona-se contra qualquer tipo de moda dominante, como nas subculturas musicais: *Punk* e *Grunge*, que ao combater a moda, acaba-se criando outra moda usada por eles. Como ressalta o sociólogo americano Fred Davis (1992)

Um dos principais limites da *antimoda* é que, ao se definir unicamente como uma reação à moda, ela é, de fato, absorvida por ela. Outro limite refere-se ao fato de que nas sociedades contemporâneas complexas em que várias modas e subculturas podem coexistir, a *antimoda* perde seu sentido quando se dilui. (FRED DAVIS, 1992, apud, GODART, 2010,p.32)

O *grunge*, por exemplo, foi um movimento *underground* muito forte na década de 1990. Ele é um sub-gênero do *Rock Alternativo* que surgiu na década de 1980 em Seattle, misturando *Punk* e *Heavy Metal*, com letras depressivas e sarcásticas, que levavam a melancolia, que falavam do desejo de libertar-se de suas vidas melancólicas, e apresentações que dispensavam performances.

Apesar de o estilo ter surgido nos anos de 1980, ele só “estourou” na década de 1990, com o segundo álbum da banda *Nirvana*, chamado *Nevermind*, cujo a capa é um bebê nadando em uma piscina indo em direção

⁷ Underground é um termo que vem da língua inglesa para designar algo que rompa com os padrões oferecidos pela mídia, o capitalismo e o consumismo.

há uma nota de um dólar. *Nirvana* abriu caminho para outras bandas do estilo como *Pearl Jam* e *Alice in Chains*.

O termo *Grunge* vem do inglês, que significa “sujeira”, o que caracteriza o visual largado, com cabelos bagunçados, roupas largas, jeans rasgados, sobreposições com xadrez. O estilo imundo mostrava não importar-se com a moda, ou preocupar-se em agradar a sociedade em geral. Mackenzie (2010) ressalta: “O que surgiu como indumentária de contestação, porém, logo se espalhou como tendência principal: foi o primeiro grande avanço da moda da década de 1990.” (MACKENZIE, 2010, p.118)

Segundo Leonard (2011), o sucesso da banda se deu graças ao seu vocalista Kurt Cobain, e com o tempo virou principal ícone do estilo. (Ver a figura 1)

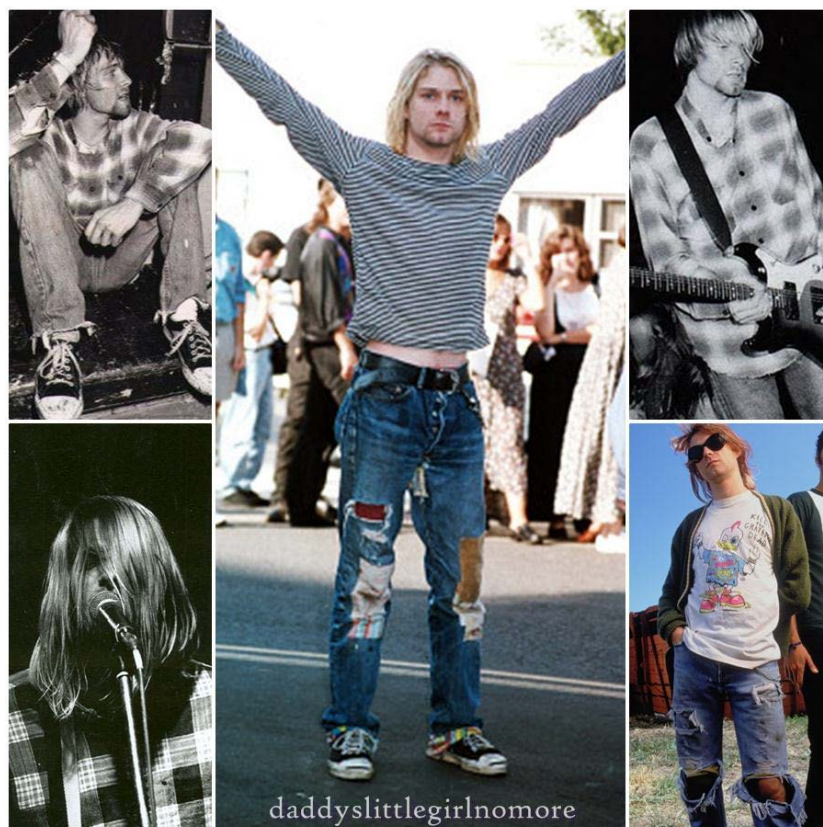


Figura 2. Kurt Cobain e o visual *Grunge*

O autor Michael Martin (2005) relata que Cobain se sentia muito desconfortável sendo o centro das atenções, e investia seu talento na banda, mas nunca achava seu trabalho bom o suficiente. Portanto achava que as mensagens artísticas da

banda foram mal interpretadas pelo público. (MARTIN, 2005 apud LEONARD, 2011, p. 29-30).

A autora relata, que em seus últimos anos de vida, Kurt Cobain, não conseguia lidar, com a fama, o sucesso, e a exposição de sua imagem. Lutando contra problemas pessoais e profissionais, os quais tinham grande participação de sua esposa Courtney Love⁸, viciou-se em heroína, o que levou ao suicídio no ano de 1994.

Holzmeister (2010) observa que os anos de 1990, foi uma década em que pode-se notar frequentemente a presença do “estranho” na moda, com o surgimento de movimentos que exaltavam a estética do estranho, desprezando a estética saudável e tudo aquilo que até então era aceito como positivo.

Com tudo, muito antes dos anos de 1990 ironizar a moda desta maneira, o *punk* já havia causado este mesmo efeito nela, nos anos de 1970. Nesta década, na Inglaterra, surgia um movimento musical cheio de rebeldia, ele era o Punk Rock, com músicas rápidas, barulhentas e simples (com três acordes), com letras politizadas expressando o anarquismo. Em 1977 o movimento invadiu a Inglaterra e Estados Unidos.

A agressividade toma conta do visual *Punk*, porque era através da aparência que eles expressavam sua revolta, e a usavam como protesto visual. Os homens usavam jeans surrados e rasgados, calças xadrez, coletes e jaquetas, alfinetes, bottons, taxinhas, *patches* de bandas e símbolos característicos do movimento, coturno militar, e o penteado que os identificavam de longe, com o corte “*moicano*”⁹ levantado e *spikes*.

O visual feminino era tão agressivo quanto o masculino. Jeans surrados e rasgados, meias-calças rasgadas, coletes e jaquetas, bottons, *patches* e

⁸ Vocalista da banda *Hole* de Rock Alternativo, e odiada por fãs de Nirvana, por ter supostamente envolvimento com a morte de Kurt Cobain.

⁹ Foi aderido ao visual do movimento punk, no final dos anos de 1970, início de 1980, em homenagem ao corte de cabelo que era usado pelos “Moicanos”, tribo de índio norte-americana, que foi massacrada pelos brancos, por preferir a morte a viver escravizados por eles. O moicano é usado pelos *Punks* como forma de protesto, simbolizando sua luta contra o sistema.

alfinetes, estampas de bicho, xadrez e maquiagem pesada, faziam parte do vestuário feminino.

O movimento punk estava em alta e logo foram surgindo várias bandas, entre elas “The Ramones”¹⁰. O *Punk Rock* vivia seu auge, “Olheiros” da moda passaram a perceber que o estilo rebelde marginalizado poderia lhe dar lucro, como foi o caso da Estilista Viviane Westwood, dona da marca Sex¹¹.

Casada com Malcolm McLaren, a estilista e o marido fizeram uma parceria de sucesso. Ele era o produtor da banda “*Sex Pistols*”, que vestia Sex, assim, divulgando a marca da esposa.(Veja a figura 3). Segundo McNeil; MacCain (2004), a banda surgiu da ideia de um assassino com um visual legal, uma pistola, uma *pin up*, uma pistola de sexo. Mackenzie (2010), atenta para o fato de que antes:

A indumentária fetichista, antes confinada a *sex shops* e boates e usada em locais restritos ou na privacidade da própria casa, foi trazida para o domínio público pela loja Sex, Westwood e McLaren, num ato de declarada confrontação. (MACKENZIE, 2010, p.107)

¹⁰ O primeiro álbum dos Ramones foi feito em apenas dois dias, porém eles resolveram regravar no estúdio dentro do Radio City Music Hell, e conseguiram gravar em uma semana, gastando apenas US\$ 6.400,00 enquanto outros álbuns eram gastavam meio milhão de dólares. (McNEIL; MacCAIN 2004,p.8).

¹¹ Disponível em: <<http://hotpants.com.br/vivienne-westwood-a-mae-do-punk/>>. Acessado em: 15 de maio de 2013.



Figura 3. Banda Sex Pistols

Leonard (2011), observa que nesta época surgia boutiques estilo *punk*, com preço acessível para o público. O que ia de contra com a ideologia *punk*, que era contra o “sistema” e o regime capitalista que fazia apologia ao consumismo. Desta forma, o movimento tinha como lema o “D.I.Y.” (Do it Yourself, que no português significa “faça-você-mesmo”), onde incentivava o *underground*. E da mesma forma que o movimento *punk* serviu de inspiração anos depois para o *grunge*, ele também flerta com outro movimento que o antecedeu.

Certa influência também pode ser atribuída a fontes tão variadas quanto o Dadaísmo (movimento artístico da década de 1920 que preconizava a anarquia e influenciou tanto a cultura visual como o ideário punk). (MACKENZIE, 2010, p.106)

3.2 Dadaísmo

O Dada ou Dadaísmo é um movimento artístico que originou-se em Zurique no ano de 1916, cujo nome de origem da língua francesa, significa “cavalo de pau”. Um nome sem sentido. Este movimento surgiu durante a

Primeira Guerra Mundial, criticando o capitalismo e o consumismo, dando total liberdade para os artistas expressarem-se, de maneira absurda, que parecia não ter coerência.

Este quebra do tradicionalismo que o Dadaísmo apresentava, se dava através de fotografias, pinturas, esculturas etc. Todas com caráter fortemente irônico e pessimista. Segundo Meggs (2009) apud Fantoni (2011), um dos maiores nomes deste movimento anárquico, foi o pintor francês, Marcel Duchamp, que usava para sua criação, a filosofia de liberdade absoluta.

Com este pensamento, o pintor fez uma roda de bicicleta montada em um trompete de madeira e um bigode em uma reprodução da Mona Lisa, causando indignação pública. Sua contribuição para o design gráfico foi na ordem tipográfica, pois ajudou despir seus preceitos tradicionais. (FANTONI, 2001, p. 14)



Figura 4. Monalisa do Dadaísmo e Monalisa tradicional
Fonte: <literaturasucinta.blogspot.com.br>

3.2.1 Dadaísmo Contemporâneo

Em meio ao mundo contemporâneo, cheio de compartilhamentos e redes sociais, observa-se que este movimento de vanguarda está ressurgindo

e ganhando espaço rapidamente, camuflado com uma estética *Cult*¹² e um pouco de humor negro. Isto está sendo constante principalmente nas redes sociais *Tumblr* e *Facebook*. Dib (2012) fala atenta para esta releitura do Dadaísmo.

As imagens que foram constantes na infância da maioria dos jovens e adultos de hoje, agora são transformadas e refeitas com uma visão mais cética e crítica. Penso que talvez essa seja uma das novas mensagens que a juventude atual queira passar para o mundo. Um novo dadaísmo. (DIB, 2012)¹³



Figura 5. Dadaísmo Contemporâneo nas redes sociais

¹² É um culto aos “clássicos”. Ou seja, a denominação dada aos produtos da cultura popular que possuam um grupo de fãs ávidos. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Cult>>. Acessado em: 02 de julho de 2013.

¹³ Disponível em: <<http://dresstofeel.blogspot.com.br/2012/09/cultura.html>>. Acessado em: 02 de junho de 2013.

É importante notar, que esta nova releitura do dadaísmo não está somente nas redes sociais. Ele também aparece no mundo da moda, e é exatamente isso que Hedi Slimane vem fazendo, um convite para este “mundo novo”, claramente visível no desfile, na coleção *California Grunge* e na campanha *The Saint Laurent Music Project*.

4. Campanha “The Saint Laurent Music Project” Saint Laurent Paris

Após o Designer da Saint Laurent Paris indignar os clientes da grife, muito tradicionais por sinal, ele vem surpreendendo ainda mais, com seu projeto de marketing para a marca, envolvendo astros e ícones do rock, como o cantor do estilo *gótico*, Marilyn Manson, e a cantora Courtney Love, que foi musa do grunge nos anos de 1990.

Marilyn Manson que desde sempre é uma personalidade polêmica, ao começar por seu nome artístico, que é uma mistura do ícone do cinema na década de 50, Marilyn Monroe, com Charles Manson, um serial killer que chocou os EUA na década de 1960. Marilyn Manson e Courtney Love, foram os primeiros a serem escolhidos para a campanha *The Saint Laurent Music Project* (veja a figura 6), e ambos fazem contraste com o perfil anterior da grife francesa.



Figura 6: Marilyn Manson e Courtney Love para a campanha da Saint Laurent Paris

Foto: Hedi Slimane

5. Conclusão

No decorrer da pesquisa, pôde-se notar que o mundo da moda é mais complexo do que se imagina. Ele vai muito além de somente “roupas” e desmente a visão superficial sobre moda, e teorias conspiratórias de que todos os estilistas são malucos e inventam tendências para tornar todos escravos da moda.

A moda não é óbvia, e tudo aquilo que vê nela, seja em desfiles, coleções ou editoriais, nem sempre é aquilo que parece, ou o que você acha

que é. Por isso, este trabalho escolheu a grife Saint Laurent Paris, que em pouco tempo vem causando polêmica, devido as escolhas do recente diretor criativo, o designer Hedi Slimane, para fazer um contorno de moda em volta delas, e assim, analisá-las para melhor entender de que forma se dão estas mudanças, e qual o intuito delas.

Desta forma, foi visto que os elementos de *Grunge* (xadrez e estética largada) e do *punk* (couro preto e fivelas), não estão na coleção *California Grunge* por acaso. Ambos são subculturas que criaram moda se posicionando contra ela, a chamada estética “anti-moda”. Isso que leva a uma reflexão aos dias atuais. Será que este “combate” à moda para criar moda, não funcionaria como uma interessante estratégia de marketing para as marcas conquistarem de vez o público jovem, da mesma maneira que o *Grunge* e o *Punk* conquistaram, por adotar essa estética?

Já foi observado também, que essas duas subculturas flertam com o movimento dadaísmo que já pregava a anarquia em 1916, e que vem resurgindo chamando atenção dos jovens nos dias atuais, em sua “zona de conforto”, as redes sociais. Visto que estes jovens são o novo público-alvo que Slimane quer conquistar para a Saint Laurent Paris, isto justifica suas atitudes recentes proporcionando mudanças radicais para a marca.

Bibliografia

DIB, Juliana. **Um dadaísmo Contemporâneo?** 2012. Disponível em: <<http://dresstofeel.blogspot.com.br/2012/09/cultura.html>>. Acessado em: 02 de julho de 2013.

FANTONI, Juliano. **Uma Leitura do Modernismo e Pós-Modernismo nos cartazes dos filmes de Quentin Tarantino.** 2011. 79p. Trabalho de

Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo, 2011.

GODART, Frederic. **Sociologia da moda**. São Paulo: Senac. 2010.

HOLZMEISTER, Silvana. **O estranho na moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2010.

LEONARD, Anna Theresa Colares. **A influência da estética *heroin chic* na moda contemporânea**. 2011. 101p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Moda) – Universidade da Amazônia, Belém, 2011.

MACKENZIE, Mairi. **Ismos para entender a moda**. 1. ed. São Paulo: Globo. 2010. 159p.

McNEIL, Legs; McCAIN, Gillian. **Mate-me por favor**. v.2. Porto Alegre: L&PM.