

Não sou **velha**, sou **vintage!**

CARLOS VERÍSSIMO E GABRIEL PINHEIRO

Em um período em que a tendência da sociedade é abandonar histórias e memórias, olhar para o passado ganha importância. No mundo da moda, isto não é diferente. Revisitar determinados períodos é uma constante no universo *fashion*. Nomes como Vivienne Westwood e Alexander McQueen são conhecidos por buscarem referências e conceitos no que já passou. Assim como estes grandes estilistas, aficionados pelo mundo das passarelas colecionam, criam e reconstróem uma memória particular através de seus estilos. Como por exemplo, o vintage e o retrô.

Retrô X Vintage

Em 1960, ainda não se falava do vintage. A tendência do momento era o “retrô chique”: uma tentativa nostálgica de recriar o passado visto através de olhos contemporâneos. Esta *retromania* foi a convergência de pilhagens culturais do sótão da vovó. Hoje em dia, algumas lojas apostam em setores retrôs. Camisas com estampas inspiradas em décadas passadas – *pop art*, filmes e *cartoons* antigos - vestem os manequins. O retrô já movimenta o mercado contemporâneo há algum tempo. Objetos de decoração e até mesmo eletrodomésticos que utilizam a tecnologia atual são produzidos com *design* de décadas passadas. Porém, para a *designer* e professora do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio, Silvia Helena, o consumidor nem sempre enxerga estes produtos como retrô. “Às vezes, o consumidor ao usar uma *legging* com uma camiseta grande de estampa *rocker* não os considera retrô. Isso porque este estilo está muito próximo do presente para que ele se sinta consumindo esta *retromania*. Talvez, se fosse um vestido de bolinha com uma saia mais



Faye Dunaway e Warren Beatty dão vida a Bonnie e Clyde

estruturada ele enxergasse como algo do passado. Existe um valor simbólico naquilo que é consumido e percebido como retrô, mas que nem sempre é evidenciado.”

O interesse por um estilo de vida diferente fez com que os grandes produtores de moda do setor passassem a vasculhar os mercados de antiguidades em busca de tesouros originais feitos a mão. Estilistas de celebridades começaram a visitar lojas especializadas em busca de peças que dariam a seus clientes um visual único. Comerciantes passaram a dar mais valor à segunda vida das roupas e o vintage, como conceito, foi introduzido no sistema mais amplo da moda.

Se for classificado de maneira técnica, o vintage é reutilizado. São as peças encontradas nos bre-



Hoje, os brechós são sinônimos de sofisticação

chós, ou seja, de segunda mão. Alguém que utiliza peças originais de um determinado período e as incorpora ao vestuário na atualidade, é uma pessoa que faz uso deste estilo.

O vintage rendeu fortunas no início do século passado. Em 2010, a organização de estilistas britânicos, a British Fashion Council (BFC), anunciou os desfiles “Future Vintage” em um festival de roupas em Goodwood, no sul da Inglaterra. Por lá, é comum encontrar feiras vintage onde roupas, acessórios e outros itens são classificados por décadas. O evento da BFC promoveu talentos promissores que, segundo eles, seriam valorizados em décadas futuras. Eles estavam certos.

Conceito de tempo para a moda

O conceito de tempo para a moda, por muitos aspectos, é complexo. A indústria têxtil produz com longos períodos de antecedência em relação ao lançamento. Existem pesquisas que são realizadas 10 anos antes do produto entrar no mercado de uma maneira massiva. A *designer* Silvia Helena também trabalha com *branding* de moda – logos e marcas de roupas – e explica que quem trabalha no segmento de indumentária sente a premência do calendário. “Já estou fazendo pesquisas para 2016. As pessoas falam de um pas-

sado muito recente. Às vezes, ainda estamos absorvendo determinada coisa, ela já se foi e nós já a estamos trazendo de volta. Não conseguimos nem sentir que estamos olhando para trás.”

A professora exemplifica o conceito de tempo para a moda ao falar de um marco para o mundo *fashion*. “Tem um momento que é decisivo para a moda que é o *New Look* do Dior. Depois da Segunda Guerra Mundial, ele muda a silhueta feminina que estava pesada e dura. Eram tempos de guerra. Dior transforma a mulher de novo em uma mulher glamorosa. Então fala-se da volta do feminino e a volta do sonho.

O estilista francês Christian Dior estava inspirado no século XIX, no auge do Romantismo, na década de 1860. Dior estava no final da década de 1940, em 1947, produzindo e se inspirando no auge do Romantismo. “Hoje quando se fala em *lady like*, que é a silhueta Dior, se pensa numa coisa que Dior criou em 1947, enquanto olhava para o século XIX,” conclui Silvia.

Brechós: do lixo ao luxo

Segundo a definição da enciclopédia de moda escrita por Georgina O’Hara Callan, brechó é uma loja onde é possível encontrar roupas e acessórios de segunda mão a preços acessíveis. Bibliogra-

Christian Dior



fias especializadas em história da moda indicam que foi por volta de 1968, principalmente nos Estados Unidos, que os brechós se desenvolveram. Para o estilista João Braga e para o escritor e jornalista Luís André do Prado, no livro *História da Moda* (2004), a busca de características de outros momentos históricos da moda fez com que os brechós se tornassem verdadeiros focos e referências tanto de pesquisa para criação em série, como para o consumo pessoal.

Hoje, estas lojas ganham força entre as escolhas das fashionistas na hora de montar o guarda-roupa. Para a dona de brechó Marisol Ribeiro, os locais se tornaram uma tendência. “Tanto no Rio de Janeiro quanto em outros estados este comércio faz cada vez mais sucesso não só entre consumidores comuns, aquelas pessoas que compram em *shoppings* e lojas, mas também entre os estilistas. Várias blogueiras já aderiram a essa “modinha” e até famosos, como a atriz Danielle Winitz. O que antes era sinônimo de pobreza, hoje é de estilo.”

A estudante de cinema da PUC-Rio e amante de moda Clara Balbi, de 22 anos, tem uma opinião semelhante a de Marisol. Para ela a recente valorização dos brechós está relacionada à ideia da moda como expressão de originalidade. “Os brechós são lugares onde existe a possibilidade de se encontrar peças únicas que tenham uma relação íntima com a personalidade de cada um. Lá, não se encontra duas blusas iguais. Vai além de uma cadeia de *fast fashion*.”

Marisol, que também tem o próprio blog de moda, o “Hoje eu vou assim vintage”, já fez parte de um brechó *on-line* em uma parceria bem-sucedida com outra blogueira. Ela conta que os compradores foram em sua maioria jovens

universitários, com estilo moderno e descolado que buscavam peças diferenciadas, ousadas e baratas.

Mas o mundo contemporâneo também tem espaço para os brechós sofisticados. O Anexo-Vintage, na Gávea há 9 anos, tem como clientes pessoas de maior poder aquisitivo. As sócias, Lila Studard e Carla Pádua afirmam que as peças são diversificadas e selecionadas. Bolsas Louis Vuitton, conjuntos Yves Saint Laurent, vestidos e camisas Pucci fazem parte do acervo do lugar. “O preço é um reflexo do tipo de mercadoria que oferecemos. As bolsas são as mais procuradas. Às vezes, algumas figurinistas vêm até nós em busca de peças antigas para compor o vestuário de novelas de época”, pontua Lila.

Vestindo o Vintage

Cliente fiel do Anexo-Vintage, Renata Tocha Brito, acompanha Lila e Carla desde a abertura do negócio. Ela se intitula fã de brechós e o que mais a atrai é a diversidade de produtos atemporais, únicos e originais. “Eu prefiro comprar uma calça Saint Laurent de 20 anos atrás, em perfeito estado, do que comprar uma calça dessas marcas contemporâneas, que vão ter 500 pessoas usando. Porque é aquela manada. Se a moda é estampa de zebra, todo mundo sai de zebra. Então eu opto pelo diferente.”

A blogueira Marisol mistura as peças de segunda mão com as atuais. Para ela, a relação da moda com a nostalgia é uma constante porque tudo que um dia já esteve em alta, quando volta a ser usado, provoca esse sentimento. “O vintage é um estilo alternativo, nostálgico, alegre e cheio de atitude. É uma moda que nunca sai de moda.”

Mas para a estudante de *design*, este estilo nem sempre significa reviver o passado. Marisol defende que para muitas pessoas o que importa é possuir um diferencial, porque em décadas passadas a moda não era tão padronizada como hoje. “Adoro o corte das roupas. O comprimento das saias e as pregas. Me sinto a melhor das mulheres, porque não gosto muito de expor meu corpo. Hoje é muito difícil encontrar um vestido mais comprido, uma bermuda mais comportada e o estilo vintage tem tudo isso.”





Moda, cinema e nostalgia

Na cultura pop, o filme *Bonnie and Clyde* (1967) teve grande influência sob o vestuário. O visual da atriz Fayre Dunaway, que incluía boina, cabelo estilo pajem e suéter fez sucesso nas ruas. A década de 1970 foi marcada por

uma nostalgia caprichosa e pela forte ligação entre moda e cinema. Este último refletiu e influenciou a exploração de estilos de outras épocas por costureiros e estilistas.

Prada

Miuccia Prada captou o sentimento nostálgico do vintage e o reinterpretou a sua maneira contemporânea e minimalista. O que fez da marca uma das mais duradouras e influentes da virada do século XXI.

A proeza da designer é compreender que no vestuário a modernidade pode vir de diferentes fontes.



“Ser vintage é ser original”

A aspirante a cineasta Clara Balbi já trabalhou para blogs de moda e se aprofundou no tema ao fazer um mês de curso de styling no Instituto Europeu de Design e um workshop do RIOetc sobre street style. Segundo Clara, a nostalgia do estilo vintage representa, de certa forma, uma busca pela originalidade. Confira abaixo o que mais a estudante pensa sobre o assunto.

Eclética: O que o estilo vintage representa para você?

Clara Balbi: É uma espécie de “roubo” de silhuetas e de características do vestuário de outras épocas para montar um look novo, exclusivamente seu. Adoro combinar botinhas de camurça dos anos 1980, da minha mãe, com brincos de pressão dos anos 1960, que coleciono, com uma blusa “podrinha” de brechô, mas, ao mesmo tempo, vestir um short de uma marca contemporânea.

Eclética: Você acha que a moda sempre revisita o passado?

Clara: Isso acontece especificamente com a moda atual. Existe uma questão de expressão muito forte nessa busca incessante por visitar e se inspirar no passado. O mais louco da moda atual é esse mosaico de passados que os estilistas montam às vezes em um look só. Por exemplo, ombros dos anos 1980, combinados com mochila do estilo Prada de 1990 e pantalonas inspiradas no movimento hippie. E isso tudo sem ninguém gritar que aquilo não pode. A moda ficou muito mais democrática e por isso voltar ao passado é muito libertário. Quase uma diversão no sentido de reinterpretar estilos.

Eclética: Qual foi o diferencial do vintage que te conquistou?

Clara: Minha relação com a moda é afetiva. Quero que cada detalhe da minha roupa conte uma história. Seja através da bolsa que achei em uma liquidação, da pulseira de camelô que comprei em Barcelona ou do broche que encontrei nas coisas da minha avó. Existe, sim, uma brincadeira muito curiosa que o vintage faz com o passado: reapropriá-lo.

