



## A REVITALIZAÇÃO DA MODA DOS ANOS 2000

**Heliana Marcia SANTOS<sup>1</sup>; Ana Beatriz Meira STRABELLi <sup>2</sup>; Julia Martins MINNITI <sup>3</sup>; Lilian Aparecida <sup>4</sup>**

### RESUMO

Este estudo explora a revitalização da moda dos anos 2000, analisando como a memória e a nostalgia influenciam as criações contemporâneas. Foca-se na estética retrô e na reinterpretação da tendência Y2K, destacando o papel da nostalgia como motor criativo na moda atual. A pesquisa examina como elementos visuais e emocionais daquele período são resgatados, criando uma conexão entre o passado e o presente. A moda dos anos 2000 continua a moldar a cultura contemporânea, proporcionando um meio de expressão pessoal para novas gerações.

**Palavras-chave:** Retrô; Tendência; Y2K; Consumo; Nostalgia.

### 1. INTRODUÇÃO

A moda dos anos 2000 teve um impacto significativo tanto em seu período atualmente, refletindo um ciclo contínuo de inovação e reinvenção. Este estudo tem como objetivo visa como a memória e a nostalgia contribuem para a revitalização da moda dessa época, com foco na estética Y2K e no seu consumo contemporâneo. De acordo com Coronato (2021, online) “apesar de parecer complexa e difícil de entender, a abreviação significa literalmente anos 2000. Sim, Y2K = year 2000 ou, em português, ano 2000”. Ao revisitar estilos icônicos dos anos 2000, designers e consumidores ressignificam essas peças, utilizando-as como forma de expressão de identidade e autenticidade. A nostalgia, portanto, surge como um fator chave no processo criativo, influenciando tanto a moda quanto o consumo na atualidade.

### 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### A reinterpretação da tendência Y2K

A tendência Y2K, característica dos anos 2000, tem sido reinterpretada na moda contemporânea. Sarlo (2007, p.28) aponta que a memória é essencial na criação, servindo como "reivindicação do passado" na elaboração de novas coleções. Assim, designers utilizam silhuetas, estampas e elementos culturais da época, adaptando-os para atender às expectativas e valores atuais.

---

<sup>1</sup>Orientadora, UEMG – Unidade Passos. E-mail: helianamsantos@gmail.com.

<sup>2</sup>Discente do Curso de design de Moda, UEMG – Unidade Passos. E-mail: ana.241216652@discente.uemg.br

<sup>3</sup>Discente do Curso de design de Moda, UEMG – Unidade Passos. E-mail: julia.241216229@discente.uemg.br

<sup>4</sup> Discente do Curso de design de Moda, UEMG – Unidade Passos. E-mail: lilian.241210032@discente.uemg.br

Essa fusão entre passado e presente revela o caráter cíclico da moda, onde a inspiração do passado se transforma em inovação no presente.

### **A estética retrô dos anos 2000**

A estética retrô atua como uma manifestação de interesses coletivos, oferecendo uma conexão tangível com o passado. Nora (1993, p.14) destaca que, quanto mais distante a memória, mais ela necessita de "suportes exteriores e referências tangíveis". Dessa forma, a estética retrô dos anos 2000 se apresenta como uma maneira de celebrar a identidade cultural e relembrar momentos significativos, tanto da moda quanto da cultura. A moda se torna, assim, um espaço de expressão e reconexão emocional, permitindo que as novas gerações interajam com o passado de maneira inovadora.

### **A influência da nostalgia no consumo atual**

A nostalgia tem um papel fundamental na moda contemporânea, especialmente no consumo de peças inspiradas nos anos 2000. Huyssen (2004, p.93) destaca que "o passado tem vendido mais que o futuro", refletindo uma tendência em que a repetição e o *remake* se tornaram centrais na cultura de consumo. A nostalgia não só resgata referências estéticas, mas também gera um senso de pertencimento e identidade. O desejo de reviver experiências por meio do vestuário fortalece essa conexão emocional com o passado, fazendo da moda um canal para a expressão de memórias e emoções.

## **3. MATERIAL E MÉTODOS**

Este estudo foi desenvolvido a partir de uma análise bibliográfica das principais teorias sobre moda, memória e nostalgia. Autores como Beatriz Sarlo, Pierre Nora e Andreas Huyssen foram fundamentais para a compreensão da relação entre memória e moda. Além disso, foram investigados exemplos contemporâneos de *designers* e marcas que utilizam a estética Y2K e retrô em suas coleções. A pesquisa busca compreender como esses elementos do passado são reimaginados e comercializados para as novas gerações.

## **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A análise mostrou que a reinterpretação da moda dos anos 2000 não é apenas uma reprodução do passado, mas uma adaptação criativa que dialoga com o presente. A tendência Y2K, resgatada por marcas e estilistas, evidencia um desejo de autenticidade e conexão emocional. Além disso, o consumo de peças retrô está diretamente ligado à busca por pertencimento e identidade, especialmente entre os jovens, que encontram na moda dos anos 2000 uma forma de se expressar.

A estética retrô, por sua vez, não é apenas um reflexo de nostalgia, mas uma estratégia de *marketing* eficaz, explorada por marcas para atrair consumidores que buscam referências visuais e emocionais do passado. O sucesso dessa tendência está na capacidade de conjugar inovação e memória, oferecendo ao público uma experiência que vai além do simples consumo de moda, sendo uma reconexão com momentos significativos de suas vidas.

## 5. CONCLUSÃO

A revitalização da moda dos anos 2000 é um exemplo claro de como a nostalgia continua a influenciar o consumo contemporâneo. A tendência Y2K e a estética retrô mostram que a moda, ao revisitar o passado, cria novas formas de expressão pessoal e coletiva. Esse processo de ressignificação permite que o público se reconecte emocionalmente com a moda, enquanto as marcas aproveitam essa tendência para consolidar suas estratégias de mercado. A moda dos anos 2000, portanto, não é apenas um fenômeno estético, mas também uma ferramenta de conexão emocional e identidade para as novas gerações.

## REFERÊNCIAS

CORONATO, Giulia. **O que significa a sigla Y2K?** E por que a moda está obcecada por ela?. *Steal the look*. Tendências, 2021. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/o-que-significa-a-sigla-y2k-e-por-que-a-moda-esta-obcecada-por-ela/> Acesso em: 26 ago. 2024.

NORA, Pierre. **Entre a memória e história:** a problemática dos lugares. São Paulo: Editora Projeto História, 1993.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado:** Cultura da memória e guinada subjetiva. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela Memória:** arquitetura, monumentos, *mídia*. São Paulo: Editora Aeroplano, 2009.