A moda prêt-à-porter via caixa postal: o imaginário da padronização no Pós-Segunda

Guerra

The fashion prêt-à-porter via mailbox: the imagination of standardization in Post-War II.

Ana Paula Lima de Carvalho

CES/IBC – Secretaria de Estado de Educação – RJ

aplcarvalho@click21.com.br

RESUMO

Este artigo pretende mostrar como as sociedades carioca e paulista estavam (re)produzindo os valores de consumo da moda feminina européia e norte-americana, através do estudo dos desfiles da Companhia Progresso Industrial do Brasil-Bangu. E ainda das mulheres que, no anonimato da época, liam as revistas Semana e Vida Doméstica, as quais contêm informações sobre o

gradativo estabelecimento do prêt-à-porter no Brasil, no período do Pós Segunda Guerra.

PALAVRAS-CHAVE

Moda; História; prêt-à-porter.

**ABSTRACT** 

This article aims to show how the people from Rio de Janeiro and São Paulo (re)produce the values of consumption in the fashion female parades in Europe and North America, through the study of the Companhia Progresso Industrial do Brasil- Bangu. And even women who, in the anonymity of the time, read the magazines Semana and Vida Doméstica, from Rio de Janeiro, which contain information about the gradual establishment of ready-to-wear in Brazil during the

Post Second War.

**KEYWORDS** 

Fashion; History; ready to wear.

1- Introdução: Imagem & Moda: Uma produção cultural

Quando se estuda vestuário de moda há uma associação direta com a imagem produzida e aquela que se reflete no instante que consumimos, seja em uma ocasião, seja no dia-a-dia. Na verdade, quando nos vestimos há uma predeterminação de escolha, gosto e desejo a ser satisfeito

pelo sujeito, ainda que atribuamos a moda uma (re)produção de um momento.

O contexto histórico é a base que possibilita à representação do imaginário de época. No caso em questão, são os anos decorrentes do Pós-Guerra que apresentam um cenário de reconstrução e de legitimação do poder norte-americano constituído pelo célebre slogan: American way of life, no qual as sociedades periféricas, como o Brasil importava demasiadamente este cenário, além de apresentar contradições no bojo de suas estruturas econômica e políticas como exemplo; ao mesmo tempo que se adaptava as novas tecnologias

têxteis no setor industrial importava artigos de luxo como as meias de nylon e tecidos com texturas industrializadas como *rayon*, *helanca*, entre outros.

Conforme podemos verificar na Companhia Progresso Industrial do Brasil (Bangu), com o término da Segunda Guerra Mundial ela buscou manter um bom nível de produção têxtil alimentada pelas novas tecnologias pelo setor americano. Segue um trecho de depoimento de Carlos Guido Del Soldato, diretor técnico da Companhia que além de confirmar esta assertiva, enfatiza o uso da propaganda como elemento de divulgação dos tecidos Bangu.

[...] Em 1950 eu fiz uma viagem aos Estados Unidos em que tive a oportunidade de comprar novas máquinas para a fábrica. Como o parque industrial europeu havia sido destruído pela guerra, só os americanos podiam nos fornecer aquelas máquinas, as melhores da época. Eram máquinas de mercerizar, estampar, chamuscadeiras, que nos permitiam um acabamento mais nobre, mais moderno. Ao mesmo tempo começaram a aparecer novos tipos de corantes que reagiam muito bem com a fibra do algodão. [...] Isso era ajudado, naturalmente, pela publicidade dos Desfiles Bangu, uma promoção de grande sucesso (1989: p.39 Catálogo da Bangu).

Se ainda quisermos um exemplo no campo político temos uma outra contradição, o continuísmo de governo autoritário com a eleição do general Eurico Gaspar Dutra pela coligação PTB e PDS ambos partidos getulistas, assim garantindo internamente uma política favorável a manutenção do *status quo* e externamente uma política favorável a abertura ao capital e produtos estrangeiros, sobretudo norte-americanos.

Neste contexto, se esboça o imaginário de uma época em que a moda é mais uma representação social idealizada em uma sociedade urbana industrial eufórica na capacidade de consumo entre os segmentos sociais pertencentes a elite e a burguesia urbana objetivando uma imagem de semelhança com a prosperidade dos Estados Unidos.

Os desfiles de moda sob o patrocínio da Bangu nos idos anos 50, revela a apropriação de uma moda internacional adaptada aos padrões nacionais com o uso de algodão nos modelos de matriz européia, sobretudo norte-americanas. A fotografia abaixo, nos mostra a moda do algodão pelas candidatas ao título de Miss Elegante Bangu no Maracanã, cuja temática era a valorização da moda brasileira, isto é o uso de estampados e lisos no tecido de algodão de produção nacional. Assim, os desfiles de moda da Bangu foi um acontecimento para a (re)produção dos modelos, pois "qualquer pessoa podia comprar aquele tecido, fazer aquela saia, aquela blusa, aquela roupa..."

\_

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Cf. Depoimento de D. Candinha Silveira a qual dirigiu os desfiles de moda nos anos 50, juntamente com um grupo de amigas da alta sociedade carioca. O primeiro desfile foi de caráter beneficente, nos salões do Copacabana Palace em benefício da Pequena Cruzada, posteriormente os famosos desfiles com este apresentado na fotografia (BANGU: 1989, p.135).

Em alguns catálogos de moda norte-americana<sup>2</sup> dos quais foram pesquisados é possível ser feitos uma analogia do quanto estávamos "copiando" os modelos de vestimenta norte-americanos, isto é os vestidos com saias em godê duplo, ora sem manga, ora com mangas-curtas, ora com sobretudo que, para o nosso clima dos trópicos, talvez fosse um certo exagero usá-lo frente à não necessidade climática divergente com o clima europeu e norte-americano.

Ainda, para legitimar a analogia tecida nas imagens reproduzidas nos catálogos supracitados era comum a (re)produção de modelos, como por exemplo era comum uma jovem se sentar em um banco de praça, quiçá a espera de um pretendente, e muitas vezes com um vestido de estamparia da Bangu . Mera semelhança com a gravura ou com as imagens contidas nas revistas *Semana* ou *Vida Doméstica*? Apenas uma reprodução, pois não representa o padrão da Alta Costura que até então ditava a moda e comportamento? Ou se formos mais simplistas em nossa análise, uma reprodução de frente aos padrões estéticos da época. Na verdade, como se estabelece, num primeiro momento, esta circulação de mercadorias-tecido e modelagem, em determinados grupos sociais e não em outros só é possível se explicar através da representação das imagens que compõem o imaginário, este compreendido como um conjunto de imagens constituídas pelo capital do *homo estheticus*3.

Desta forma, o processo de padronização na vestimenta feminina, pode ser observado quando na revista *Semana*, em Modas Novidade, há uma descrição das novidades de moda sobre as quais legitima o imaginário da moda feminina constituída pela (re)produção da modelagem, da produção do *design* estabelecidos pelos ditames da moda européia, sobretudo da norteamericana. Esta por sua vez, já sob o viés do processo de padronização.

[...] Quanto as outras novidades *yankees*, nessa especialidade, vestidos femininos, geralmente são criações estandardizadas, feitas às centenas e centenas, para a venda local e exportação, o que torna pouco depois, numa espécie de fardamento igual, todas aquelas criaturinhas que, seduzidas pelo "chic" que possam apresentar e modicidade de preço, tratem de adquirí-las [...]. Janeiro de 1946 (Ano XXVI, n.º 334, p.80 e 81).

## 2- Desenvolvimento: A moda feminina como modo de expressão da novidade

[...] Se os problemas do vestuário feminino ficaram bastante simplificados para durante o dia, se o mesmo vestido simples pode servir da manhã à tarde, mesmo com a escala de um convite para almoçar, não acontece a mesma coisa com as horas que não fazem parte do 'business times'. A costura reflete perfeitamente esta dualidade atual da existência feminina: trabalho, de um lado; alegria de viver, do outro; e propõe em conseqüência, vestidos chamados de meianoite, cuja aceitação se alastra cada dia [...] (27 de dezembro de 1958 n.º51, p.36).

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Catálogo publicado em 1992 contendo uma coletânea de 150 modelos de roupas e de diversos acessórios vendidos pelo *magazine* Sears no período de 1939 a 1950. Este vestido era de rayon-crepe romano.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Cf. Luc Ferry, *Homo Aestheticus* p. 78.

O trecho é de uma cronista de moda da revista *Semana*, o qual expressa quanto as novas necessidades da mulher inserida no mercado de trabalho possibilitou uma nova forma de comportamento e de atitudes evidenciadas na mudança do vestuário feminino. É mais do que a novidade e o *bom gosto*, é a adequação do vestuário a mulher que, gradativamente, sai de sua casa para enfrentar o mercado de trabalho, mas que não pode perder o seu *status* de "rainha do lar".

A moda necessita de planejamento nos setores têxtil e industrial de pelo menos dois a três anos, assim a escolha de cor, material e *design* são determinados previamente para cada coleção (primavera/verão e outono/inverno), assim compondo os sistemas de significação: Estes devem ser compreendidos a partir de uma relação do sujeito (usuário) com o bem material (objeto-moda do *prêt-à-porter*), promovendo uma discussão contínua a partir das seguintes questões: o que se produz em um determinado contexto social e ideológico? Por que se produz? Para quem se produz?

Se respondermos a estas questões, estaremos, pois, definindo este sistema de significações. No caso em questão, sob a influência da atmosfera da moda feminina do Pós-Guerra no Brasil, mais especificamente no eixo Rio e São Paulo. A moda representa um papel decisivo nos sistemas de significações presentes no imaginário da época.

[...] Trata-se de um envolvimento em que o próprio Design é simultaneamente agente e objeto; trabalhando com o imaginário, sobre o imaginário, e sendo 'trabalhado' por ele, na medida em que este o define e lhe atribui determinadas funções (Portinari, 1999).

Os sistemas de significação consiste na relação proveniente entre o sujeito (usuário) e o objeto (moda do *prêt-à-porter*), assim possibilitando uma dinâmica no contexto social e ideológico, no caso em questão a atmosfera do Pós-Guerra no Brasil, mais especificamente no eixo Rio e São Paulo com a (re) produção de moda do *prêt-à-porter*.

## 2.1- As crônicas, as caixas-postais: o prêt-à-porter de impõe com categoria

Constatamos o quanto o *prêt-à-porter* estava expresso na linguagem escrita e no imaginário social brasileiro, sobretudo nos centros urbanos, através dos artigos dos cronistas de moda da revista *Vida Doméstica*, no período de 1945 a 1959 .

Segue abaixo uma transcrição, da coluna de sociabilidade assinada por Zenaide Andréa no suplemento *Muito em Moda*, da revista *Vida Doméstica* as quais corroboram com esta assertiva:

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Cf. Léa Silva afirma ser a dona de casa a rainha do seu lar, expressão muito usada nos anos 50, juntamente com prendas do lar, atributos femininos e perpetuados enquanto aquela mulher que não trabalha fora, mas na preservação das tradições da família e de um lar sob a sua maestria. (1965: p. 106).

[...] São dêsse gênero, inegavelmente gracioso, prático e muito de acôrdo com os rigores do nosso estio, alguns dos figurinos parisienses que aquí estampamos, nesta e outra página. Apenas, porque os costureiros da 'douce France' amam fazer variações em tôrno dos temas mais simples, nem sempre êstes modêlos apresentam, sòmente alças singelas, no que torna de fato monótona esta inovação, vendo-se, mesmo, que tiveram éles a preocupação de conferir a cada vestido um feitio próprio pessoal, dentro dêsse aspecto que vai já tendendo à estandardização [...] (Vida Doméstica n.º 360, mar. 1948, p. 88).

#### 3- Conclusão

Acreditamos que estas linhas tecidas por nós possibilitam uma reflexão acerca do que foi a produção da moda do *prêt-à-porter* nas sociedades carioca e paulista, nas duas décadas que marcaram o mundo em transformação do Pós-Segunda Guerra, em todos os níveis,. Ainda, ressaltamos o quanto é um tema interdisciplinar, uma vez que envolve diversas áreas do conhecimento, como a comunicação Durand (1988); a filosofia, Lipovetsky (1989); e a história, Mello e Souza (1987), entre outros que já foram citados neste artigo. Não podemos deixar de observar que os estudos de Design sobre moda, quando verificamos que não há ainda uma bibliografia específica de *designers* sobre este tema, talvez estejam mais próximos da prática do que da teorização do objeto moda. Quadro que já começa a se alterar pelas teses diversas encontradas, principalmente, no eixo Rio-São Paulo.

A partir do par Design e Moda no Brasil, pudemos verificar o quanto houve a influência de um contexto de época do Pós-Segunda Guerra na (re)produção de moda, mais especificamente, da inserção do *prêt-à-porter* no imaginário social brasileiro, sob a influência européia e, posteriormente, norte-americana.

Concluímos que o processo de produção da moda brasileira do *prêt-à-porter*, suas origens, no eixo Rio- São Paulo, no período do Pós Segunda Guerra Mundial aos anos 50 foi construída sob a égide da cópia dos modelos, ora europeus, ora norte-americanos. Era, enfim, o consumo associado à (re)criação dos novos parâmetros de moda, porém em constante acabamento. Estes parâmetros revelam as diversas maneiras de combinação entre elementos referentes ao corpo que se veste e se desnuda para a consagração de um momento.

# 4- Referências Bibliográficas:

Revistas consultadas: Vida Doméstica e Semana

BANGU, Catálogo Comemorativo da fábrica Bangu. Rio de Janeiro. 1989.

BARTHES, Roland. Sistema da moda. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. Tradução de Sérgio Miceli. São Paulo:

Perspectiva, 1974..

DURAND, José Carlos. Moda, luxo e economia. São Paulo: Babel Cultural, 1988.

FERRY, Luc. *Homo Aestheticus*, a invenção do gosto na era democrática. São Paulo, Ensaio, 1994.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

LE GOFF, Jacques. A história nova. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

MELLO e SOUZA, Gilda de. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.

PORTINARI, Denise B. *in* formas do design- por uma metodologia interdisciplinar. Rio de Janeiro: co-edição PUC-RJ, 1999.

ROCHE, Daniel. La culture des apparences. Paris: Fayard, 1988.

SILVA, Léa. Em sociedade-etiqueta social.RJ/SP: Livraria Freitas Bastos S.A, 7ª edição, 1965.

VINCENT-RICARD, François. As espirais da moda. Rio de Janeiro: Paz e Terra,1989.

VOVELLE, Michel. *Ideologias e Mentalidades*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

## Breve currículo

Ana Paula Lima de Carvalho é **Bacharel em História** e **Mestre em Design**, ambos pela PUC-Rio/Bolsista FAPERJ, com a dissertação intitulada *O cenário da moda do prêt-à-porter no Brasil, do pós-guerra aos anos 50: produção de vestimentas femininas*, defendida em 2001. Está com o livro *De Nova York e Paris: o prêt-à-porter chega ao Rio de Janeiro*, pela Editora Ciência Moderna, no prelo.