

O Design Alemão e a Moda pós Segunda Guerra

German design and the fashion after the second war

Held, Maria Sílvia Barros de; Escola de Artes Ciências e Humanidades – Universidade de São Paulo.

silviaheld@usp.br

Rugie, Paula; Graduação; Escola de Artes Ciências e Humanidades – Universidade de São Paulo.

paula.rugie@usp.br

Resumo

Após a Segunda Guerra indústria exerceu um papel importante na retomada do design alemão e da moda. O design alemão, com a Hochschule Fur Gestaltung, voltou a ser referência e mesmo após o seu fim continuou a exercer influência. Os produtos desenvolvidos com a empresa Braun mostram sua orientação voltada para a indústria. A moda mostra sua relação com a indústria através do prêt-à-porter, com peças mais versáteis e mais acessíveis.

Através da revisão bibliográfica sobre arte, design e moda, pretende-se elaborar um paralelo entre o design alemão e moda na segunda metade do século XX.

Abstract

After the Second War, industry had an important role on the recovery of German design and fashion. German design, with Hochschule Fur Gestaltung, became once again reference and even after its end continued to exert influence. Products developed with the Braun company show its orientation towards industry. Fashion shows its relation

Fashion shows its relation with industry through prêt a porter, with more versatile and accessible pieces. With the bibliographic review about art, design and fashion, the goal is to elaborate a parallel between German design and fashion in the second half of the 20th century.

Introdução

Na segunda metade do século XX, a indústria influenciou o design e a moda. Após a segunda guerra, novos materiais e técnicas passaram a ser utilizados na fabricação de produção. Se junta a isso a preocupação com a acessibilidade das massas e com o meio ambiente.

A funcionalidade direcionou a produção. Produtos mais utilitários e menos ornamentados eram valorizados. Assim como no design, na moda também se percebe uma crítica à estética das máquinas. No design critica-se a submissão da forma à função, e na moda os grandes criadores opõem-se aos jovens estilistas.

A partir dos anos 50, tanto no design como na moda, a indústria destaca-se. No design alemão tem-se a relação entre a Escola de Ulm e a empresa Braun, enquanto na moda o prêt-à-porter ganha cada vez mais lugar. A indústria, com a produção em série, permite preços mais baixos e aumenta a acessibilidade aos produtos

“Geradora de riquezas, fonte de empregos, serão necessárias duas guerras e as consequentes subversões sociais para que enfim se opere, a partir dos anos 50, a mais profunda transformação que a história das roupas já conheceu. Ela vai permitir que as massas tenham pela primeira vez acesso às criações da moda sintonizada com a sensibilidade do momento.” (Baudot, 2008, p.170).

Enquanto o design dá uma forma a um objeto, a moda dá forma a uma peça de vestuário. Tanto objetos como roupas fazem parte do dia a dia das pessoas e influenciam em suas tarefas cotidianas. A configuração deve adequar-se ao uso e a ergonomia. O design e a moda estão ligados pela arte, trabalham os elementos visuais, o ponto a linha, a forma, a cor, a textura, o movimento através das técnicas visuais de equilíbrio ou instabilidade, simetria ou assimetria, regularidade ou irregularidade, simplicidade ou complexidade e minimização ou exagero.

A arte e o design passaram por mudanças ao longo dos anos. Essas transformações são influenciadas pelo momento histórico. Os objetos industrializados mostram a evolução formal e técnica, além de novas formas de pensar.

“As causas mais importantes para as modificações sofridas pela forma podem ser remontadas ao olhar, para não dizer à visão do mundo, que vai se modificando ao longo da vida das pessoas, como na passagem de gerações.” (Fuchs, 1985, p.8)

Conforme a tecnologia avançou, a estética dos produtos ficou mais simples. Antes, com as limitações tecnológicas, o produto transmitia a complexidade de sua produção artesanal, por isso valorizavam as formas complexas, difíceis. Com o tempo, os elementos decorativos submetem-se aos elementos funcionais e o produto passa a ter aparência visual simples, ligada à sua função. Berço da Bauhaus, fundada em 1919 pelo alemão Walter Gropius, a Alemanha se afirmou ao longo da história como fonte de conceitos estéticos, funcionais e tecnológicos concernentes ao design. A Bauhaus uniu arquitetura, artes plásticas, escultura e desenho numa só escola, e foi o mais importante centro criador da Europa por mais de uma década, ajudando a adaptar vários conceitos artísticos à nova estética da era industrial. O espírito da Bauhaus refletia a diversidade de seus professores e alunos, a sua maioria constituída de estrangeiros e artistas de vanguarda, ligados aos movimentos abstrato e cubista.

Um ano após a chegada dos nazistas ao poder, em 1932, a escola fechou, o que limitou seriamente as possibilidades da vanguarda alemã. Apesar disso, o ensino inovador da Bauhaus já havia se espalhado pelos principais centros de arte do mundo. Hoje, existem instituições baseadas no modelo do movimento alemão na Universidade de Harvard e no Instituto de Tecnologia de Massachusetts – MIT.

Após a segunda guerra, o desenho alemão voltou a ser referência internacional através da Hochschule Fur Gestaltung, criada na cidade de Ulm, que adaptou a filosofia da Bauhaus às exigências da indústria atual. Hoje, o país é destaque pela excelência do design de seus automóveis, que aliam aerodinâmica e alta tecnologia à elegância e modernidade.

No período pós Segunda Guerra, design e moda passaram por transformações semelhantes, influenciadas pela industrialização do período.

“O pensamento lógico e o trabalho artístico são as bases do ensino que Max Bill, formado pela antiga Bauhaus, pintor, arquiteto e designer, defendia como reitor da Escola de Design de Ulm. As suas idéias orientavam-se ainda mais em direção ao programa da Bauhaus.

Paralelamente à orientação de Max Bill, começa a se formar uma tendência de orientação mais científica e sócio-política.” (Fuchs, 1985, p.74).

A tradição artesanal da Bauhaus entrou em conflito com um novo pensamento voltado para a produção industrial. Essa discordância de idéias que valorizavam o trabalho artístico e idéias que valorizavam a ciência, fez com que, em 1957, Max Bill deixasse a escola e Thomas Maldonado assumisse como reitor, defendendo a formação de designers, voltada para a indústria e enfatizando a tradição do racionalismo alemão, através de métodos matemáticos e rigor científico. Nesse período algumas disciplinas como ergonomia, técnicas matemáticas, economia, física, ciência política, psicologia, semiótica, sociologia e teoria da ciência ganharam maior destaque.

A HFG era interdisciplinar, possuía um curso básico, assim como a Bauhaus e departamentos: construção, filme, informação, design de produtos e programação visual.

“De todos os campos, o da metodologia do design, sem a HFG Ulm, não seria imaginável. O pensamento sistemático sobre a problematização, os métodos de análise e síntese, a justificativa e a escolha das alternativas de projeto – tudo isso junto, hoje em dia, se tornou repertório da profissão do design. A HFG Ulm foi a primeira escola de design que se organizou conscientemente na tradição histórico – intelectual dos modernos.” (Burdek, 2006, p.51).

Nos anos 50, a relação entre a empresa Braun e a HFG é exemplo de como a escola voltou-se para a indústria.

A linha Braun originou-se da colaboração entre Fritz Eichler, responsável pela Braun e a HFG e Hans Gugelot. Dieter Rams recebeu sua primeira encomenda como designer da empresa em 1956. A Braun estabeleceu seus princípios priorizando a satisfação física, funcional e a satisfação psicológica, estética de quem iria usar e consumir seus produtos como o preenchimento das necessidades ergonômicas, o design harmônico e o uso de tecnologias inovadoras.

“Pela primeira vez na história do design alemão foi possível medir os efeitos de padrões industriais com a sua estética funcionalista, pois nunca houvera antes uma oportunidade como essa para o design funcionalista, de ser difundido em nível de grande consumo.” (Fuchs, 1985, p.75).

A Escola de Ulm desenvolveu a idéia do sistema-design para o produto-design. Esse conceito foi levado para a Braun por Hans Gugelot e Dieter Rams. O sistema-design é a sistematização dos objetos: partes elementares combinam-se para formar sistemas e os sistemas juntam-se para formar grupos de sistemas. A idéia principal é possibilitar novas funções e favorecer a longevidade. Os mesmos objetos podem combinar-se de várias maneiras, ganhando novos usos, em diferentes ambientes, como prateleiras com ângulos retos, que se desmontam e se encaixam de diferentes maneiras, podendo organizar livros em um quarto ou servir de estante na sala. Como exemplo do produto-design, tem-se os sistemas modulares de aparelhos de som Hi-Fi.

Na década de 60, a crítica ao funcionalismo e posteriormente questões ecológicas se aliaram a crises financeiras: a escola não se adaptou e encerrou suas atividades em 1968.

A Escola de Ulm deixou sua marca na história do design e seu modelo é inspiração para outras instituições ainda hoje. [Almir Mavignier \(1925\)](#) e [Alexandre Wollner \(1928\)](#) foram alunos da Escola de Ulm e são importantes nomes do design brasileiro.

Prêt- à-Porter

O Prêt-à-porter foi criado pelo estilista francês **J. C. Weill** e quer dizer “pronto para vestir”, sendo uma derivação do americano ready to wear. O período pós Guerra foi marcado pela libertação, juventude e pelo novo. Havia uma vontade de se destacar ao mesmo tempo em que se tinha vontade de pertencer a um grupo, a uma tribo. Valorizava-se o presente, o instantâneo. A moda passa a apresentar-se nas coleções sazonais e nas propagandas de marketing que querem atrair mais clientes. O público-alvo de cada marca se expande.

Antes se valorizava a função simbólica mais que a função de uso das roupas. Usavam-se roupas desconfortáveis, como crinolinas e golas rufus para distinguir gênero e classe. No século XX esse quadro inverteu-se. Pensa-se em como a roupa se adequa ao corpo, como por exemplo, nas roupas para praticar esportes e para trabalho.

Com a Segunda guerra, alguns materiais foram introduzidos no cotidiano, como o PVC e o náilon, usados em materiais de guerra, como os pára-quadras. Os avanços tecnológicos permitiram produtos com custo menor. A matéria plástica, muito maleável, possibilitou novidades na configuração e favoreceu o trabalho criativo do design. O plástico passou a ser mais explorado pelos designers em diversos objetos, desde recipientes até cadeiras.

“Os polímeros trouxeram uma grande contribuição para a evolução da indústria e para a cultura do design. Isso se deu em função da agilidade de produção adquirida junto ao uso desse material e das novas possibilidades de exploração estético-formal dos produtos concebidos. Após os polímeros, os objetos, principalmente os de uso diário, deixaram de ter uma face mecânico-industrial e passaram a apresentar-se com mais liberdade e variação de forma, de acabamento e de cor.” (Dijon, 1999, p.47).

O design voltou-se para a indústria, priorizando as necessidades ergonômicas e psicológicas, a funcionalidade e as tecnologias novas.

A moda inovou com os tecidos sintéticos, que ganharam mais espaço na indústria têxtil. As peças ganharam qualidade, conforto, resistência e durabilidade. O sintético permitiu produzir roupas de ginástica mais adequadas, sem absorver umidade e aumentar o peso do tecido. O PVC foi usado nas capas de chuva, enquanto o náilon passa a ser usado nas lingerie e malhas, produzindo meias mais fáceis de lavar e secar. As fibras sintéticas eram baratas e algumas vezes a roupas nem precisava ser passada.

“O náilon permite também ao maiô – cada vez mais exíguo, ou, mais propriamente ao biquíni – secar num piscar de olhos, principalmente nas praias, onde o sol das férias é finalmente considerado direito de um número cada vez maior de pessoas.” (Baudot, 2008, p.142).

Enquanto o processo do design passou das mãos de um artesão para a indústria e foi dividido em setores de marketing, criação e engenharia, a moda passou dos ateliês de alta costura para a confecção e gerou a crítica à estética das máquinas pela alta costura. Posteriormente os grandes criadores passam a assinar produtos de segunda linha.

“...Qualquer grande *maison* nos anos 60 possui seus produtos de segunda linha. Mesmo que a fabricação seja em séries assinadas, a costura em geral é confiada à competência específica de determinado industrial. Entre o grande costureiro e este deve haver uma separação que os mantenha isolados.” (Baudot, 2008, p.172).

Assim como o design preocupava em levar para a massa produtos de qualidade, úteis e baratos, a moda industrializada era mais acessível. Difundiam-se as criações de grandes estilistas pelo mundo, embora sem a exclusividade e ditavam as tendências. Nessa época, difundiu-se o semi-luxo, em que produtos menos caros, como perfumes e óculos de sol, eram vendidos pelas grifes por preços menores e pessoas de classes menos privilegiadas podiam consumir a assinatura dos grandes estilistas. Além disso as cópias espalharam-se por todas as partes.

As transformações na formas, são influenciadas pelas transformações sociais. O que em um período pode ser considerado belo e útil, em outro passa a ser incomodo e supérfluo. A Guerra causou mudanças sociais. Durante a guerra, as mulheres substituíram os homens nas fábricas e com o fim da guerra passaram a conciliar o trabalho e os serviços domésticos. Era preciso facilitar as tarefas, priorizar o utilitarismo, adequar os objetos ergonomicamente.

Conclusão

O design e a moda passaram por transformações ao longo do período influenciadas pelo contexto histórico e social. A Segunda Guerra trouxe modificações significativas para esses dois campos, ligados pela arte, com novos materiais e novas tecnologias que se adequaram as idéias de libertação do período.

A indústria não só participou da retomada do design e da moda pós Guerra, como também transformou os processos de produção, passando dos ateliês para as fábricas e das mãos de uma única pessoa para divisão do trabalho.

Essa transformação levou a mudanças como a acessibilidade de produtos de qualidade a preços menores. A produção valorizou a funcionalidade e as grifes espalharam-se através do prêt-à-porter.

Bibliografia

- BAUDOT, F. *Moda do Século*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- BAUDRILLARD, J. **O Sistema dos Objetos**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2ª ed. 1998.
- BÜRDEK, Bernhard. **DESIGN – História, Teoria e Prática do Design de Produtos**. São Paulo: Ed. Edgard Blücher, 2006.
- DE MORAES, Dijon. **Limites do Design**. São Paulo: Nobel, 1999.
- DONDIS, D.A. **A Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2000.
- FIELL, Peter e Charlotte. J. Bernardo Bóleo (trad.). **Design do Século**. WW. Lisboa: Taschen, 2000.
- FUCHS, Heinz. *Produto, Forma, História: 150 Anos de Design Alemão*. São Paulo: Instituto Goethe, 1985.
- GARNER, Philippe. *Sixties Design*. Köln: Taschen, 1995.
- GRUMBACH, D. *Histórias da Moda*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- LAVER, J. *A Roupas e a Moda*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.