3
O desenvolvimento de produtos e a Moda

O uso no design de moda do termo "tendência" coligada à noção que vigora de modismos, começa com a chegada de toda a lógica do progresso e da economia de capital ao seu sistema produtivo. Até então, o que predominava nas sociedades ocidentais, particularmente Europa e EUA, era a noção de Moda como algo não permanente, porém sem um tempo predeterminado, cuja duração de seu vigor variava em espaços temporais incerto[60] e estavam diretamente relacionados às altas classes.

Pode-se considerar que a primeira intervenção do progresso na moda é, sem dúvida, a redução da percepção do tempo e, em seguida, a introdução da máquina no processo produtivo. Começaremos pela primeira, esta sensação de compressão do tempo que será fundamental para impulsionar o mercado de moda e produzir as tendências, especialmente caracterizando-as como algo temporário. Segundo James Laver (2002), no final do século 18 ocorreu um processo de alteração no vestuário em um prazo curtíssimo de tempo, se comparado com o que vigorava até então. Analisando duas publicações de moda, uma de 1775 e outra de 1783, nelas o que se vê são indumentárias descritas e desenhadas completamente diferentes. Ou seja, o que se vestia em 1775 era muito diverso do que se vestia em 1783. O autor relaciona essa mudança veloz, com menos de 10 anos, a dois fatores: a revolução francesa e a influência inglesa (LAVER, 2002, p. 148).

Com relação à revolução francesa o autor cita que, devido as manifestações e (literalmente) perseguição aos ícones da monarquia, tudo que evidenciasse aristocracia estava, então, em desuso. Os valores pregados pelo novo sistema "revolucionário" era o de volta a natureza, com certa simplicidade no vestir, além da famosa exaltação da "liberdade e igualdade" por faixas amarradas ao corpo e ícones da revolução complementando o vestuário (boinas, amarrações nas calças, entre outros). Portanto, a ostentação e os volumes exagerados encontrados no folhetim de 1775 eram vistos como algo completamente inadequado em 1783,

[60] Apesar disso, a maior parte dos movimentos de Moda (considerando a partir do século 16), vigoravam em média uma década, o que pode ser verificado em livros de história da indumentária (LAVER, 2002)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

podendo ser até perigoso se expor com tais trajes nas ruas (BOLLON, 1993, p. 27). As ideias que predominavam em 1783 eram demasiadamente opostas e radicais àquelas que vigoravam em 1775. Logo, o que norteou, para Laver, esta mudança brusca no vestir, foi a alteração de valores, políticas e práticas sociais na França que não deixavam espaço para a permanência de conexões com o antigo regime. Em História da Vida Privada, um panfleto de 1793 denunciava um político e citava suas roupas como a expressão do antipatriotismo:

> [...] "moderado, feuillant, aristocrata" como "aquele que não melhorou a Sorte da Umanidade miserável e patriota, tendo Notoriamente os meios para isso. Aquele que não usa por ruindade uma Roseta de três polegadas de Circomferença; Aquele que comprou roupas que não são nacionaes, e Principalmente os que não Se orgulham do título e do Barrete de Sans-Culotte". (PERROT, 2009,p. 19)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

O livro continua afirmando que as "roupas, a linguagem, as atitudes em relação aos pobres, os serviços prestados, o uso dos bens móveis, tudo se convertia em critério de patriotismo" (PERROT, 2009, p.19). Em paralelo a isso, neste final de século a Inglaterra iniciava um percurso de crescimento, chamando a atenção de outros países por seu poderio econômico e sua crescente elite burguesa, que passou a ganhar maior evidência. Como os ingleses possuíam uma relação com sua monarquia diferente da que os franceses haviam tido, possuíam hábitos sociais que não estavam diretamente coligados à vida na corte, mesmo em indivíduos oriundos da aristocracia. Por exemplo, os ingleses valorizavam demasiadamente a vida no campo, tendo a prática da caça como esporte preferido. Já nas cidades, os ambientes de negócio, comercial e industrial se tornavam cada vez mais o ambiente ideal do homem vigoroso e bem sucedido. Estas eram práticas sociais e ambientes que demandavam vestuários específicos e com maior enfoque na praticidade, especialmente para os homens, do que aqueles usados pelos franceses até a revolução.

Logo, é possível que os ingleses tenham representado um imaginário de liberdade e prosperidade para muitos europeus, incluindo os franceses, o que pode

ter gerado a grande onda de "anglomania"[61], que é apontada por Laver (2002, p. 149) e por Perrot (2009, p. 15). De qualquer modo, o importante a ser frisado aqui é que pela primeira vez, após séculos, há uma mudança tão radical na forma do vestuário em um espaço de tempo tão curto, e, há uma alteração de referenciais das noções do bom vestir que até então estava pautada na ociosidade aristocrática passando agora a valorizar a praticidade e o trabalho — no caso de roupas masculinas. Foi, portanto, a primeira vez que se buscou em indivíduos fora de uma corte os padrões da elegância.[62] É claro que ainda se trata aqui de uma elite, econômica e talvez intelectual, mas, mesmo assim, este é um fato novo e particularmente interessante, pois inicia o processo de descentralização deste domínio da França e especialmente das altas classes como mantenedoras exclusivas dos movimentos de Moda[63].

Ao longo dos séculos XVIII e XIX, um grande volume de riqueza foi concentrado em alguns produtores industriais e comerciantes, permitindo e fortalecendo o surgimento da chamada classe burguesa. Essa concentração permitiu o investimento em diferentes tipos de negócios, e, consequentemente, a geração de empregos diversos. Como apontado no capítulo anterior, com a oferta de emprego, as cidades aumentaram em tamanho e em circulação de moeda, permitindo o surgimento de um novo grupo social que muitos denominam como classe média. Não tardou para que toda esta movimentação se refletisse em consumo e em conflitos de classe.

> "Pode-se dizer que no século 18 já existia em alguns países da Europa senão uma sociedade de consumo, pelo menos uma classe consumidora numerosa, que detinha um forte poder de compra e que já começava a exigir bens mais sofisticados. E é nesse mercado de artigos de luxo que se encontram os primórdios da organização industrial". (CARDOSO, 2004, p. 19)

[61] Denominação utilizada por Laver para definir a moda européia com grande referencial inglês, mesmo em ambientes onde a indústria não era presente.

[62] Na França, na década de 1790 ocorre um movimento de resistência, onde jovens usavam roupas que faziam alusão ao antigo império, porém sem um referencial claro e direto acabaram por se tornar caricaturas de aristocratas e rapidamente cederam espaço ao chamado movimento Dandy. Sobre ambos falaremos mais adiante.

[63] Há também um período breve de predominância do estilo de vestir Espanhol.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

A mencionada influência inglesa já se fazia visível no final na virada do século XVIII para XIX, e permaneceu por muito tempo como principal referência, no vestuário masculino de toda a Europa. Constituído por casaca, calça ajustada, cores neutras e coletes era algo bem próximo ao que hoje conhecemos como terno. Na indumentária feminina o que sobressaiu foi a simplicidade, um estilo chamado de império (onde os vestidos eram presos abaixo do busto) e faziam alusão às peças de vestuário feminino usados na Antiguidade. Porém, de um modo geral, já não havia grandes diferenças entre os países e suas roupas no início do século XIX, e é nesta virada que começamos a ter um princípio de "globalização" no vestir, ao menos na Europa (LAVER, 2002, p.152). Infelizmente essa relação amistosa entre ingleses e franceses no vestuário durou pouco. Como durante os primeiros anos do século XIX estes países não mantiveram boas relações, sem o contato próximo, seus vestuários se tornaram completamente distantes em forma e composição, que incluem cor e matéria prima. Somente após a retomada de contato comercial, em 1814, que se verificou a distância entre a moda inglesa e francesa no segmento feminino, segundo Laver(2002). E aqui é possível afirmar que pela primeira vez a tecnologia era um dos motivos desta distância estética, somado as questões sociais.

Graças aos avanços nos processos de impressão em tecido obtidos pela indústria britânica, as roupas das inglesas eram muito mais decoradas e coloridas, enquanto as francesas ainda usavam muitas peças lisas, sendo a maioria branca, influência direta do alto custo dos tecidos estampados e da predominância do estilo inspirado na "antiguidade" (LAVER, 2002, p.156). Aqui iniciamos a segunda contribuição do progresso à moda. Apesar de ainda não haver registros sobre um "vestuário feminino racional", a roupa começa a sofrer algumas alterações em sua matéria prima. O período aqui é aproximadamente 1820. As máquinas de costura ainda não existiam, logo, as formas eram ditadas pelos antigos métodos de corte e montagem manual. Entretanto, os tecidos seguiam outra lógica, a lógica da indústria.

É unânime nas bibliografias o reconhecimento de que grande parte dos avanços conseguidos no setor industrial, no funcionamento e na aplicação das máquinas a vapor se deve a inserção desta tecnologia na produção de têxteis (PEZZOLO, 2010, p.21; CARDOSO, 2004,p. 27; FORTY, 2007, p. 63). Foi por

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

meio da fabricação de tecidos que muitas máquinas iniciaram seu percurso industrial. A Inglaterra no século 18 já possuía forte controle sobre a produção mundial de algodão e investia em tecnologias que viabilizassem a maior produção de metros de tecido. As máquinas alcançaram seus objetivos ainda no século 18, primeiro com as fiandeiras mecânicas e depois a vapor. Em seguida, teares de grande porte começaram a ser produzidos, substituindo os tecelões domésticos e elevando a quantidade produzida como nunca antes visto. Consequentemente, o preço do metro reduziu drasticamente e rapidamente a Inglaterra se tornou o maior produtor têxtil mundial.

> "Os tecidos de algodão fabricados na Inglaterra atingiram um custo de produção tão baixo, que se tornaram acessíveis a toda uma classe de compradores que antes nem sonhavam em adquiri-los" (CARDOSO, 2004, p.19).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

Claro que tamanha produção e investimento eram apoiados pelo governo. Fazia parte de uma estratégia de ampliação das divisas, possibilitando à Inglaterra comercializar com diversos países o produto, o tecido acabado (FORTY, 2007, p.82) Além da produção dos tecidos propriamente dita, havia as empresas que complementavam o setor têxtil, como as de estamparia. Por muito tempo este era um ramo de atividade que dependia em todos os seus processos de muita habilidade manual e talento criativo. Habilidade, pois todas as operações eram feitas manualmente e de difícil execução. Os desenhos necessitavam obter um encaixe perfeito, a coloração precisava ser precisa, os traços absolutamente corretos, somente um artesão muito experiente era capaz de executar com precisão as estampas com mais de uma cor (FORTY, 2007, p.67). Criatividade, pois era preciso copiar de fontes pouco nítidas desenhos complexos e dar a eles novas colorações, além de a todo tempo criar novas composições de traços, formando estampas com motivos variados. Por conseguinte, antes do uso das máquinas, ter um vestido estampado era um verdadeiro signo de poder, de pertencimento a um grupo social extremamente privilegiado e restrito. Tanto que no século 17, quando algumas técnicas se modernizam com rolos de madeira e facilitam a impressão em

duas cores, as estampas chegaram a ser proibidas para o povo na França em 1686 (PEZZOLO, 2010, p.186).

Com o surgimento das máquinas de impressão rotativas a vapor isso mudou completamente entre os anos de 1780 e 1840. A produção de metros estampados na Inglaterra passou de 1 milhão/ano para 16 milhões de peças/ano em um período de tempo considerado reduzido para os padrões da época, inferior a 50 anos (FORTY, 2007, p. 69).

Como mencionado anteriormente, a Europa já apresentava sinais de uma nova classe econômica, uma classe onde as práticas de consumo se ampliavam e redesenhavam as relações entre os sujeitos no espaço urbano. Assim, os produtos estampados foram protagonistas de uma verdadeira revolução nos códigos de distinção entre classes. Deixaram de ser objetos raros e passaram a ser encontrados com facilidade no mercado. Criaram-se, então, novas estratégias para distinguir os desenhos entre classes, separando os artigos de "luxo" dos artigos "populares".

Este é um ponto marcante para o mercado de moda, e, em especial , para a construção de uma noção primária de Tendência. Mesmo não havendo como precisar ao certo a data ou o meio — pois acreditasse em um conjunto de meios — utilizado para firmar estes conceitos de artigo de luxo e artigo popular, consolida-se a idéia de que é no século XIX que os artigos começam a serem separados por noções de gosto mais complexa: luxo e popular, bom design e mau design.

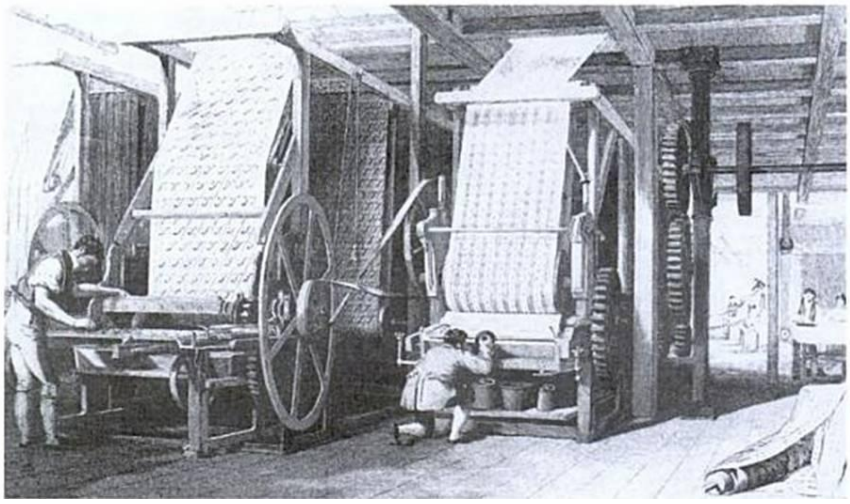

Figura 13 - Máquina de impressão para estampas rotativa (FORTY, 2007, p. 68).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

Foi neste setor industrial que, primeiramente, os designers tiveram um papel muito importante, chegando a ser o grupo mais bem pago no setor têxtil, pois a demanda por desenhos novos era altíssima, o que fazia com que a entrada de desenhos no mercado fosse constante, forçando os desenhos já comercializados ou em processo de comercialização a caírem em desuso rapidamente. Ou, então, estes desenhos eram associados ao conceito de "vulgaridade" devido ao excesso de vestuário confeccionado com tal desenho (Forty, 2007, p.70), o que certamente contribui para criar a idéia do "fora de moda" pela simples impregnação visual. Essa geração de um desgaste pelo excesso é uma ação que promove a aceleração do tempo de vida útil do produto, gerando um descarte que não está associado ao desgaste físico do objeto, mas a um desgaste do valor simbólico que ele apreende. E isto não era ocasional ou involuntário. Há registros citados por Forty e Cardoso de que esta era uma ação na qual empresários de ambos os setores, luxo e popular, lucravam, primeiramente com o elevado preço de venda praticado durante sua fase de lançamento do tecido e depois com o alto volume de tiragem, onde o preço estava reduzido mas a quantidade vendida mantinha os lucros. Logo, o desenvolvimento do desenho tornou-se o grande filão para a diferenciação do produto e movimentação do mercado têxtil. Assim, "estilistas de estampas" eram os profissionais mais bem pagos do setor e por isso a maioria trabalhava como *free-lancer*[64]. A lógica no sistema de trabalho era ter muitos "estilistas"[65] e, com a inserção das máquinas, poucos estampadores e gravadores (FORTY, 2007, p. 68).

Com esse sistema de trabalho, produzir desenhos exclusivos era algo raro, o que fazia o mercado de cópias crescer velozmente. Os padrões que caiam no gosto dos consumidores eram logo reproduzidos e vendidos em quantidade, o que deixava a elite dois caminhos: 1- consumir primeiro do que os demais indivíduos, abandonando o uso da forma e do desenho ao primeiro sinal de popularização; 2 -

[64] Profissional sem vínculo empregatício que recebe honorários por projeto aprovado, muito comum ainda hoje no campo profissional do Design.

[65] Vale ressaltar as definições para os termos a seguir: "estilista" aqui define o criador de estampas, que cria e representa por meio de desenhos o padrão da estampa a ser gravada sobre a superfície; "Estilista" também foi o termo utilizado por muito tempo para definir o criador de roupas, especialmente de luxo, aquele que cria e representa por meio de desenho, no mercado de moda nacional; O termo "designer de moda" somente começa a ser empregado no Brasil a partir dos anos 2000, e, em especial, após reconhecimento do Ministério da Educação, da Moda como parte do campo do Design.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

consumir desenhos e têxteis desenvolvido por artesãos e não pelas grandes indústrias.

Ao adotar a primeira opção, presume-se que era importante estar atento às novidades do setor de moda, saber antes dos outros quais os modismos, se tornar um "*avant-garde*"[66] o que, apesar de tudo, não garantiria um sucesso estético, pois colocava o sujeito em posição de risco, podendo ele ser provedor de uma "galhofa" e não de uma nova Moda. Na segunda opção, além de mais custosa e, por isso, elitista a priori, também não garantia a exclusividade almejada, visto que o desenho poderia ser facilmente reproduzido, bastando apenas o olhar atento de um observador, afinal, maquinário para tal reprodução havia de sobra. Logo, o caminho encontrado, entre 1830 e 1840, pelos empresários deste setor foi o de promover uma campanha em prol da proteção dos direitos de propriedade sobre os desenhos por eles fabricados, o que não gerou nenhum resultado eficiente, diferentemente de outros setores produtivos. E tudo isso ainda na primeira metade do século XIX.

Tal ação colabora para acelerar o consumo, reduzindo os ciclos de vida útil do produto de vestuário, atribuindo-lhe adjetivos como vulgar, popular, comum. Abre-se, portanto, espaço para criar o desejo pelo novo e pela falsa noção do "exclusivo"[67] na Moda. Ou seja, fortalece o conceito prevalecente sobre tendência, onde, acredita-se, não haver perenidade.

> "[...] aí (na Moda) reina de maneira determinante a busca desatinada da novidade enquanto tal. Não a mecânica e determinista dos conflitos de classe, mas a exaltação "moderna" do Novo, da paixão sem fim pelos jogos e gratuidades." (LIPOVETSKY, 2002,p. 54)

Este "gosto pela novidade" no vestuário recebia, em contrapartida, características de elegante, único, limitado, artesanal. Ou seja, o ambiente propício

[66] Termo em francês para vanguardista, ou para o que hoje chamamos de *trendsetter*, aquele que conhece as tendências em moda e as adota antes dos demais.

[67] Considerando-se que exclusivo alude ao único e limitado, que não é passível de cópia ,o que poderia ser possível apenas na alta costura (LIPOVETSKY, 2002,p. 75) e mesmo assim, considerado questionável por este trabalho já que isto é uma falsa característica aos produtos de Moda.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

para o movimento acelerado de Moda, onde as Tendências operam, já estava consolidado antes mesmo da inserção de máquinas no processo produtivo das roupas (como a máquina de costura, por exemplo). A racionalidade aqui, está mais na forma como a produção têxtil foi baseada, tomando partido do contexto social da época, do que no pensamento lógico e prático do vestir. Em suma, grandes volumes em grande variedade decorativa[68] com manutenção constante do consumo imitativo, ou aspiracional como é chamado pelo marketing[69].

> "A moda moderna caracteriza-se pelo fato de que se articulou em torno de duas indústrias novas, com objetivos e métodos, com artigos e prestígios sem dúvida nenhuma incomparáveis, mas que não deixam de formar uma configuração unitária [...]. A Alta costura de um lado [...] e a confecção industrial de outro." (LIPOVETSKY, 2002, p. 70)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

3.1
A roupa racional e a forma remodelada

A entrada das máquinas na moda deu-se pela produção têxtil no século XVIII, mas pode também ser pontuada com o surgimento de um item adicionado às chamadas roupas de baixo, ou *underwear,* no século XIX. As primeiras roupas de baixo na Europa surgiram com o advento das calçolas femininas, que tinham como principal argumento o pudor. A mais devotada incentivadora do seu uso foi Catherine de Médice que, ao unir-se ao rei da França, Henri IV, obrigou seu uso na corte francesa. Desde então, o uso de peças de baixo foi orientado por estética e pudor, mas sem evidências de uma preocupação funcional relevante. Até que surge a crinolina.

A crinolina foi, pode se afirmar, a primeira peça de vestuário "mecânico" que alcançou resultados efetivos e que foi amplamente aceita no vestuário feminino. Criada entre 1848 e 1852, a crinolina era uma espécie de anágua com

[68] É importante que a decoração seja ressaltada, pois as diferenças qualitativas e formas dos artigos têxteis, aqui tecidos, permaneciam muito próximos aos já existentes antes do século 19, foram as técnicas produtivas que permitiram o aumento da decoração e não a variedade de composições têxteis.

[69] Consumidor que almeja algum grupo social e para tal consome objetos no qual crê que estejam impregnados de aspectos simbólicos da referida classe.

vários aros interligados que permitia criar volume sob a saia sem que fosse necessário o uso de diversas camadas de tecidos, reduzindo o peso e aumentando a mobilidade dentro da vestimenta. Inicialmente eram feitas com crina de cavalos e, em seguida, por aros flexíveis de aço. Outras armações já haviam sido usadas, mas nenhuma com tamanha adesão popular e tecnologia[70], fazendo uso de materiais que não eram comuns ao vestuário, como o aço envergado.

A crinolina foi o primeiro invento em Moda que transpareceu plenamente os ideais do progresso. Tornava a roupa mais leve, funcional (no aspecto mobilidade interna) e era muito acessível economicamente, sendo produzida em grande escala e consumida por diferentes classes da sociedade.

Claro que essa inovação trouxe alguns problemas, logísticos e sociais. Um deles, muito retratado em charges publicadas nos periódicos, eram os vôos causados pelas ventanias. Devido ao formato de balão na saia causado pela crinolina, as mulheres literalmente voavam, havendo inclusive relatos de mortes devido aos vôos provocados por fortes ventos (LAVER, 2002, p.178).

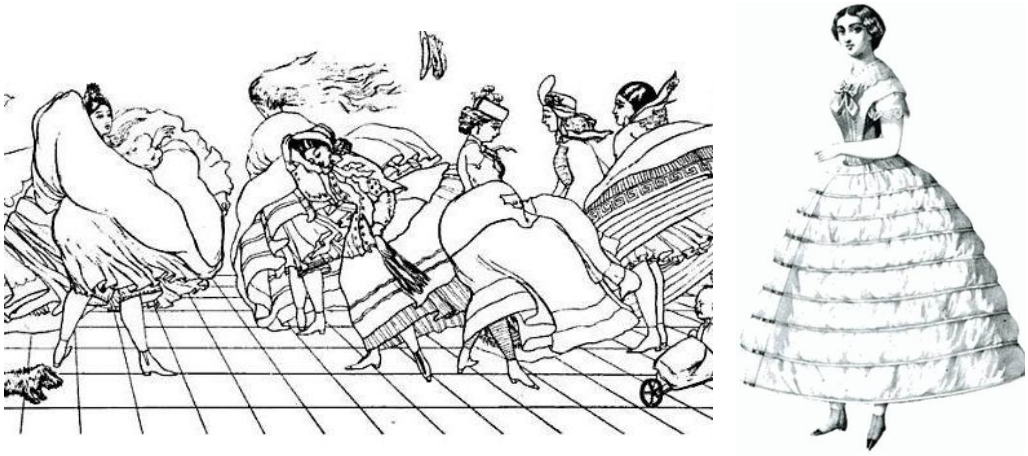

Figura 14 - charge de 1864 e ilustração da crinolina 1860 (LAVER, 2002, p.178 e 179).

Outro problema no uso da crinolina foi o espaço público. Era impossível duas mulheres sentarem em um mesmo sofá ou passarem por uma porta ao mesmo tempo. Além disso, a amplidão da anágua fez surgir um novo modo de se relacionar publicamente: como não era possível caminhar ao lado da mulher, os homens passaram a colocar suas companheiras à frente e andavam atrás,

[70] (Laver, 2002, p.178, 179)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

seguindo-as bem próximo, e assim era possível identificar se a dama estava só ou acompanhada (SOUZA, 2001, p.108). Este pequeno ato resume a idéia em vigor associada a mulher durante o século XIX, ou seja, o que fosse a representação da família, do sucesso de seu marido, do recato e dos valores em voga. Laver descreve que o que se esperava da mulher nesta época era "[...] primeiro que fosse um modelo de virtudes domésticas, segundo que não fizesse nada [...]" (LAVER, 2002, p. 175), o que condiz com os trajes usados, que não permitiam grandes mobilidades pelo espaço urbano.

Quando a crinolina surge ela não possui um diâmetro tão amplo, pois na virada do século XVIII para XIX as roupas femininas já estavam bem menos volumosas e haviam abandonado o uso de espartilhos, apresentando uma silhueta mais reta, na qual o tecido caia solto em paralelo ao corpo. No entanto, na década de 1820, as roupas femininas voltam a ressaltar uma forma de ampulheta, com a cintura marcada e ombros e quadris ligeiramente mais avantajados.

Figura 15 - Vestido de 1807, a esquerda, e ilustrações de 1826, a direta (LAVER, 2002, p. 156 e 163).

O que se nota é que as mulheres foram sendo adornadas e, com isso, sua silhueta foi ganhando volume. Para tal, duas razões principais são apontadas: a primeira credita o aumento dos adornos e do volume diretamente às facilidades produtivas e a variedade de artigos (tecidos, aviamentos etc.) ofertados a baixo custo (FORTY, 2007. p.74 – 77), que discutiremos mais adiante. A segunda

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

possível razão seria a impossibilidade de se adornar a silhueta masculina, imposta ao homem pelo predomínio do padrão de vestuário inglês, cujo objetivo era a representação do homem bem sucedido (CARDOSO, 2004; LAVER, 2002; SOUZA, 2001). Ou seja, a roupa masculina estava destinada ao uso por sujeitos que se dedicavam a uma atividade produtiva, coligada a uma racionalidade e funcionalidade. O importante na composição do vestuário masculino não era mais o brocado, mas sim "um cenário discreto e amortecido no qual se exibe o brilho pleno da personalidade" (SOUZA, 2001, p. 81), enquanto as mulheres estavam destinadas à beleza, a contemplação e aos simbolismos sociais.

O homem da segunda metade do século XIX executava deslocamentos constantes na cidade, que agora era um ambiente super povoado e perigoso. Logo, agilidade e praticidade eram fundamentos do vestir masculino neste período. Apesar de se dedicar em grande parte ao trabalho intelectual e não braçal, os homens representantes do progresso subiam e desciam escadas, caminhavam, sentavam e levantavam-se a todo o momento, os ambientes eram cada vez mais verticais e reduzidos. Sem falar dos ambientes fabris, onde tanto patrões como empregados demandavam simplicidade e praticidade no vestir para executarem suas funções. Pode-se arriscar a dizer que a ergonomia no vestuário se inicia aqui, com as cavas mais ajustadas, permitindo maior movimentação dos braços, cortes mais alongados e anatômicos das mangas e calças com pregas, para facilitar o ato de sentar e levantar, reduzindo os atritos e possíveis desgastes do tecido.

Paralelamente, a roupa feminina se inflava, impossibilitando a circulação em espaços públicos ou a execução de atividades que exigisse algum esforço maior. A roupa do homem permaneceu quase imutável, apenas se aperfeiçoou sobre a mesma base calcada na praticidade, mobilidade, discrição e elegância. Resumidamente, a indumentária masculina era uma expressão do progresso enquanto a feminina do status, da posição social e dos "bons costumes" (LAVER, 2002, p.166 – 170). Assim, a crinolina simbolizava a separação profunda entre masculino e feminino, ao mesmo tempo em que fortalecia os ideais promulgados na época.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

Figura 16 - Vestuários masculinos entre 1810 e 1820, da esquerda para a direta (LAVER, 2002, p. 158)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

Figura 17 – Senhoras em trajes de 1859, *fashion plates.*

Figura 18 - Casal em 1870, a imagem mostra que não houve variação significativa na roupa masculina, enquanto na feminina já se observa alterações de volume, corte e acabamentos (LAVER, 2002, p.192)

Essa dicotomia favoreceu a predominância da Moda feminina ao longo dos cem anos seguintes (LIPOVETSKY, 2002, p. 71). Todo sistema industrial e comercial, parece ter se centrado na indumentária feminina como modo de

promover e expandir o mercado têxtil, o que é condizente com a condição do seu papel na sociedade do fim do século XIX e primeira metade do século 20, quando a mulher estava predominantemente ocupada com a manutenção doméstica e o consumo. Ainda hoje, segundo pesquisa do Instituto Sophia Mind, a mulher é responsável diretamente por 70% do consumo domésticos, incluindo itens de lar, vestuário, educação, saúde e higiene. Nos demais itens a participação da mulher é indireta, porém crescente, participando da decisão de compra, como na aquisição de automóveis e acessórios, viagens e investimentos financeiros (PETERLLE, e MALETTA, 2010, p. 18).

Não diferentemente, a crinolina também pontuava as distâncias entre classes, que a cada dia se tornavam mais tênues. No início era um acessório da elite, mas rapidamente as demais classes passaram a usar o utensílio, que chegou a ter seu uso proibido para empregados domésticos (FORTY, 2007, p. 112). Para as demais trabalhadoras o uso era permitido, mas pequenos detalhes como diâmetro da crinolina, cores das vestimentas, tecidos, decotes e a quantidade contida de ornamentos faziam a identificação de um vestuário mais simples, o que evidenciava sua posição inferior.

Uma iniciativa isolada de racionalizar o vestuário, porém registrada historicamente, foi a da norte americana Sra Amélia Bloomer. Fazendo o caminho completamente oposto ao da crinolina, que ressaltava os gêneros e seus papéis sociais pela sua forma impeditiva e volumosa, Sra Bloomer propõe em 1850 o uso de calças femininas. Seu esforço para romper com o padrão de vestuário que tolhia os movimentos foi tanto que sua criação formou o movimento Bloomer, tendo várias mulheres “avançadas” participando. Sra. Bloomer chegou a ir a Inglaterra durante o período da exposição de 1851 para expor suas ideias progressistas e funcionalista sobre vestuário, entretanto não obteve êxito. Houve um levante contra este vestuário que era considerado “um ataque ultrajante” à posição privilegiada do homem.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

Figura 19 - cena com criada e senhora, as roupas apresentam várias semelhanças em forma e volume e diferenças nos adornos e cores (*Le Follet Journal*, 1857), a direita peça de 1913 cujo adorno é apenas o padrão de estampas sobre algodão, acervo Victoria and Albert Museum.

No entanto, o traje nada tinha de ofensivo ou masculinizado. Era composto por um corpete e uma saia ampla que terminava abaixo dos joelhos. Sob a saia haviam as calças largas e decoradas com rendas e estampas, que terminava no tornozelo. Sra. Bloomer foi vítima de grande censura e motivo de chacotas em diferentes mídias, sendo completamente recharcida pelas mulheres da alta classe, opostas a tal vestuário. Os motivos de Sra. Bloomer eram pertinentes ao espírito progressista e cientificista da época. Ela pautava seu modelo de vestuário na facilidade de locomoção, na promoção de uma melhor execução de tarefas, da melhoria da saúde com a redução do peso da roupa e da higiene, já que as calças não se arrastavam pelo chão. Contudo, o invento ia contra o ideal da classe média e alta do período em relação a posição da mulher. A mulher era vista como um objeto doméstico delicado e prendado, dominada pelo homem e protetora dos valores da família, onde as reformas feministas da Sra. Bloomer não encontravam espaço.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

Figura 20 – a esquerda Sra. Bloomer em 1850 (LAVER, 2002, pág. 182);
Figura 21– a direita o uso de calças em 1897 na capa da revista '*The Girl's Own paper'*.

Apesar de não obter sucesso, as investidas da Sra Bloomer deixaram várias sementes para o futuro. A primeira semente a florescer foi a adoção das calças para a prática do ciclismo, cinqüenta anos mais tarde. A segunda, foi a formação na Inglaterra da *Rational Dress Society* (Sociedade da Roupa Racional, tradução livre). Fundada pela Viscondessa Harberton e a Sra. King, em Londres, 1881, elas buscavam ressaltar a importância de roupas que fossem confortáveis, práticas e que não deformassem o corpo. O principal elemento combatido por elas eram as roupas de baixo (íntimas) que, feitas de lá e algodão, chegavam a pesar 14 libras (ou 6,35kg) e comprimiam o corpo, como os *corselets* (corpetes usados na parte superior do corpo). Compartilhando da mesma ideia, Dr Gustav Jäger, um professor alemão, publicou em prol das roupas higiênicas como prevenção de doenças. Não tardou para que muitos outros médicos e cientistas seguissem o mesmo caminho com a ascensão do movimento higienista.

3.2
A lógica produtiva dos confeccionados

Paralelamente, nos primeiros anos de 1870, críticos de Moda identificaram a chegada de um padrão de vestimenta mais adornada, colorida e volumosa.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

Entretanto quanto mais popular esse padrão se tornava, mais era criticado, especialmente por jornalistas e costureiros de alta moda.

figura 22 - vestidos de passeio e festa bastante decorados de 1874, em *fashion plates.*

Um contribuinte para esta mudança foi a cor. O primeiro corante químico foi descoberto em 1856, na Alemanha, e logo começaram a ser usados pelas indústrias têxteis. O que parece simples foi, na verdade, uma grande descoberta. Até esta primeira metade do século XIX, apesar do barateamento das roupas, alguns itens continuavam restritos, tais como cores vibrantes. Se, em forma, as vestimentas estavam cada vez mais parecidas e populares, detalhes e sutilezas eram fundamentais para distinguir elite da massa operária, e a cor foi um destes detalhes. Como só havia corantes naturais, extraídos de animais, minerais ou vegetais raros, cores como vermelho intenso, azul brilhante, amarelos gema eram privilégio da corte e da igreja. Depois, passam a serem usados pela elite burguesa, mas em momentos especiais, como nas roupas destinadas aos grandes eventos. Com a descoberta dos corantes químicos, a cor era agora um produto mais acessível e uma grande novidade que permitia tonalidades nunca antes experimentadas. E tudo à disposição do público consumidor. Para se ter noção do que isso representava, até 1840 existiam cerca de 300 tons de cores registradas em fórmulas por corante natural, enquanto na virada do século XIX para o XX havia 2 mil cores sintéticas registradas (Pezzolo, 2010, p.167- 182). Claro que os corantes químicos ainda apresentaram falhas, ou seja, não eram totalmente

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

uniformes e seu tempo de fixação com uso ainda não era satisfatório, o que foi sanado somente nos anos de 1920. Mesmo assim, a cor era uma grande novidade e se tornou um artigo popular.

Forty (2007, p.77) relata que, também, o surgimento da máquina de costura e a produção de enfeites em escala industrial interferiu diretamente na moda feminina, entre 1860 e 1870, culminando com maior uso de adornos na década de 1870. O autor menciona que a introdução da máquina de costura, assim como o aumento da produção de tecidos, refletiu em um consumo maior de metros de tecido por modelo. Contudo, Forty aponta que não foi a introdução da tecnologia da máquina de costura o que possibilitou um maior adorno das roupas, e sim o notável barateamento do custo de mão de obra. Forty apresenta que as costureiras manuais em Connecticut recebiam 62 centavos por camisa, enquanto as operadoras de máquina de costura recebiam 16 centavos por camisa. Ou seja, como a máquina executava boa parte dos processos de modo mais acelerado, houve uma redução no valor pago por unidade pelo uso da máquina. Segundo Forty, o aumento da ornamentação não é uma causa direta da máquina, vista por ele como um facilitador da costura, mais sim do barateamento da mão de obra e da ampla oferta de materiais no mercado.

Cardoso (2004, p.31) aponta que a própria produção das máquinas de costura dependeu muito mais da mão de obra empregada do que da tecnologia. Cardoso complementa que em 1856 a indústria americana Wheeler and Wilson desenvolveu um método de construção do maquinário com peças padronizadas e com base em um acordo de patentes bastante eficiente. Ainda segundo Cardoso, as máquinas de costura produzidas pelos norte americanos seguiam o mesmo princípio da produção de equipamentos bélicos, onde a máquina possui seus componentes soltos e feitos por terceiros[71]. Ou seja, cada produtor tornava-se especialista na produção de determinada peça (como ocorre hoje na cadeia automobilística), cada compartimento poderia ser trocado separadamente possibilitando uma melhor manutenção avulsa e reduzindo custos, já que apenas a peça defeituosa ou desgastada pelo uso era trocada. Isso diminuía os custos a cada defeito e reduzia o tempo de parada do equipamento. Cardoso evidencia em seu

[71] O mesmo modelo de produção para armas apresentado no Salão de 1851 em Londres pelos americanos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

texto que a Singer se tornou líder do mercado em 1867, e demorou a adotar por completo o que foi chamado de "sistema americano", tendo operado com grande contribuição manual na sua linha de produção até cerca de 1880. Mesmo assim, a Singer alcançou 500 mil máquinas vendidas neste mesmo ano, um marco para a época. Seus diretores creditavam este sucesso à qualidade de suas máquinas e à uma estratégia de mercado agressiva pautada em vendas à prestação, exportação e muita publicidade, não a produção mecanizada. Cardoso descreve ainda que a mecanização da produção na Singer foi lenta e cuidadosa.

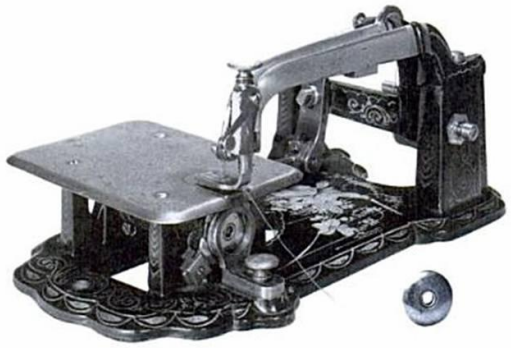

Figura 23 - primeira máquina de costura pequena, para o mercado doméstico, 1854, da Wheeler & Wilson (FORTY, 2007, p.132)

Mesmo compartimentadas, as máquinas de costura ainda eram caras e nem todos podiam investir em novos maquinários acompanhando os avanços. Assim, outra possível razão para o grande uso dos adornos e da diferenciação na superfície dos vestuários é que boa parte poderia ser feita manualmente, já que a produção se manteve mesclada, manual e mecânica, até o século 20. Esse recurso, de uso da mão de obra disponível, não demandava um grande investimento, nem de tempo para instalação do sistema fabril e nem de recursos financeiros, a não ser a compra da matéria prima[72] que retornava o seu investimento com a venda dos produtos.

Simultaneamente, a decoração da superfície do vestuário trazia a diferenciação necessária entre artigos de luxo e populares e, também, entre roupas

[72] Como a fixação de fitas, laços e bordados fornecidos por indústrias têxteis focadas com estes produtos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

com silhuetas semelhantes, onde o volume e os contornos gerais eram iguais, mas os laços, babados e a composição de cor eram distintos. Deste modo uma modelagem[73] poderia servir para inúmeros modelos de vestidos, o que trazia grande otimização à produção. Portanto, a base estrutural da roupa, os processos de corte e montagem eram idênticos, variando apenas os acabamentos (decoração) na etapa final e manual. Em suma, o empresário fornecedor de roupas para comerciantes poderia atingir diferentes mercados consumidores[74].

Autores que se dedicam ao campo da Moda, quando mencionam a inserção da lógica industrial aos processos produtivos de confeccionados, apontam a fase de pós segunda guerra, 1945, como o momento onde esta lógica se insere no campo da Moda (LIPOVETSKY, 2002; VINCENT-RICARD, 1989). Mas como descrito acima, o presente trabalho acredita que isto é um equívoco. A preocupação com a padronização dos objetos e com a produção seriada já existia antes da completa inserção das máquinas neste sistema produtivo. Assim, como Forty (2007) aponta que o pensamento industrial já existia e era praticado no início do século 18 em diferentes segmentos, o mesmo ocorreu com a Moda, que antes do sistema de produção em linha (difundido no pós guerra) já apresentava claras preocupações em conciliar variedade e padronização (a dicotomia do capitalismo industrial, antes citada no item 2.4 e que retoma o exemplo do "fogão"). Vale ressaltar que o sistema chamado de *ready-to-wear*[75] tem seu início em 1840, tema que será retomado adiante.

Ainda falando de inovações, outra tecnológica que impactou o vestuário, foi o surgimento das fibras químicas em 1889, pelo químico francês Hilaire Bernigaud. O raiom, a primeira fibra química, ficou conhecido como seda artificial e foi desenvolvida para baratear ainda mais os custos de produção e criar uma alternativa ao algodão e as demais fibras naturais. No entanto, esta foi a inovação que demorou mais tempo a ser assumida pelos consumidores, só

[73] Estrutura básica da roupa que define a forma e o volume é desenhada primeiramente em papel e depois usada como fôrma para orientação do corte do tecido e da montagem das partes.

[74] Observando, que aqui não se trata de Alta Costura, que somente se consolida como segmento específico após 1870, com a presença de diversas casas de Alta moda na França. O que se pretende evidenciar é o atendimento às diferentes classes econômicas que já estavam presentes, especialmente na Inglaterra, França e EUA.

[75] *Ready-to-wear*, ou pronto para vestir foi um sistema produtivo americano que padronizava a produção do vestuário. O primeiro a se privilegiar deste sistema foi o mercado de roupas masculinas, pois em 1850 já era possível encontrar roupas sendo comercializadas com variação de tamanho, cor e acabamento de um mesmo modelo (LAVER, 2002, p.169).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

entrando em uso após a primeira guerra mundial (PEZZOLO, 2010, p.128). Provavelmente, essa demora na aceitação pode ter sido ocasionada por três fatores: a fibra química não possuía o mesmo conforto térmico e nem a maciez apresentada pelas fibras naturais; havia um forte pensamento higienista no qual se acreditava que apenas as fibras naturais, especialmente a lã, poderiam proteger a saúde; e por fim, a fibra sintética denunciava a origem "barata" do artigo têxtil, pois eram produzidos em massa e a baixo custo, muito comercializados em mercados populares. Além disso, o resultado no produto final trazia aspectos como rigidez e brilho, que poderiam ser facilmente identificados à distância e associados com a origem do tecido. Logo, não tardou para que esses aspectos fossem argumentos para a desqualificação do vestuário e ferramentas para ampliar a distinção entre elite e operários. Vale lembrar, que até os dias atuais a produção de fibras químicas objetiva reproduzir os mesmos aspectos formais e de desempenho de uma fibra natural. Ou seja, a fibra química perfeita é aquela na qual não se distingue sua origem (PEZZOLO, 2012, p.129).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

3.3
Classificando as roupas, identificando as classes

Na segunda metade do século XIX, a preocupação com a aparência, seja por limpeza ou por associação a algum aspecto social, já estava presente como um indicador de status, o que evocou o que foi chamado de personalização do design (CARDOSO, 2004, p.55). Os indivíduos buscavam sempre algum tipo de diferenciação baseada na associação a um estilo ou segmento social, primeiramente via vestuário e gestual, e em seguida, via demais objetos que os cercam.

As mudanças identificadas no vestuário se refletiam também na arquitetura e nos interiores domésticos. As casas da primeira metade do século XIX eram, em sua maioria, muito semelhantes. Então, o processo de individualização começou pela parte interna, que passou a definir as características dos seus moradores. Os burgueses construíam seus palacetes inspirados na velha aristocracia, porém com um grande desejo de ostentação, o que gerava conflitos entre as classes. E para

definir as personas sociais termos como "*nouveau riche*"[76], "sem nascimento", "sujos", "distinto" eram usados (CARDOSO, 2004, p.55; SOUZA, 2001, p.81).

> "Para o homem privado, o interior da residência representa o universo. [...] O seu *salon* é um camarote no teatro do mundo" (BENJAMIN, 1991, p. 37)

Para Cardoso, quando as hierarquias eram claras e não se tinha o risco de confundir os sujeitos, denominações como essas eram desnecessárias, mas quando a identificação se torna difusa é preciso criar limitações, no caso moral, como acontecia com o vestuário chamado de "vulgar" ou "popular". Logo, apontar a desqualificação dos produtos via termos como ostensivo, vulgar, popular ou barato (produzido industrialmente, sem cuidado) era uma forma de manter o caráter classificatório das roupas.

Com a expansão das possibilidades de produção e ornamentação do vestuário, já a partir da década de 1860 era possível encontrar uma variedade de materiais e acabamentos que permitiam, por códigos sutis, transparecer alguma identidade (ou personalização) em todas as classes sociais.

Segundo Cardoso, na segunda metade do século XIX, através do consumo de bens industriais, a sociedade atingiu uma "vulgarização do luxo" inédito na história das sociedades ocidentais (CARDOSO, 2004, p.57), dando origem a um complexo sistema de códigos do que poderia ser classificado como riqueza, estilo e bom acabamento, ou os seus opostos (CARDOSO, 2004 p.55). Por exemplo, ocorria um uso excessivo de tecidos tanto no vestuário como na decoração (até forrando paredes) que seria impossível sem o barateamento dos mesmos. É preciso marcar uma diferença significante. Novamente os Salões colaboram. Foi durante a Exposição Universal de 1867, que a França retoma sua posição de líder da Moda apresentando Paris "a capital do luxo e da Moda", segundo Benjamin (1991, p.36).

[76] Termo em francês para dizer "novos ricos", grupo de sujeitos que possuem poder econômico, mas não necessariamente bom gosto, segundo os padrões de uma elite de referência.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

Assim, a identificação social dos sujeitos pela simples posse não tinha mais serventia. É neste contexto que surgem os uniformes, uma roupa que exibia profissões, hierarquias, posição social, gênero e grupo etário. Toma-se aqui, como exemplo, o uniforme doméstico. De um modo geral as roupas de patrões e empregados até 1840, fora do ambiente da corte, eram as mesmas, com uma diferença fundamental: as do patrão eram mais adornadas, coloridas, tecidos mais nobres, limpas e novas. Já a dos empregados era gasta pelo uso, variava pouco em cores, pouco adornada e de tecidos simples e baratos (FORTY, 2007, p.114). Porém, essa diferença era fortalecida pela oferta limitada gerada pela baixa capacidade de produção de produtos coloridos e adornados até a primeira metade do século XIX, o que tornava o acesso a esses itens restrito pelo custo. Entretanto, com a chegada de alguns facilitadores industriais, já em 1860, era possível uma trabalhadora adquirir um vestido com estampa colorida, em algodão "semelhante" ao de sua patroa. Diante da aproximação formal das roupas usadas pelos sujeitos, o caminho adotado foi o da identificação funcional (uniformes) somando-se a desqualificação. O uniforme da empregada doméstica das casas burguesas surge neste contexto, quando as vestimentas estão próximas e colocam em risco a evidente "superioridade" da senhora. Assim, algumas regras foram impostas: a não utilização de crinolinas ou anáguas com volumes, tecidos sem brilho, e o uso de uma combinação composta por avental, adorno de cabeça e vestimenta em cor escura. Em algumas casas era exigido o uso de luvas, para atender às visitas, aos patrões e no trato com bebês, um sinal do movimento higienista citado anteriormente. Este foi um padrão adotado no período que ainda prevalece.

De longe, ao observar duas mulheres com roupas de mesmo corte, era difícil distinguir suas classes, pois a forma e o processo de construção das roupas era muito "parecido". A palavra "parecer" acabou sendo marcante na Moda e nas condutas sociais do século XIX devido aos jogos de interesses sociais que havia entre classe média, alta burguesia e a aristocracia. Tudo na busca de ascensão social e ganho ou manutenção de poderes. Nestas disputas o prestígio, a inteligência, os bons modos e a boa aparência eram moedas de troca, características dos homens de sucesso, que eram acompanhados de boas esposas e famílias (SOUZA, 2001, p. 81).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

> "As boas maneiras da mulher junto à sua maneira de vestir, de produzir uma determinada aparência, deveria ser exteriorizada. Isso somava pontos para que o homem, em situações sociais, fizesse sua promoção pessoal perante a sociedade."
> (XIMENES, 2009, p.35)

Estas "moedas" agora poderiam ser conquistadas, diferentemente do que ocorria nos tempos feudais, onde apenas por sangue se teria tais adjetivos. Para conquistá-los, muitas famílias burguesas enviavam seus filhos aos melhores colégios, lhes davam nomes inspirados nos nobres, arranjavam casamentos e seguiam rígidos protocolos. Um trecho de Cardoso fala muito bem sobre a questão do parecer e das artimanhas sociais que o envolviam, via análise de romances inspirados na época:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

> "o jogo de gato e rato entre quem queria garantir a ascensão social através do casamento e quem negociava a troca do prestígio por dinheiro é a expressão não de uma sociedade rigidamente estratificada, mas de uma situação em que as identidades de classe passam por um processo de redefinição. Com o tempo, tais preocupações foram se fundindo por outras camadas sociais, iniciando uma proporção cada vez maior de indivíduos nas artimanhas necessárias para manter as aparências ou para enganar os outros pelo seu cultivo estratégico." (CARDOSO, 2004, p.56)

A preocupação com a aparência atingiu seu ápice nos grandes centros urbanos, onde o anonimato era algo temido, porém real (CARDOSO, 2004, p.56). Com o crescimento das cidades perdeu-se a intimidade com o espaço e os demais indivíduos. Não se conhecia o vizinho, não se sabia mais com quem se lidava. Isto, para as elites, era visto como um risco social enorme. Nesta fase o preconceito com a aparência, com o asseio e com os modos passa a ter uma justificativa aceitável (SOUZA, 2001, p.81). Por outro lado, todos podem subir na

vida desde que dentro de certos padrões. É neste contexto que os objetos e a composição das aparências ganham uma importância maior para todas as classes de cidadãos, é quando os objetos se tornam a expressão de um "sentido interior, passível de apreciação e interpretação" (CARDOSO, 2004, p.56).

Falando da divisão dos bens por classes, um dos primeiros sintomas após a aceleração dos processos produtivos foi a recusa das senhoras de elite em usar padrões de estamparia que estivessem popularizados, ou que fossem facilmente reproduzidos, como estampas de duas e três cores (FORTY, 2007, p 71-73). Elas mantinham uma busca por desenhos com maior número de cores e com traços mais complexos, o que gerou uma enorme demanda por desenhos exclusivos. Os "exclusivos" eram um modo de demonstrar prestígio e poder econômico. Em seguida, a grande segmentação de tipos de tecidos de algodão, em pesos, texturas e acabamentos dos tecidos, gerou opções mais baratas e outras extremamente caras, tornando alvo do desejo, por exemplo, o algodão egípcio e o *Sea Island*[77], outra forma de usar o algodão, tecido confortável e fresco para o verão, sem ser confundido com a massa proletariada ou média burguesa.

Este movimento em busca do exclusivo, porém, só aumentava o consumo das estampas industriais e dos vestidos estampados por todas as classes. O desenho que era usado pela elite, logo caia no gosto popular e se apresentava como uma grande possibilidade de rendimento financeiro ao empresário, focado no lucro. Por conseguinte, tudo que era apreciado pela massa, tornava-se vulgar ao gosto da elite, era criticado pelos estilistas e jornalistas, principalmente pelo excesso do uso, do uso "desmedido", visto em abundância pelas ruas da cidade (FORTY, 2007, p. 72). Esta atitude acelerou os ciclos de consumo e descarte dos vestuários e acessórios de Moda, não pela degradação física do objeto em si, mas pelo excesso de oferta e a simples desqualificação do mesmo.

O mercado do exclusivo é o que favorece o surgimento da Alta Costura. Em 1857, quando o parecer estava se tornando algo fundamental na composição das aparências e todos estavam sendo igualados pela farta distribuição de materiais, a busca por uma distinção entre as elites fez surgir um novo modelo comercial. A Alta Costura se configura por produzir roupas customizadas ao perfil

[77] Algodão típico das ilhas do caribe que possui um fio mais longo e sedoso, o que propicia a construção d e um tecido mais macio e brilhante. (PEZZOLO, 2010, p.30).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

do cliente, tanto econômico, como papel social e personalidade. Segundo o *Chambre Syndicale de la Haute Couture* (Câmara Sindical de Alta Costura) fundado em 1910 em Paris, só pode ser classificado como Alta Costura a *Maison*[78] que seguir algumas regras como ter no mínimo 15 pessoas trabalhando, possuir um perfume com seu nome, desenvolver uma coleção a cada estação contando com ao menos 35 modelos e usar tecidos, aviamentos e a produção de origem francesa. O preço final do produto era bastante elevado, o que por si só já reduzia bastante o acesso dos consumidores. Sua forma de produção, bastante artesanal, e de distribuição, onde o próprio estilista atendia aos clientes, também favorecia a elevação dos preços e a restrição da clientela. Os estilistas nem sempre atendiam a todos os clientes, somente os que lhes interessava como tal, especialmente atrizes, cantoras famosas, duquesas, alta burguesia e aristocratas. Deste modo, os estilistas (na época ainda chamados de costureiros) podiam controlar quem comprava e ao mesmo tempo, promover seus produtos no nicho que lhe fosse de interesse.

O primeiro estilista, até então assim denominado, foi Charles Frederic Worth, que reorganizou o sistema de oferta e produção de vestuário, assinando seus produtos (primórdios da etiqueta na roupa) e determinando prazos de validade para estes, com a chamada coleção. As coleções eram trocadas, inicialmente de acordo com as estações do ano, e depois por temas, um produto da estação passada era tido como de uma velha moda, ou *démodé* (SANT'ANNA.2011, p. 117). Sua produção era basicamente feita por mestres artesão, como uma obra de Arte, cada operação feita por um especialista, sendo tudo supervisionado diretamente pelo estilista. A capacidade produtiva era bem baixa, mas a qualidade extremamente alta. Outra inovação era o fato de que o estilista não se deslocava como as costureiras e alfaiates da época, se um cliente desejasse um produto de Worth deveria se dirigir a ele e aguardar se seria ou não atendido.

Em pouco tempo proliferaram casas de Alta Costura em Paris, que já detinha o título de propagadora de novas modas, passou a ser conhecida como a capital do vestuário de luxo. Já no final do século XIX, as casas de Alta Costura eram tidas como a fonte do novo na Moda e lideravam um sistema produtivo que

[78]Casa em francês que define o local de produção e atendimento aos clientes, e, por conseguinte, detém a marca.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

tinha o seu produto como referencial, aos demais restavam as cópias que eram feitas em tecidos mais simples e de acordo com o grupo social. A entrada da Alta Costura no mercado, fez com que a troca do objeto de moda se acelerasse bastante, promovendo "novos" constantemente e subjugando os artigos tidos como velhos.

> "Worth contribuiu com seus dons para confeccionar roupas, para a inovação empresarial e para pressagiar o aspecto de fetiche na mercadoria da moda. Worth jogou com o fetichismo principalmente ao unir seus vestidos a mulheres, sobretudo (Imperatriz francesa) Eugênia, cujos hábitos pessoais e posição social tornavam-nas capazes de estabelecer modas, pelo *chic* com que usavam suas roupas. Além do mais, ele capitalizou o atributo especial de Eugênia como uma espécie de pára-raio da fantasia social, ao inventar a idéia de reproduzir e vender os modelos de vestido que ela usava, como uma mercadoria, a qualquer um que pudesse pagar seu preço. Até então, as mulheres imitavam os modelos que viam ou que podiam copiar de figurinos da moda; agora elas podiam comprar réplicas perfeitas de modelos associados ao glamour da Paris de Napoleão III. Worth e seus sucessores atrelaram o antigo valor aristocrático da distinção ao novo potencial da produção em massa, vendendo aos abonados da França e do estrangeiro a fantasia de identificação com a corte imperial. Após 1870 os grandes costureiros aperfeiçoaram o mesmo processo com modelos que com frequência apenas personificavam valores aristocráticos devido à sua aparência e ao seu estilo de vida[...]" A ascensão do fetichismo consumista, (Needell, 1988, p. 39-58)

As casas de Moda se tornaram extremamente centradas na figura do criador, propiciou o surgimento de um duelo entre os estilistas, que competiam para vestir as mais famosas, ricas e belas, isso até os anos de 1950(VICENT-RICARD, 1989, p. 59). Em oposição à Alta costura surge nos E.U.A. a produção chamada de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

ready to wear (pronto para vestir). O *ready to wear* era um método produtivo onde "as etapas de fabricação de vestuário são fragmentadas" e "não se comunicam entre si", o que facilita e agiliza a produção, mas que também, por muito tempo, interferiu na qualidade final (VINCENT-RICARD, 1989, p. 37). Até meados do século XIX, a forma mais comum de adquirir roupas era por meio das costureiras, com o desenvolvimento da indústria têxtil e o aumento da demanda, as lojas passaram a vender roupas prontas (para usar). Nestas roupas se fazia ainda pequenos ajustes no corpo do cliente, pois ainda não havia um padrão de medidas ergométricas para o vestuário. Com o tempo, os norte americanos foram aperfeiçoando seu método racional de produção e ganhando espaço, até que na virada do século XIX pra o XX, com o surgimento das roupas esportivas, crio-se o *casualwear*[79], as roupas casuais. A máquina de costura e a compartimentação das etapas produtivas foram fundamentais ao avanço desta técnica de produção.

Outro profissional também entrou no mercado graças ao advento da indústria: a secretária. Em 1880, com o surgimento da máquina de escrever e o desmembramento das funções do antigo escrevente em 3 funções, tendo agora alguém que arquiva, alguém que datilografa e alguém que recepciona, surgem os primeiros relatos de mulheres ocupando postos de trabalhos em ambientes de escritório na Europa (CARDOSO, 2004, p.63). É bem provável que seu vestuário estivesse distante do adotado pelo empregado doméstico que apontava imediatamente sua função, mas com certeza, obedecia a certas regras do vestir funcional como cor escura e neutralidade nas formas, sem decotes ou adornos, meios de conservar sua moral e dar caráter profissional em um espaço masculino.

Certamente, constitui-se dois sistemas de código, um do que era "certo" e outro do que "errado" vestir. Dentro do grupo do que era certo estavam os signos da ascensão, da superioridade, e dentro do grupo do que era errado os signos do que se entendia como fracasso ou inferioridade. E nesta disputa estavam não só cores e tecidos, mas o "bom gosto", o "saudável", a "inteligência" e seus opostos como atributos dos signos. Esses atributos foram, e ainda são usados, como um meio de definir o tempo de um produto de Moda, que favorece diretamente os meios de sua produção e a lógica do capital. Quanto mais popular, menos

[79]Importante ressaltar que *ready to wear* é diferente do prêt-à-porter francês, e será elucidado adiante.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

adequado ao "bom vestir", propiciando o surgimento de mais "novidades" no mercado de moda ampliando a diversidade de ofertas. As novidades chegavam primeiro ao grupo de elite e depois eram desejadas e copiadas. Quando consumidas em escala, a elite as abandonava[80].

Outra figura que surge é a do colecionador, que está fora dos museus e traz ao seu redor objetos que carregam não só a função prática, mas "afetividades". Isso é possível quando os objetos já atingiram um deslocamento tal da simples função decorativa ou operacional que passam a ocupar outras funções sociais, como representação da memória, da intelectualidade e como companhia. O acúmulo de bens passa a ser visto como um sinal de conhecimento, afinal um colecionador de insetos é, a princípio, um estudioso deles, nem que seja de modo amador. Assim, acumular obras de Arte em casa é sinal de um "conhecedor da Arte", mais do que admirador, por exemplo. O século XIX foi marcado por uma grande curiosidade pelo diferente, pelas descobertas da arqueologia e da ciência. No final do século, o oriente se torna a fonte de inspiração de muitas fantasias no imaginário coletivo. Logo era comum, colecionadores de objetos do oriente, de um simples besouro a um objeto de Arte antiga.

O estranho, aquilo que não havia parâmetros para definição, que fugia da "normalidade" também tinha seu espaço. Com tantas regras de conduta do era certo e errado na aparência e nos modos, deficientes físicos e loucos eram assustadores e sedutores. Lembrando que esta foi a época do surgimento da indústria do lazer, do entretenimento, o Circo dos Horrores foi uma destas atrações que atraia multidões para assistir ao "bizarro".

Ou seja, tudo que estava no extremo e não podia ser classificado como aceitável tinha seu lugar certo: a segregação pelo humor ou pelo terror, a margem da sociedade. Na disputa social pelo prestígio por meio das aparências este era um local onde a opinião era unânime: operários, classe média, alta burguesia ou aristocratas não queriam ser comparados ao grupo, mas aceitavam ser a platéia. O século XIX reforçou de modo intenso todos os tipos de pré concepções a respeito das aparências. Momento da busca pela padronização, nas coisas e nas condutas, ao mesmo tempo em que a "personalização", mencionada no início, era o que

[80] Este é o efeito também chamado por Simmel de *trickle down*, onde há um consumo aspiracional tendo como referência a elite (Meyer, 2008).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

destacava o sujeito ou objeto fazendo dele um ser único. O jogo sutil da distinção e do pertencimento. Pois, esta personalização ou "unicidade" não poderia ser destoante dos padrões sociais a ponto de segregar o sujeito identificando como o "diferente". Era preciso que esta "unicidade" fosse interessante e coligada a um coletivo, permitindo algum tipo de identificação de classe para proporcionar o pertencimento. Assim, o domínio da manipulação estética era uma tarefa complexa, mas fundamental apara a ascensão social, pois lidava com os valores simbólicos de tudo o que pode ser considerado apreendido pelo homem socialmente.

Quem irá falar sobre isto é o autor Pierre Bourdieu, que faz uma retomada dos estudos sobre consumo e classe social, tema base deste capítulo. Sem ignorar os trabalhos de Marx, Veblen ou Simmel, este trabalho identifica na obra de Bourdieu maior afinidade com sua a abordagem, para o fechamento deste capítulo e para questões que serão discutidas a frente.

Em seus textos, Bourdieu fala sobre as relações de poder e hierarquias dos diferentes campos na sociedade. Bourdieu inicia seu livro "A distinção" (2007) falando sobre o gosto, e o descreve como sendo algo que é construído desde a mais tenra idade e discorre sobre como essa internalização irá depender, primeiramente, do seio social no qual o sujeito em formação está inserido e, em seguida, da sua própria trajetória de vida. Ou seja, o gosto é uma noção social construída onde bases fundamentais são consolidadas ainda na infância. Portanto, o seio social tem o papel importante de nutrir o sujeito com o que Bourdieu chama de estrutura de capital. Aqui, o autor entende esta estrutura composta por capital cultural (saberes diversos, ensino, titulações acadêmicas), capital econômico (renda e bens), capital social (relações que podem ser capitalizadas) e capital simbólico (prestígio, honra, moral). Assim o autor entende que as práticas de consumo são frutos desta estrutura do gosto e não apenas uma satisfação racional.

Como o gosto depende deste seio social, que para Bourdieu são as classes sociais nas quais os sujeitos se formam ou que transitam ao longo da vida, este consumo também estará diretamente ligado as percepções de capital. Explicitando melhor, o consumo se dará em uma mediação entre os diferentes capitais que o indivíduo possuir. Portanto, a aquisição de um objeto é mediada pelo que se possui de capital econômico (dinheiro disponível para adquirir) com o que se possui de capital cultural (para perceber no objeto valores culturais), com o que se

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

possui de capital simbólico (para perceber os valores simbólicos do objeto) e com o que ele possui de capital social (para perceber quais valores o objeto terá perante seus pares). Partindo das ideias de Bourdieu, a diferenciação dos sujeitos se dá no jogo de domínio entre esses capitais e sua ascensão, assim como pelo modo que os sujeitos adquirem ou modificam esses capitais, se aproximando ou distanciando de classes.

Falando sobre o poder do gosto, para Bourdieu sempre existe uma classe dominante, que possui maior domínio sob os diferentes capitais (mais rendas, mais educação formação, ampla relação social e muito prestígio) do que as demais classes. Essas classes dominantes definem o que será considerado com o "gosto prevalecente", gosto dominante. Mas as classes também interagem entre si, havendo domínios compartilhados criando zonas de legitimação. Estas zonas de legitimação são as que reconhecem ou sustentam um valor. Ou seja, para que um quadro seja considerado Arte ele precisa ser reconhecido pelo campo da Arte, e não por advogados, mesmo que estes tenham amplo capital cultural. Assim, cada zona de legitimação é chamada de "campo" e os campos são compostos por agentes de legitimação diversos. No caso da Arte, segundo Bourdieu, os agentes são as escolas de Arte, os Museus, os Mecenas e por fim os compradores (que seriam aqui os advogados), sujeitos que podem pertencer a diferentes classes sociais mas que, juntos, fundam um campo. E só o campo e seus agentes legitimadores detêm o poder de legitimar. Assume-se aqui uma hierarquia de poder predominante sobre outros que não pertencem ao campo. Assim, as classes aqui são grupos cujas afinidades perpassam os quatro capitais, mas essas mesmas classes podem interagir com campos de poder em diferentes segmentos da sociedade (econômica, cultural, religiosa etc.).

A primeira parte desta tese, capítulo 1 e 2, se dedicaram a explicitar os conflitos entre a academia e a indústria, que juntas excluem as Guildas do processo produtivo e debatem para estruturar um novo sistema de ensino adequado ao Design. Eis aqui uma disputa entre dois campos para legitimar algo que surgia: a produção de bens industriais. Como se daria o seu ensino? Como seria sua consolidação? Quem seria o pai do Design? Claro que ambos fundam o campo, mas cada qual exerce papéis distintos nesta fundação e criam valores simbólicos, econômicos e culturais em torno do mesmo. A academia reforça a importância da aparência do objeto no século XVIII e XIX o que defende que o

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

belo não deve ser ignorado no processo industrial ressaltando a importância de que os bens devem exprimir mais do que a função prática. Isso pode ser visto quando Pevsner descreve a obstinação no ensino pela réplica do ornamento, pela exaltação das formas rebuscadas de desenhos que são impressos em cerâmicas e tecidos. A indústria acelera a aquisição de bens no mercado gerando empregos e aumentando a renda individual e estimula o consumo, barateando seus custos e ampliando sua oferta, em volume e variedade. O governo desenvolve nos indivíduos o sentimento patriota pela produção nacional, criando eventos espetaculares para expor o "novo" e preparar a sociedade para mudanças profundas e perenes. Os grandes Salões trazem a noção de lazer, prazer e benfeitoria social ao expor e incentivar o consumo dos objetos como uma forma de melhorar as condições sociais de todos e da nação. Rapidamente o comércio se adapta com suas lojas de departamento trazendo o lazer e o prazer do consumo para o cotidiano. Comprar é uma forma de movimentar a economia.

Todas essas ideias vão sendo absorvidas por uma sociedade que agora está centrada na manutenção da aparência e em seus valores simbólicos, passa por profundas transformações nas quais as classes sociais se ampliam e o gosto se diversifica e reproduz (no sentido completo de Bourdieu). Não existem mais divisões claras entre as classes, as fronteiras ficaram mais diluídas devido ao desenvolvimento da economia e da ampliação ao acesso da cultura formal (o ensino, as artes, o lazer). Entretanto, quanto mais os capitais se difundem mais as classes dominantes ganham força e se diferenciam. Consequentemente, gera-se uma rotina de busca da reprodução pelas demais classes, as não dominantes, na tentativa de se apropriar da estrutura dos capitais da classe superior.

É o exposto acima, afirma esta tese, que forma o que conhecemos como estrutura do mercado de consumo com ampla aquisição de bens, com redução do tempo no ciclo de vida do produto e a manutenção da aparência com base em valores simbólicos que se modificam constantemente. Essa estrutura de mercado de consumo fundada no século XIX pelos agentes legitimadores (academia, indústria, classes dominantes, governo) é o que foi correlacionado e denominado como estrutura da Tendência, visível no "estar por vir" dos discursos e das apresentações dos Salões Universais, mas sentida nas aspirações dos capitais entre classes, especialmente os simbólicos. A moda faz uso do capital simbólico de uma ou mais classes com maestria colaborando para a estrutura de mercado. Afinal,

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA

firmar noções como “vanguarda” e “fora de moda” ou “exclusivo” e “popular” coligadas a um estilo ou objeto, é o meio explorar o simbólico, de criar desejo ou desprezo, movendo o ímpeto de consumo ou o seu oposto. Porém, é um engano afirmar que esta estrutura de mercado é o seu todo.

A Moda, como um sistema de orientação do vestir, já existia desde o século 14. Mas, como menciona Lipovetsky, até a primeira metade do século XIX, não poderia ser comparada ao sistema complexo que se inicia nesta segunda metade do mesmo século (LIPOVETSKY, 2002, p. 25). Portanto, este levantamento da origem do design, da fundamentação da indústria e das aceleração do consumo promovido pelo espetáculo (ao qual a Moda se associa) é a fase de nascimento do que conhecemos como Tendência, mas que, segundo este trabalho irá propor, é apenas uma parte do todo.

No entanto antes de esmiuçar tal estrutura, faz-se necessário falar de outro agente legitimador que merece destaque: a imprensa. Nela reside a responsabilidade da difusão, sejam quais forem os outros demais agentes ou suas razões de existir, mercadológicas ou não.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0812132/CA