

**KENIA MOREIRA CABRAL**

**A LINGUAGEM DA MODA:  
UMA HISTÓRIA DE REVOLUÇÕES – DA ALTA COSTURA AO PRÊT-À-PORTER  
(1858 – 1960)**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Linguagem.

Universidade do Sul de Santa Catarina.

Orientador: Prof. Dr. Aldo Litaiff

**PALHOÇA, 2006.**

**KENIA MOREIRA CABRAL**

**A LINGUAGEM DA MODA:  
UMA HISTÓRIA DE REVOLUÇÕES – DA ALTA COSTURA AO PRÊT-À-PORTER  
(1858 – 1960)**

Esta dissertação foi julgada adequada à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça – SC, 13 de dezembro de 2006.

---

Prof. Dr. Aldo Litaiff

Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Prof. Dra. Marci Fileti Martins

Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Prof. Dra. Tânia Regina Raitz

Universidade do Vale do Itajaí

*Dedico este trabalho ao meu orientador, Aldo Litaiff, aquele que “afrota com segurança as tempestades da primavera sem temer que não se suceda nenhum verão. O verão vem, apesar de tudo. Mas só vem para os pacientes que se mantêm ali, em sua vasta paz despreocupada. Como se tivessem o verão diante de si”.*  
*(Rainer Maria Rilke, Cartas a um jovem poeta)*

## **AGRADECIMENTOS**

*Agradeço a minha família, que me apoiou durante todos os momentos deste percurso e a Leonardo Romão, que gentilmente organizou todas as imagens deste trabalho.*

*Futilité? Non. Il n'y a pas plus de futilité dans la mode que dans la poésie ou la chanson. Les siècles passent, et, avec eux, la mode prend une sorte de dignité; elle devient le témoin de son époque. Notre temps est celui de l'image.  
(Christian Dior)*

## RESUMO

Este trabalho pretende mostrar que a história da moda é marcada por rupturas ou revoluções. A gênese do campo da moda ocorre com o surgimento da alta costura, e, num período de cem anos, ele se constituirá numa matriz estilística composta pelos paradigmas da alta costura e do *prêt-à-porter*. Através da análise das imagens, será demonstrado que as mudanças revolucionárias na moda, como linguagem, refletem as revoluções do contexto histórico, aqui, especificamente, o papel social da mulher. O objetivo geral deste trabalho é estabelecer uma relação entre as duas grandes mudanças de paradigma que aconteceram na história da moda – o surgimento da alta costura no ano de 1858 e a ascensão do *prêt-à-porter* no final da década de 50 – e as transformações no comportamento social feminino no mesmo período.

**Palavras-chave:** moda, linguagem, paradigma, revolução.

## ABSTRACT

This work has the intention to show that the history of fashion is made by ruptures or revolutions. The beginning of the fashion field occurs with the birth of the *haut couture*, and, in a period of hundred years, it will be constituted in a stylistic matrix which is composed by the paradigms of *haut couture* and *prêt-à-porter*. Through the analysis of the images, it will be demonstrated that the revolutionary changes in fashion, as a language, reflect the revolutions of the historic context, specifying the social role of the woman. The objective of this work is create a relation between the two biggest paradigm changes which happened in fashion history – the birth of the *haute couture* in 1858, the ascension of the *prêt-à-porter* in the end of the fifties – and the feminine social behavior transformations in the same period.

**Keywords:** fashion, language, paradigm, revolution.

## LISTA DE FIGURAS

<a href="#">Figura 01 – Robe à la française</a>	33.
<a href="#">Figura 02 – Corset</a>	33.
<a href="#">Figura 03 – James Tissot, <i>La Réception</i></a>	38.
<a href="#">Figura 04 – Interior de Victor Horta</a>	38.
<a href="#">Figura 05 – Detalhe de uma anquinha</a>	38.
<a href="#">Figura 06 – Figurino de Paul Poiret</a>	42.
<a href="#">Figura 07 – Denise Poiret</a>	42.
<a href="#">Figura 08 – <i>Les robes de Paul Poiret</i></a>	44.
<a href="#">Figura 09 – Ilustrações de Paul Iribe</a>	44.
<a href="#">Figura 10 – Figurino de Léon Bakst</a>	46.
<a href="#">Figura 11 – Peggy Guggenheim</a>	46.
<a href="#">Figura 12 – <i>La Gazette du bon ton</i>, verão de 1915</a>	47.
<a href="#">Figura 13 – <i>La Gazette du bon ton</i>, 1921</a>	47.
<a href="#">Figura 14 – <i>La Gazette du bon ton</i>, 1922</a>	47.
<a href="#">Figura 15 – Traje de banho, 1929</a>	50.
<a href="#">Figura 16 – Trajes franceses para o esporte</a>	50.
<a href="#">Figura 17 – Suzanne Lenglen</a>	50.
<a href="#">Figura 18 – Vestido <i>Delphos</i></a>	53.
<a href="#">Figura 19 – Vestido de Madeleine Vionnet</a>	53.
<a href="#">Figura 20 – <i>Tailleur</i> Chanel, 1935</a>	60.
<a href="#">Figura 21 – Modelo original do vestido preto</a>	60.
<a href="#">Figura 22 – Chanel</a>	60.
<a href="#">Figura 23 – Chanel, no ombro de Serge Lifar</a>	60.
<a href="#">Figura 24 – Casaco em linho de Elsa Schiaparelli</a>	63.
<a href="#">Figura 25 – Casaco de Elsa Schiaparelli</a>	63.
<a href="#">Figura 26 – A moda durante a guerra</a>	67.
<a href="#">Figura 27 – <i>Théâtre de la mode</i></a>	67.
<a href="#">Figura 28 – <i>Théâtre de la mode</i></a>	68.
<a href="#">Figura 29 – A silhueta do <i>New Look</i></a>	72.
<a href="#">Figura 30 – A estrutura de um vestido Dior</a>	72.
<a href="#">Figura 31 – Modelo de Pierre Cardin, 1969</a>	75.
<a href="#">Figura 32 – Modelo de André Courrèges, 1969</a>	75.
<a href="#">Figura 33 – Figurino de Paco Rabanne</a>	75.
<a href="#">Figura 34 – Yves Saint-Laurent, <i>Smoking</i>, 1966</a>	79.
<a href="#">Figura 35 – Yves Saint-Laurent, <i>Smoking</i>, 1968</a>	79.
<a href="#">Figura 36 – Yves Saint-Laurent, <i>Pop Art</i>, 1967</a>	79.



<a href="#">Figura 37 – Catherine Deneuve</a> .....	79.
<a href="#">Figura 38 – Fundação Pierre Bergé – Yves Saint-Laurent</a> .....	81.
<a href="#">Figura 39 – Yves Saint-Laurent</a> .....	81.
<a href="#">Figura 40 – Yves Saint-Laurent com seus modelos</a> .....	81.
<a href="#">Figura 41 – Modelo de Charles Worth</a> .....	85.
<a href="#">Figura 42 – A silhueta em “S”</a> .....	86.
<a href="#">Figura 43 – <i>Les choses de Paul Poiret</i></a> .....	89.
<a href="#">Figura 44 – Figurinos de Paul Poiret, 1914</a> .....	90.
<a href="#">Figura 45 – Figurinos de Paul Poiret, 1913</a> .....	90.
<a href="#">Figura 46 – Conjunto de seda de Paul Poiret</a> .....	91.
<a href="#">Figura 47 – Chanel usando <i>tailleur</i> em malha</a> .....	92.
<a href="#">Figura 48 – Chanel usando <i>tailleur</i></a> .....	92.
<a href="#">Figura 49 – Chanel usando calças masculinas</a> .....	92.
<a href="#">Figura 50 – Chanel</a> .....	94.
<a href="#">Figura 51 – Vestidos de Elsa Schiaparelli</a> .....	95.
<a href="#">Figura 52 – A moda durante a II Guerra Mundial</a> .....	97.
<a href="#">Figura 53 – A moda durante a II Guerra Mundial</a> .....	97.
<a href="#">Figura 54 – A moda durante a II Guerra Mundial</a> .....	97.
<a href="#">Figura 55 – <i>Tailleur Bar</i></a> .....	98.
<a href="#">Figura 56 – <i>New Look</i>, Dior, 1948</a> .....	99.
<a href="#">Figura 57 – <i>New Look</i>, Dior, 1949</a> .....	100.
<a href="#">Figura 58 – Yves Saint-Laurent, coleção Mondrian</a> .....	104.
<a href="#">Figura 59 – Yves Saint-Laurent, coleção Africana</a> .....	105.
<a href="#">Figura 60 – Yves Saint-Laurent, <i>Saharienne</i></a> .....	106.
<a href="#">Figura 61 – <i>Smoking</i>, de Yves Saint-Laurent</a> .....	107.

## SUMÁRIO

<b><u>1</u></b>	<b><u>INTRODUÇÃO</u></b> .....	<b>11.</b>
<b><u>2</u></b>	<b><u>QUADRO TEÓRICO-METODOLÓGICO</u></b> .....	<b>16.</b>
2.1	<u>METODOLOGIA</u> .....	23.
<b><u>3</u></b>	<b><u>O INÍCIO DA MODA</u></b> .....	<b>26.</b>
3.1	<u>O SÉCULO XVIII</u> .....	30.
3.2	<u>PARIS E A ALTA COSTURA</u> .....	32.
3.3	<u>CHARLES FREDERICK WORTH</u> .....	35.
3.4	<u>PAUL POIRET</u> .....	40.
3.5	<u>GABRIELLE “COCO” CHANEL</u> .....	52.
3.6	<u>ELSA SCHIAPARELLI</u> .....	62.
3.7	<u>A MODA DURANTE A SEGUNDA GUERRA</u> .....	64.
3.8	<u>CHRISTIAN DIOR</u> .....	66.
3.9	<u>YVES SAINT-LAURENT</u> .....	74.
<b><u>4</u></b>	<b><u>DA ALTA COSTURA AO PRÊT-À-PORTER: MODA E REVOLUÇÃO</u></b> .....	<b>83.</b>
<b><u>5</u></b>	<b><u>CONSIDERAÇÕES FINAIS</u></b> .....	<b>108.</b>
	<b><u>REFERÊNCIAS</u></b> .....	<b>112.</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A moda é um assunto que tem ocupado bastante espaço na mídia nos últimos anos. Eventos como o *Phytoervas Fashion*, o *Morumbi Fashion* e hoje, o *São Paulo Fashion Week*, o *Fashion Rio* e outros tantos que acontecem pelo país atraem um público cada vez maior e impulsionam um segmento que cresce no Brasil – a indústria têxtil, que abrange desde a produção das fibras naturais e químicas, passando pela fiação, tecelagem, confecção até o mercado consumidor final, este último abarcando também as atividades de publicidade e marketing.

Segundo Marinho (2002), o pleno amadurecimento da indústria têxtil e de confecção, nos últimos cinquenta anos no Brasil, passou a exigir maior treinamento e qualificação de sua mão-de-obra, existindo, portanto, na década de 80, uma demanda instalada por profissionais de nível superior capazes de responder a exigências tecnológicas e mercadológicas cada vez mais sofisticadas. De 1996 a 2001, a indústria têxtil brasileira investiu US\$ 6 bilhões em modernização de seu parque fabril. De abril a setembro de 2001, a cadeia produtiva têxtil gerou aproximadamente 25 mil postos de trabalho, num contingente total de 1,4 milhão de trabalhadores, espalhados por 22 mil empresas em todo o país.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> PALOMINO, Érika. **A Moda**. São Paulo: Publifolha, 2002. p. 91.

Além da demanda por profissionalização no setor, outros fatores como a rápida expansão da indústria cultural no Brasil após a Segunda Guerra Mundial e a expansão do ensino superior privado a partir de meados da década de 80, diversificando a oferta de cursos a partir da identificação de novas oportunidades de mercado, são citados por Marinho (2002) como propulsores do ensino superior de moda no país a partir do final da mesma década, com três cursos que surgiram quase simultaneamente na cidade de São Paulo e depois, ao longo da década de 90 e nos últimos quatro anos a proliferação de cursos na área de moda em seus mais diversos níveis: livres, técnicos, tecnólogos e de graduação plena e de pós-graduação.

A moda, que não possuía tradição acadêmica em nosso país, e era associada a uma esfera da vida social tradicionalmente considerada como fútil, efêmera, passageira, passa a ser considerada no âmbito da pesquisa e, de acordo com Almeida (2002:197), esta é dividida em dois pólos de produção de conhecimento. O primeiro compreende os estudos aplicados, que visam aprimorar o gerenciamento da cadeia produtiva e distributiva do vestuário de moda, e o segundo é composto pelas pesquisas que tomam a moda como fenômeno relevante para a compreensão de problemas relacionados à estrutura social, motivações psicológicas, comunicação não verbal, etc; cujo objetivo “é a elaboração de uma abordagem crítica do fenômeno que desenvolva com rigor conceitos, metodologias e teorias que inovem sua compreensão e permitam o questionamento das práticas sociais que se estabeleceram e se reproduzem em torno da moda”.

Questão multi e interdisciplinar, a moda gera reflexão nas mais diferentes áreas do conhecimento e, portanto, torna-se um tema adequado às Ciências da Linguagem. Foi diante da interdisciplinaridade proposta pelo curso que este trabalho se construiu, uma vez que procura olhar o fenômeno da moda enquanto indicador das transformações no comportamento

social feminino, por meio de duas grandes mudanças de “paradigma”<sup>2</sup> em seu processo: o início da alta costura no século XIX, seu auge e posterior declínio já em meados do século XX, dando abertura para a consolidação do *prêt-à-porter*, ou seja, a roupa pronta para vestir. Um período de aproximadamente cem anos, onde as transformações nas maneiras de cobrir o corpo possuíram estreita relação com os acontecimentos políticos, econômicos e sociais, traduzindo-se a moda, então, numa linguagem que referencia a mudança de comportamento. Conforme Lúcia Santaella (1983:12):

Quando dizemos linguagem, queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significação que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros. Enfim: todos os sistemas de produção de sentido aos quais o desenvolvimento dos meios de reprodução de linguagem propiciam hoje uma enorme difusão.

Partiu-se da hipótese de que o campo da moda é constituído por uma matriz estilística<sup>3</sup> que foi gerada a partir de revoluções dentro do próprio campo, paralelas às mudanças do contexto histórico, e que, durante o período áureo da alta costura aconteceu a seqüência de revoluções que gerou a matriz estilística atual do campo da moda, composta por dois paradigmas: a alta costura e o *prêt-à-porter*, ambos formados pelas comunidades de estilistas ou costureiros. Pretende-se mostrar, através da análise das imagens de moda, que as mudanças revolucionárias na moda, refletem as revoluções do contexto histórico, aqui, especificamente, o papel social da mulher.

O objetivo geral deste trabalho é estabelecer uma relação entre as duas grandes mudanças de paradigma que aconteceram na história da moda – o surgimento da alta costura

---

<sup>2</sup> Segundo Thomas Kuhn (2003), um paradigma é aquilo que os membros de uma comunidade partilham e, inversamente, uma comunidade científica consiste em homens que partilham um paradigma.

<sup>3</sup> O conceito de matriz estilística, adaptado do conceito de matriz disciplinar de Thomas Kuhn (conforme sugestão do Professor Aldo Litaiff), será melhor definido no final do capítulo seguinte.

no ano de 1858, a ascensão do *prêt-à-porter* no final da década de 50, e as transformações no comportamento social feminino do mesmo período, e procurando demonstrá-la por meio da análise de imagens de maneira sincrônica e diacrônica.

Como objetivos específicos, buscou-se fazer uma revisão bibliográfica, enfatizando as obras mais significativas para os períodos e tema em questão; levantar material iconográfico relativo ao período analisado para que as mudanças na moda possam ser percebidas; identificar ao longo do período estudado quais as principais transformações no comportamento social feminino e estabelecer uma contextualização atual da moda, para a conclusão da pesquisa.

O capítulo seguinte apresenta o quadro teórico metodológico, ressaltando os conceitos de cada autor para que, posteriormente, possa ser estabelecida uma relação destes com a moda. De Pierre Bourdieu (2003) utilizaremos os conceitos de *habitus* e campo, o primeiro definido como princípio gerador de práticas e o segundo (o campo da moda), espaço de nossa análise. O hábito de uma comunidade é fixado pela crença ou paradigma (Kuhn, 2003), conceitos que serão adaptados para a moda, que, assim como ciência, tem sua história marcada por revoluções.

O segundo capítulo apresenta uma abordagem histórica do fenômeno da moda, fazendo uma breve retrospectiva desde seu início, no século XIV, até o século XIX, quando Charles Worth funda a alta costura na França. A partir daí, apresentaremos as biografias dos cinco costureiros mais importantes, escolhidos para análise – Charles Worth, Paul Poiret, Gabrielle Chanel, Christian Dior e Yves Saint-Laurent, procurando demonstrar a relação de suas criações com o contexto histórico em que viveram. Em alguns momentos são citados outros criadores, a exemplo de Elsa Schiaparelli, contemporânea de Chanel, a fim de estabelecer um

contraponto, ou demonstrar como diversos estilos convivem em uma mesma comunidade numa determinada época.

O capítulo final faz a conexão entre os dois capítulos anteriores, sintetizando nas imagens o quadro teórico e o cronológico, buscando demonstrar as revoluções que constituíram e consolidaram o campo da moda, para, posteriormente, formar uma matriz estilística. Será evidenciada também a relação da moda com outros campos sociais e como, por meio de suas imagens, a moda retrata os hábitos e comportamentos de uma época.

## 2 QUADRO TEÓRICO METODOLÓGICO

Em seu texto *O Hábito fala pelo monge*, Umberto Eco ressalta que mesmo as roupas servindo para nos cobrirmos com ela, “o que serve realmente para cobrir não supera os cinquenta por cento do conjunto”.<sup>4</sup> O vestuário é linguagem, e o homem comunica por meio de suas roupas, além de outros tantos sinais, como seus gestos, sua postura, suas inflexões de voz, etc. Na década de 60, Roland Barthes, em *Système de la mode*, foi o primeiro a tentar compreender o sistema da moda como linguagem, com suas regras e estruturas próprias. Embora não analise o vestuário em si, mas o que se escreve sobre o vestuário, ou, como ele mesmo cita “o vestuário escrito, transformado em linguagem”<sup>5</sup> nos editoriais das revistas especializadas. A obra de Barthes foi um marco significativo nos estudos sobre moda, impulsionando diversos trabalhos que tinham a moda como seu objeto principal de estudo.

Originada do latim *factio*, que significa fazer ou fabricar, a palavra *fashion* designa modo ou maneira. Segundo Barnard (2003), o *Oxford Dictionary* relaciona nove sentidos diferentes da palavra *fashion*. Na língua portuguesa, a palavra moda também tem origem latina, *modus*, designando praticamente os mesmos sentidos que possui na língua inglesa. Fazendo parte do mesmo universo, encontramos indumentária, vestimenta, vestuário, adorno, estilo,

---

<sup>4</sup> ECO, Umberto. O Hábito fala pelo monge. In: ALBERONI, Francesco et al. **Psicologia do Vestir**. Lisboa: Assírio & Alvim, 1975. p. 7-20.



palavras que estabelecem uma rede de relações com a palavra moda, encobrendo ou mudando seu significado. Ainda segundo Barnard (2003: 49),

a moda e a indumentária, como comunicação, são fenômenos culturais no sentido de que a cultura pode ser ela própria entendida como um sistema de significados, como as formas pelas quais as experiências, os valores e as crenças de uma sociedade se comunicam através de atividades, artefatos e instituições.

Além da obra de Barthes, o livro *Linguagem das roupas* (1997), da inglesa Alison Lurie, retrata a moda como um sistema de linguagem que possui regras e estruturas como qualquer outro, fazendo analogias com termos da própria gramática, trabalhando com os significados das roupas e não com a moda em si. Já a obra de Barnard (2003), *Moda e comunicação*, coloca a moda e a indumentária como maneiras de comunicar identidades de classes e gêneros sexuais e sociais. Porém, a análise da moda enquanto linguagem indicadora das mudanças no comportamento social feminino é uma abordagem nova do tema, procurando sair das clássicas análises da história do vestuário, que abordam somente as mudanças no vestir sem relacioná-las a um contexto maior.

De acordo com Lipovetsky (1989) a moda, dispositivo social caracterizado principalmente pela mudança e busca incansável do novo, tem sua origem na sociedade ocidental, por volta dos séculos XIV e XV, com o fim da Idade Média. Porém, sua consolidação acontece quando a aristocracia e a alta burguesia transformam a mulher na vitrine do auge da sociedade industrial. O autor divide a moda, desde seu surgimento na Europa Ocidental até a época atual, em três estágios: a Moda Aristocrática, caracterizada pela centralização na figura do monarca, altamente luxuosa e exacerbada na aparência; a Moda de Cem Anos, marcada pela alta costura, combinada com a indústria da confecção, de caráter monocéfalo, burocrático e

---

<sup>5</sup> BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. Lisboa: Edições 70, 1999. p. 15.

internacional; e a Moda Aberta, onde o culto à juventude, a pluralidade de estilos, a contracultura, uma nova concepção do luxo, bem como a reformulação da alta costura e a criação do *prêt-à-porter*, são as características principais.

A moda aristocrática predomina do final da Idade Média até meados do século XIX. E sobre esta fase inicial Lipovetsky (1989:29) afirma que:

A moda no sentido estrito não aparece antes da metade do século XIV. (...) A partir desse momento as mudanças vão precipitar-se; as variações do parecer serão mais freqüentes, mais extravagantes, mais arbitrarias; um ritmo desconhecido até então e formas ostensivamente fantasistas, gratuitas, decorativas fizeram sua aparição, definindo o próprio processo da moda. A mudança não é mais um fenômeno acidental, raro, fortuito; tornou-se uma regra permanente dos prazeres da alta sociedade; o fugidío vai funcionar como uma das estruturas constitutivas da vida mundana.

A Moda de Cem Anos, considerada por Lipovetsky (1989:69) como a “primeira fase da história da moda moderna, seu momento heróico e sublime”, inicia com o aparecimento da alta costura na França, pelas mãos de Charles Frederick Worth, considerado o primeiro grande criador de moda. Até a chegada de Worth, as roupas eram feitas por costureiras e alfaiates que não tinham poder de decisão sobre o modelo, apenas executavam o pedido do cliente. Worth divide a moda em duas estações por ano – primavera / verão e outono / inverno, trabalha modelos únicos e exclusivos que são executados com antecedência em desfiles que utilizavam modelos vivos e não mais manequins estáticos. A alta costura traz novos rumos para a moda e o principal deles é a figura do criador, que dita as tendências, cores e formas para cada estação, fazendo modelos únicos e estritamente exclusivos. Considerados verdadeiros artistas, os grandes costureiros vão ditar os rumos da moda até o final da década de 50 e, durante esse período, a própria moda é considerada arte.

Após a Segunda Guerra Mundial, muda-se completamente a perspectiva e a moda passou a se traduzir como expressão das massas urbanas com seus uniformes industriais e, em

conseqüência disso, o *prêt-à-porter*, inventado nos Estados Unidos e logo adaptado na Europa, como sua máxima expressão. O surgimento da roupa “pronta para vestir”, com grades de tamanhos próprios para a fabricação industrial em larga escala, fará desaparecer todo o status de arte que a moda possuía até então, retirando uma parcela do poder do criador de moda e fortalecendo a idéia de que cada um escolhe seu estilo, individual, único, apesar de construído no meio da produção em massa. De acordo com Barnard (2003:255),

moda e indumentária são os meios de produção em massa pelos quais o estilo individual é construído (...). As roupas produzidas em massa são usadas para construir o que se pensa ou experimenta ser uma identidade individual, um modo de ser diferente de qualquer outra pessoa.

Tornar-se diferente em meio ao igual passa a ser a tônica da moda a partir da segunda metade do século XX. Ressalte-se, aí, a influência dos movimentos da cultura jovem, que quer se diferenciar das gerações anteriores criando, a todo momento, estilos que demonstrem suas opiniões a respeito da sociedade. Segundo Lipovetsky (1989:124):

O fim da moda de cem anos não coincide apenas com a queda da posição hegemônica da Alta Costura, mas também com o aparecimento de novos focos criativos e simultaneamente com a multiplicação e descoordenação dos critérios de moda. O sistema anterior caracterizara-se por uma forte homogeneidade do gosto, pela existência de tendências anuais relativamente unificadas, devido à função e à preeminência da Alta Costura.

O período escolhido para análise abrange, portanto, duas das três etapas delimitadas por Lipovetsky e compreenderá o período que vai do ano de 1858, marco inicial da alta costura, até o final da década de 50, quando do surgimento da fase descrita pelo autor como Moda Aberta. Esta escolha deve-se ao fato de que a alta costura e o *prêt-à-porter* são os dois grandes marcos da história da moda que surgiram em um intervalo de cem anos e denotam rupturas e mudanças expressivas na maneira como a moda é produzida. Para esta delimitação

temporal, utilizar-se-á o conceito de mudança de paradigma de Thomas S. Kuhn<sup>6</sup> (que será definido adiante), contribuindo, assim, para uma visão da moda não dividida em séculos ou décadas, mas abarcando um período significativo de sua história, o que facilitará sua compreensão.

Para a construção da relação entre a linguagem da moda e a transformação do comportamento social serão trabalhados os conceitos de *habitus* e de campo de Pierre Bourdieu<sup>7</sup>, bem como suas concepções sobre a questão do gosto, para que haja um diálogo entre este autor e Gilles Lipovetsky<sup>8</sup> (sociólogo e teórico da moda), buscando relacionar as teorias destes dois autores. A partir daí pretende-se, então, demonstrar como a moda pode ser vista como uma linguagem, expressando as mudanças no comportamento social, enfocando as transformações no comportamento feminino no período referido.

De acordo com Bourdieu (2003b), uma das funções da noção de *habitus* é a de dar conta da unidade de estilo<sup>9</sup> que vincula as práticas e os bens de um agente singular ou de uma classe de agentes. O *habitus* é esse princípio gerador e unificador que retraduz as características intrínsecas e relacionais de uma posição em um estilo de vida unívoco, isto é, em um conjunto unívoco de escolhas de pessoas, de bens, de práticas.

---

<sup>6</sup> KUHN, Thomas S. **A Estrutura das revoluções científicas**. 8ªed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

<sup>7</sup> BOURDIEU, Pierre. **O Poder simbólico**. 6ªed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

<sup>8</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

<sup>9</sup> O estilo, para Bourdieu, é uma característica de diferenciação de campos. No decorrer do trabalho utilizaremos o conceito de estilo, ligado à moda, que confere um caráter singular às criações de um costureiro. Os conceitos são complementares, uma vez que é a afinidade de estilo que define o *habitus*, e este define o campo. Conforme o autor, “os artistas que são objetivamente distintos, procuram também objetivamente se distinguir – em particular no estilo, na forma, naquilo que propriamente lhes pertence, em oposição ao tema, à função.”(Bourdieu, 1983:131)

Assim como as posições das quais são o produto, os *habitus* são diferenciados; mas também são diferenciadores. Distintos, distinguidos, eles também são operadores de distinções: põem em prática princípios de diferenciação distintos ou utilizam diferenciadamente os princípios de diferenciação comum. Os *habitus* são princípios geradores de práticas distintas e distintivas; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão e gostos diferentes.

Ao serem percebidas por meio dessas categorias sociais de percepção, desses princípios de visão e de divisão, as diferenças nas práticas, nos bens possuídos, nas opiniões expressas tornam-se diferenças simbólicas e constituem uma verdadeira *linguagem*. As diferenças associadas a posições distintas, isto é, os bens, as práticas e sobretudo as *maneiras*, funcionam, em cada sociedade, como as diferenças constitutivas de sistemas simbólicos, como o conjunto de fonemas de uma língua ou o conjunto de traços distintivos e separações diferenciais constitutivas de um sistema mítico, isto é, como *signos distintivos*.

O conceito de campo, conforme Bourdieu (2003a) é o espaço social de relações objetivas, onde se criam os agentes, os técnicos, as categorias e os conceitos característicos de cada universo. Por exemplo, o campo artístico é descrito pelo autor (Bourdieu, 2003a) como o lugar em que se produz e se reproduz incessantemente a crença no valor da arte, e no poder de criação do valor que é próprio do artista.

Bourdieu (1983) chama de campo um espaço de jogo, um campo de relações objetivas entre indivíduos ou instituições que competem por um mesmo objeto. Neste campo particular que é o campo da alta costura, os dominantes<sup>10</sup> são aqueles que detêm em maior grau o poder de constituir objetos raros pelo procedimento da “griffe”; aqueles cuja “griffe”

---

<sup>10</sup> Bourdieu (2004: 115) define como dominantes as “velhas *maisons* de prestígio e de tradição, situadas nos santuários da *rive droite*”, citando como exemplo Dior ou Balmain.

tem o maior valor. Esta é a lei geral dos campos, os detentores da posição dominante, os que têm maior capital específico, se opõem por uma série de meios aos recém-chegados<sup>11</sup>, novos arrivistas que não possuem muito capital específico.

A partir das posições que os diferentes agentes ou instituições ocupam na estrutura do campo e que, neste caso, correspondem bem estreitamente à sua Antigüidade, pode-se prever, e em todo caso compreender, suas tomadas de posições estéticas, tais como elas se exprimem nos adjetivos empregados para descrever seus produtos ou em qualquer outro indicador. Assim, cada campo tem sua própria dinâmica e, portanto, sua própria periodização, sendo que as rupturas dos diferentes campos não são necessariamente sincronizadas. O que ocorre é que as mudanças específicas têm uma certa relação com fatos externos (Bourdieu, 1983).

Para Bourdieu (2004), o campo da alta costura deve sua estrutura à distribuição desigual, entre as diferentes *maisons*, da espécie particular de capital<sup>12</sup> que é o fator da concorrência neste campo e, ao mesmo tempo, a condição de entrada em tal competição. As características distintivas das diferentes instituições de produção e difusão, assim como as estratégias que elas utilizam na luta que as opõe, dependem da posição que ocupam nessa estrutura.<sup>13</sup>

Conforme Thomas Kuhn (2003), paradigmas são as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem problemas e soluções modelares

---

<sup>11</sup> Os recém-chegados são “as *boutiques* de vanguarda, implantadas na área *chique* da *rive gauche*, como Paco Rabanne ou Ungaro”. (Bourdieu, 2004:116)

<sup>12</sup> “O capital simbólico é uma propriedade qualquer (de qualquer tipo de capital, físico, econômico, cultural, social), percebida pelos agentes sociais cujas categorias de percepção são tais que eles podem entendê-las e reconhecê-las, atribuindo-lhes valor”. (Bourdieu, 2003b:107)

<sup>13</sup> Embora Pierre Bourdieu divida a estrutura do campo estabelecendo uma relação entre dominantes e dominados, de acordo com o capital simbólico de cada um, e analise a moda enquanto signo das ambições de classes, utilizaremos apenas seu conceito de campo no que concerne a um espaço social definido por um *habitus*.

para uma comunidade de praticantes de uma ciência – a comunidade científica –, grupo de pesquisadores que atua em determinado campo e partilha os mesmos paradigmas e crenças em uma determinada época. As revoluções científicas (Kuhn, 2003) são os episódios de desenvolvimento não-cumulativo, nos quais um paradigma mais antigo é total ou parcialmente substituído por um novo, incompatível com o anterior. Porém, as revoluções podem não ocorrer caso os novos paradigmas não derrubem o antigo ou ainda no caso do novo paradigma conviver com o antigo, sem que um elimine o outro, e ambos formarem uma matriz disciplinar.

Embora Lipovetsky não use o conceito de paradigma de Thomas Kuhn, este trabalho pretende estabelecer uma relação entre estes dois autores, uma vez que as grandes rupturas que o primeiro observa na história da moda, podem ser entendidas como mudanças de paradigmas, que estabelecem ou não revoluções científicas (Kuhn, 2003) que passaremos a chamar de revoluções de moda. Desta maneira, contemplaremos uma história da moda que implica transformações no vestuário, e, como linguagem que produz significação, retrata as transformações do comportamento feminino.

## **2.1 METODOLOGIA**

Partindo da hipótese deste trabalho, de que a moda é uma linguagem, uma vez que produz significação, e que retrata uma mudança de hábito dentro de um campo da sociedade, será necessária uma articulação dos conceitos mostrados anteriormente e uma adaptação destes ao campo da moda.

Lipovetsky aponta três grandes momentos da história da moda: a moda aristocrática, a moda de cem anos e a moda aberta. O período escolhido para análise é a moda de cem anos, pois nesse momento, temos a sistematização do campo da moda, e, dentro deste, o campo da alta costura. A moda aristocrática não era organizada em ciclos, desfiles e tendências, a moda aberta já não pressupõe mais o modelo da alta costura como ditador de estilos, possuindo focos criativos diversos. É o surgimento da alta costura, na França, que impõe uma dinâmica na moda jamais vista até então. Primeiro, a centralização da ditadura dos estilos na mão de um criador, ou costureiro, por meio de uma crença, geradora de um hábito, que definem um campo. Estes conceitos, retirados de Pierre Bourdieu (2003), contribuirão para um entendimento do que pretendemos apresentar, uma vez que a crença, tanto para Bourdieu quanto para Kuhn, é um dos elementos principais do paradigma, sendo que a comunidade científica na concepção do último autor, constitui-se no campo (espaço social) do primeiro autor.

Transportados estes conceitos para a história da moda, foram escolhidos cinco criadores que, num período de cem anos, estabeleceram revoluções. A primeira grande revolução dar-se-á com Charles F. Worth, fundador da alta costura e, a partir daí, a biografia e as imagens das criações de Worth, Paul Poiret, Gabrielle Chanel, Christian Dior e Yves Saint-Laurent, mostrarão uma série de revoluções, que resultarão na formação de uma matriz estilística (como será definido a seguir) que englobará a alta costura e o *prêt-à-porter*. Assim, pretendemos demonstrar que, através da moda, podemos ver as mudanças no comportamento feminino. Além de ser considerado o pai da alta costura e sistematizar a moda, como a temos nos moldes atuais, Charles Worth fundou a Câmara Sindical da Costura Parisiense, que fixou as regras<sup>14</sup> para os costureiros. A alta costura produz modelos exclusivos, únicos, e por isso

---

<sup>14</sup> Para ser um *haut couturier*, o estilista deve empregar, no mínimo, 20 costureiras, apresentar duas coleções ao ano em Paris, com, no mínimo, 75 modelos, que deverão ter sido executados à mão e sob medida.



difere-se do *prêt-à-porter*, uma vez que este é produzido industrialmente em grandes quantidades. Desta maneira, o campo é o espaço definido pelo *habitus* (Bourdieu, 2003), ou seja, uma crença ou um paradigma, que diferencia um campo de outro e o campo da moda, unificado a partir da criação da alta costura, é o espaço onde vive a comunidade da moda, que possui a crença no poder do costureiro.

A alta costura, portanto, é o campo que será analisado aqui, circunscrita a um período de aproximadamente cem anos, por meio das obras dos cinco criadores anteriormente citados. As revoluções passam, então, a serem entendidas como mudanças de paradigmas (crenças), onde estes são total ou parcialmente substituídos por novos paradigmas, como ocorre nas comunidades científicas descritas por Kuhn (2003), que, relacionadas aqui aos conceitos de Bourdieu, compõem o campo da moda. No entanto, se um paradigma novo não derruba o antigo ou ainda, se um novo paradigma convive com o paradigma antigo, sem derrubá-lo, teremos a formação, segundo Kuhn, de uma matriz disciplinar. Esta última possibilidade, adaptada para o campo da moda, será chamada de “matriz estilística”, ou seja, quando dois ou mais paradigmas convivem simultaneamente.

### 3 O INÍCIO DA MODA

Em seu livro *Enfeitada de sonhos*, Elizabeth Wilson<sup>15</sup> aponta que em todas as sociedades o corpo é “vestido”, e as roupas e os adornos têm um papel simbólico de comunicação e um papel estético. Além do pudor, a proteção e o adorno são razões para que o homem tenha começado a se vestir. James Laver<sup>16</sup> coloca que, após as folhas vegetais, o homem da pré-história passou a se cobrir de peles e, para estas, deu acabamentos que permitiram maior maciez e aderência ao longo dos tempos. Depois da descoberta do curtimento, as peles puderam ser cortadas e moldadas ao corpo, processo que foi facilitado pela invenção da agulha de mão. Da pré-história à Idade Média, o vestuário seguiu os princípios de cada cultura, quase estático durante muitos séculos, salvo pequenas modificações, que não denotavam o desejo pelo novo.

A moda, no sentido em que a imaginamos hoje, com seus movimentos bruscos e suas metamorfoses incessantes, não aparece antes do período que marca o fim da Idade Média e o início da Idade Moderna, no mundo ocidental. As sociedades anteriores a essa época conheciam mudanças em seus modos de vestir, pequenas inovações incorporadas de tempos em tempos, mas nada que se assemelhasse ao processo rápido de novidades que é a marca do sistema de moda. Por exemplo, podemos visualizar no Egito antigo, ou ainda na Antigüidade greco-romana, mudanças na indumentária que foram trazidas por meio de contatos com outras culturas. De acordo com Gilles Lipovetsky (1989), a legitimidade incontestada do legado ancestral e a valorização da continuidade social impuseram em toda parte a regra de imobilidade, a repetição dos modelos herdados do passado. Havia o gosto pelo enfeite, pelo luxo e pela

---

<sup>15</sup> WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos: moda e modernidade**. Lisboa: Edições 70, 1989.

<sup>16</sup> LAVER, James. **A Roupas e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ostentação, mas segundo o autor, ainda não era considerada atividade de moda<sup>17</sup>. A unidade individual não pôde afirmar uma relativa independência em relação às normas coletivas, logo, a fantasia particular não teve lugar. Segundo o autor:

Hiperconservadora, a sociedade primitiva impede o aparecimento da moda por ser esta inseparável de uma relativa desqualificação do passado: nada de moda sem prestígio e superioridade concedidos aos modelos novos e, ao mesmo tempo, sem uma certa depreciação da ordem antiga.<sup>18</sup>

Foi no século XIV que apareceu um vestuário inteiramente novo, diferenciado segundo os sexos, que substituiu a túnica usada por homens e mulheres durante milênios. Esta reestruturação das silhuetas ressaltou os atributos masculinos e femininos, contribuindo para a sexualização da aparência e tornando o traje não só símbolo hierárquico e signo de estatuto social, mas também instrumento de sedução<sup>19</sup>. A formação das monarquias e suas respectivas cortes, bem como o enriquecimento das cidades por meio das trocas comerciais são fatores que contribuíram para uma valorização exacerbada da aparência, que, conjugando mimetismo e individualismo, ou imitação e diferenciação, como coloca Dario Caldas<sup>20</sup>, impõem uma regra de conjunto, mas deixam espaço para a manifestação do gosto pessoal, algo impossibilitado no período anterior.

Não há sistema de moda senão quando o gosto pelas novidades se torna um princípio *constante* e regular, quando já não se identifica, precisamente, só com a curiosidade em relação às coisas exógenas, quando funciona como exigência cultural autônoma, relativamente independente das relações fortuitas com o exterior.<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> LIPOVETSKY, Gilles & ROUX, Elyette. **O Luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

<sup>18</sup> LIPOVETSKY, Gilles. op. cit. p. 27.

<sup>19</sup> LIPOVETSKY, Gilles. op. cit. p. 66.

<sup>20</sup> CALDAS, Dario. **Universo da moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999. p. 33.

<sup>21</sup> LIPOVETSKY, Gilles. op. cit. p. 29.

Assim, os fatores que propiciaram o surgimento da moda começaram a tomar forma a partir dos séculos XII e XIII. A moda se desenvolveu no ocidente devido aos seguintes fatores: no século XII iniciou o crescimento econômico agrícola, no século XIII, a expansão dirigida pelas cidades, com o enriquecimento de comerciantes e banqueiros. Mas o nascimento da moda não foi efeito direto da expansão econômica, pois mesmo nos tempos de peste, fome e miséria ela se mostrou forte: continuidade e exacerbação de uma tradição aristocrática de magnificência que a crise econômica não conseguiu destruir. Podemos destacar então: o desenvolvimento do comércio e dos bancos, que mostraram o surgimento das fortunas burguesas. Estes, por sua vez, buscaram se vestir como os nobres; trocas internacionais e renascimento urbano, corporações de ofício, dinamismo, novidades e divisões das técnicas especializadas de trabalho; emergência do indivíduo, pois as reviravoltas da moda são, antes de tudo, o efeito de novos valores sociais ligadas a uma nova posição e representação do indivíduo em relação ao conjunto coletivo, uma nova relação de si com os outros, bem como a exaltação dessa individualidade por meio das crônicas, diários, memórias, autobiografias, retratos e auto-retratos.

Além de todos os fatores mencionados – sociedade de corte, o status das classes aristocráticas, o desenvolvimento das cidades, houve outros fenômenos citados por Lipovetsky (1989) como a moral do prazer aristocrático, o aparecimento do “*homo frivolus*”: a moda é o prazer de agradar, de ver e ser visto; o amor cortês, que impôs a estética da sedução e levou à diferenciação das roupas a partir de 1350; e, acima de tudo, o novo olhar do homem sobre o mundo: as navegações, a perspectiva, o real, o profano, o dogma do deus-homem, a consciência da morte e conseqüentemente da vida.

O primeiro momento da moda, tal como o descreve Lipovetsky (1989), é denominado moda aristocrática, período onde as mudanças começam a se precipitar, e a dinâmica

social funciona pela distinção, com as classes inferiores imitando as classes superiores. Porém, a rivalidade de classes não explica esse movimento uma vez que a rapidez das mudanças nas classes superiores ocorre antes mesmo da difusão de determinado estilo entre as classes mais baixas. Portanto, a moda se constituiu não somente como um fenômeno de classes, mas pela penetração nas classes superiores dos novos ideais de personalidade singular. Considerada moda nacional, nesse período cada Estado possui as suas singularidades no modo de vestir, reforçando ainda mais a unidade política e cultural.

O esquema de distinção social que se impôs como a chave soberana da inteligibilidade da moda, tanto na esfera do vestuário como na dos objetos e da cultura moderna, é fundamentalmente incapaz de explicar o mais significativo: a lógica da inconstância, as grandes mutações organizacionais e estéticas da moda. (...) Ao contrário do imperialismo dos esquemas da luta simbólica das classes, mostramos que, na história da moda, foram os *valores e as significações culturais modernas*, dignificando em particular o *Novo* e a expressão da individualidade humana, que tornaram possíveis o nascimento e o estabelecimento do sistema da moda na Idade Média tardia; foram eles que contribuíram para desenhar, de maneira insuspeitada, as grandes etapas de seu caminho histórico.<sup>22</sup>

Do século XIV ao século XIX a aparência tem teor nacional e forte poder político, os artesãos costureiros reproduzem as vestimentas ditadas nas cortes principescas. O capricho e o artifício são usados em desmedida para as roupas de ambos os sexos, mas principalmente para a masculina. A moda é usada como instrumento de representação e afirmação social da elite por meio de sofisticações teatrais, nesse período, ela é extremamente individualizada.

Até a metade do século XIX, o universo do luxo funciona segundo um modelo de tipo aristocrático e artesanal. Se, desde a Renascença, os artistas ganharam a glória, em compensação os artesãos, em sua maioria, são desconhecidos, sem prestígio. O cliente é patrão, o artesão executa na sombra. Enquanto o valor do trabalho parece reduzido em comparação ao valor do material utilizado, a iniciativa cabe ao senhor ou ao grande burguês que passa a encomenda. Fabricação de peças únicas, primazia

---

<sup>22</sup> LIPOVETSKY, Gilles. op. cit. p. 11.

da demanda do cliente, situação subalterna e anônima do artesão, assim é o sistema que prevalece nos tempos pré-democráticos.<sup>23</sup>

### 3.1 O SÉCULO XVIII

Os últimos vinte anos do século XVII anteciparam o que seria a moda do século seguinte, baseada no grande prestígio da corte de Versalhes. Na indumentária masculina, a peruca teve grande importância até a Revolução Francesa. Havia vários tipos delas, entre as quais a dos soldados, leve e presa com laços na nuca. Ao longo do século, esse adorno foi reduzido até ficar limitado a alguns encaracolados do lado do rosto e a uma trança.

Com Luís XV, os trajes femininos tornaram-se mais soltos e vaporosos; os vestidos tinham pregas nas costas que caíam até o chão. Os componentes básicos eram corpetes e saias, eventualmente abertas na parte dianteira, deixando entrever as anáguas, ricamente decoradas. O corpete podia também ser aberto, mostrando uma peça de tecido bordada, com laços e rendas. As mangas chegavam até o cotovelo, muitas vezes arrematadas com enfeites.

O traje masculino conservou por várias décadas a estrutura do século anterior. A casaca tornou-se mais comprida e com mais aberturas e as mangas se estreitaram. Sob a casaca, vestia-se um colete bordado, confeccionado em tecido diferente. Os calções chegavam até os joelhos e o traje se completava com um chapéu de três bicos. A influência britânica trouxe um tipo de traje masculino mais leve e informal. A simplificação do vestuário evidenciou o gosto neoclássico.

---

<sup>23</sup> LIPOVETSKY, Gilles & ROUX, Elyette. op. cit. p 42.

Com Luís XVI, a moda feminina é realçada pelo estilo de Maria Antonieta, rainha da França, que morreu em 1793, durante a Revolução. Rose Bertin era sua modista preferida, e seus modelos, juntamente com os acessórios, contribuíram para criar o estilo que foi copiado pelas mulheres da corte.<sup>24</sup>

Durante a Revolução Francesa<sup>25</sup> houve uma modificação marcante no vestuário, uma vez que este passa a ter significado político e a simplicidade denotava prova de patriotismo. Todos os adornos aristocratas, que remetiam ao Antigo Regime, foram suprimidos para dar lugar às cores da bandeira francesa e aos valores greco-romanos, com as mulheres se vestindo como estátuas gregas. O estilo império, adotado na França, passa a ser seguido na Inglaterra, ao contrário do traje masculino dos franceses, que busca inspiração no traje de campo inglês. Este estilo das roupas femininas permanece em voga durante a primeira parte do século XIX, quando os espartilhos retornaram. Segundo J. C. Flügel, citado por John Harvey:

Não é surpresa...que a magnificência e o refinamento das vestimentas, que tão bem expressavam os ideais do *Ancien Régime*, fossem considerados incompatíveis com as novas tendências sociais e com as aspirações que animavam o espírito revolucionário.<sup>26</sup>

No século XIX, com o apogeu da sociedade burguesa e do narcisismo individualista, a moda masculina tornou-se mais discreta e sóbria, havendo uma exaltação da moda feminina, que passa a ostentar todos os adornos que antes eram privilégios do sexo masculino. Além do estilo império, o romantismo, o vitoriano e a *Belle Époque*, marcaram os modelos das roupas femininas durante o século XIX. O vestuário masculino viu o aparecimento do dândi, figura que foi de encontro à moda clássica e sóbria da burguesia e criou um estilo de

---

<sup>24</sup> GOETZ, Adrien. **Le Style Marie-Antoinette**. Paris: Éditions Assouline, 2005.

<sup>25</sup> Sobre Moda e Revolução Francesa ver: HUNT, Lynn. Revolução francesa e vida privada. In: DUBY, Georges; ARIÈS, Philippe. (org.). **História da vida privada**. Vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

vida único, requintado, que foi imortalizado por Beau Brummel<sup>27</sup>, o primeiro dândi, e Charles Baudelaire, que os descreveu em *O Pintor da vida moderna*<sup>28</sup>, como “seres que não têm outra condição que não seja cultivar a idéia do belo na sua pessoa, satisfazer suas paixões, sentir e pensar”. A partir da metade do século XIX, a moda aristocrática dá lugar à chamada “moda de cem anos”, com o surgimento da alta costura, centralizada no criador de moda.

Tudo oscila com a modernidade. Nada ilustra melhor a nova lógica que se impõe do que o surgimento da alta costura. (...) A ruptura com o passado é clara. Enquanto os modelos são criados fora de toda procura particular, o grande costureiro aparece como um criador livre e independente. (...) A idade moderna do luxo vê triunfar o costureiro liberto de sua antiga subordinação à clientela e afirma seu novo poder de dirigir a moda.<sup>29</sup>

### 3.2 PARIS E A ALTA COSTURA

De acordo com Palmer White (1990), a França assumiu seu papel “internacional na moda” quando Luis XIV e Colbert, filho de um fabricante de tecidos, estimularam as indústrias têxteis. “A moda é para a França o que as minas de ouro do Peru são para a Espanha”, declarou orgulhosamente o ministro, logo depois.<sup>30</sup> Após o reinado de Luís XIV e sua corte luxuosa e extravagante, a França não parou de lançar moda. No século XVIII, já era considerada como líder mundial da moda feminina, reputação que se consolidou no período seguinte (Fig. 01, p. 33) A primazia de Paris, em matéria de moda, sobreviveu ao século XVIII e à Re-

---

<sup>26</sup> FLÜGEL, J. C. ap. HARVEY, John. **Homens de preto**. São Paulo: UNESP, 2003. p. 35.

<sup>27</sup> Embora este estudo se concentre na moda feminina, o estilo dos dândis pode ser visto como um novo paradigma introduzido na moda masculina no século XIX.

<sup>28</sup> BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1997. p. 48.

<sup>29</sup> LIPOVETSKY, Gilles & ROUX, Elyette. op. cit. p 43.



volução, continuou a se afirmar nos séculos XIX e XX (Fig. 02, p. 33), com o nascimento da alta costura, e teve sucesso quando os alemães, em 1940, tentaram transferir a sede de sua Câmara Sindical para Berlim e Viena<sup>31</sup>.

Nascida em Paris no século XIX, a alta costura veio reforçar esta supremacia e é, ainda hoje, uma especialidade francesa, mas também aberta a diversos talentos estrangeiros. Os anos que caracterizam o período áureo da alta costura, denominado por Gilles Lipovetsky<sup>32</sup> como “moda de cem anos”, vão de 1858 à 1960, designam essencialmente a moda feminina e foram marcados por criadores que, acima de tudo, eram considerados verdadeiros artistas e dialogavam constantemente com os movimentos estéticos de sua época, a exemplo de Coco Chanel e a *Bauhaus*. De Charles Worth a Yves Saint-Laurent, os grandes costureiros revolucionaram a silhueta da mulher ao longo do século XX, por meio de propostas que iam ao encontro das mudanças no comportamento feminino.

Com a criação da alta costura e, posteriormente, da Câmara Sindical da Costura Parisiense, foram estabelecidos os critérios que transformariam um simples costureiro em um criador de moda. Além disso, Charles Worth sistematizou o processo de lançamento das coleções, apresentando seus modelos em desfiles exclusivos para suas clientes com as chamadas “sósias”, precursoras das manequins, portando as roupas. Desta maneira, Worth criou o calendário bianual de lançamentos de moda, existente até hoje. Ele acreditava que assim suas clientes poderiam se imaginar na roupa apresentada e, como novas tendências e formas eram mostradas a cada estação, o consumo seria garantido. Ainda segundo Lipovetsky (1989:72):

---

<sup>30</sup> WHITE, Palmer. **Poiret: o destino de um grande costureiro**. São Paulo: Globo, 1990. p. 67.

<sup>31</sup> Graças a Lucien Lelong, então presidente da Câmara Sindical da Costura Parisiense, os alemães renunciaram a esse projeto. Lelong, numa missão a Berlim em 1940, afirmou que se a mão-de-obra francesa fosse retirada de seu país de origem, ela nada iria produzir. Ver VEILLON, Dominique. **Moda & guerra: um retrato da França ocupada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004.

“Sob a iniciativa de Worth, a moda chega à era moderna; tornou-se uma empresa de criação mas também de espetáculo publicitário.”

Sobre a gênese da alta costura, o autor ressalta que ela está atrelada ao culto moderno da individualidade, não podendo sua origem ser explicada somente como resultado da busca de distinção social, mas sim numa análise profunda dos fatos históricos que mostram uma nova organização burocrático-artística, resultante da transformação da ordem social e jurídica do Antigo Regime no final do século XVIII.

Que as criações da alta costura tenham servido de emblema de classe, que tenham sido adotadas em uníssono, não muda nada o fato de que ela não pôde instituir-se senão sustentada pela ideologia individualista moderna que, reconhecendo a unidade social como valor quase absoluto, teve como repercussões gostos mais acentuados para a originalidade, o não-conformismo, a fantasia, a personalidade incomparável, a excentricidade, o conforto, a exibição do corpo.<sup>33</sup>

### 3.3 CHARLES FREDERICK WORTH

JoAnne Olian (1982) caracteriza o Segundo Império, época que vai de 1852 a 1870, sob o reinado de Napoleão III, como a “época de Worth”. Nascido no ano de 1825, na Inglaterra, Charles Fredrick Worth foi para Paris em 1845 após alguns trabalhos em Londres. Na época, era conferido muito mais prestígio aos vendedores de tecidos do que aos costureiros e alfaiates, que não executavam nada além dos desejos de seus clientes. Após uma experiência na *Maison Gagelin*, Worth decidiu criar seus próprios modelos, apesar das críticas que recebeu de que esse tipo de negócio não daria certo. Depois de ter seu talento descoberto pelas

---

<sup>32</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 69

<sup>33</sup> LIPOVETSKY, Gilles. op. cit., p. 104

damas da corte de Napoleão III, e ser intitulado “o tirano da moda” pela própria Imperatriz Eugênia, Worth abriu um empreendimento juntamente com Otto Bobergh, intitulado *Worth & Bobergh*, no número 7 da *Rue de la Paix*, onde passou a atender as mulheres elegantes dos dois lados do Atlântico, que seguiam seus conselhos de moda religiosamente. De acordo com Olian (1982) o poder de Worth estendia-se, inclusive, à Imperatriz Eugênia, que até seu exílio na Inglaterra após a queda do Império em 1870, foi uma de suas clientes mais fiéis e referência em matéria de moda.<sup>34</sup>

Após a guerra franco-prussiana, o sócio de Worth, Otto Bobergh, retornou para a Suécia e a casa reabriu em junho de 1871 apenas com o nome *Worth* em suas portas. A maior parte das damas da corte de Napoleão, suas melhores clientes, que não podiam usar seus vestidos mais do que uma vez, haviam partido. Este espaço foi preenchido por clientes estrangeiras, principalmente americanas. Com o aumento da clientela, o negócio de Worth cresceu e em 1871 ele já empregava 1.200 funcionários em sua *Maison*.

Rodeado pelas mais ricas mulheres da Europa e da América, Worth dava-se ao luxo de escolher suas clientes, rejeitando aquelas que não considerava adequadas, independentemente de suas posses. Um verdadeiro déspota da moda, conforme coloca a revista *Happer's Bazar*<sup>35</sup>, pois na época em que as mulheres da elite não tinham mais nada para se ocupar do que com a sociedade e as roupas que usariam em determinadas ocasiões, a união da genialidade com a arrogância trouxe para Worth o papel de um monarca supremo, que, literalmente, deu forma à moda durante meio século. Ele soube como ninguém tirar proveito do contexto de sua época para construir seu negócio. Com uma visão privilegiada, aproveitou o luxo

---

<sup>34</sup> IWAGAMI, Miki. XIXe siècle. In: **La Mode: du XVIIIe au XXe siècle**. Kyoto Costume Institute.

<sup>35</sup> OLIAN, JoAnne. **The House of Worth: the gilded age 1860 – 1918**. New York: Museum of the city of New York, 1982. p.7.

do Segundo Império na França, bem como o crescimento econômico dos Estados Unidos a partir da segunda metade do século XIX para se consolidar como o maior criador de moda de todos os tempos. Sobre as americanas, Worth dizia que “eram as melhores clientes que ele possuía – muito melhor que rainhas. *Elas* perguntam o preço; as americanas nunca fazem isso. Elas simplesmente dizem ‘dê-me o melhor, o mais bonito, o mais *fashion* vestido de gala.”<sup>36</sup>

Em *Women of New York*, George Ellington escreveu:

A elite não deve usar o mesmo vestido duas vezes. Se você nos disser quantas recepções ela tem em um ano, quantos casamentos ela frequenta, de quantos bailes ela participa, quantos jantares ela dá, quantas festas ela vai, quantas óperas e teatros ela patrocina, nós podemos chegar a uma aproximação do preço e tamanho do seu guarda-roupa. Não é irracional supor que ela tem dois vestidos novos de algum tipo para cada dia do ano, ou setecentos e vinte.<sup>37</sup>

Worth foi inovador por excelência e consolidou seu império em bases firmes, sendo considerado o responsável tanto pelo uso da crinolina quanto por sua subsequente extinção. E, para entender o papel que este costureiro desempenhou, é preciso lembrar a importância do vestuário para as mulheres e suas aspirações sociais na segunda metade do século XIX. A silhueta em “S”<sup>38</sup>, característica da *Belle Époque* (Fig. 03, página seguinte), que começa no fim do século XIX e vai até o início da Primeira Guerra Mundial, é uma das marcas de Charles Worth, pois realça os atributos femininos numa época em que os valores burgueses mostraram homens despidos de qualquer ornamento considerado demasiadamente aristocrata, como laços e fitas, e passaram a se vestir de maneira mais sóbria, deixando às mulheres tudo o que era considerado supérfluo, como enfeites, jóias em demasia e tecidos mais elaborados. Às

---

<sup>36</sup> OLIAN, JoAnne. op. cit. p.5.

<sup>37</sup> OLIAN, JoAnne. op. cit. p.6.

<sup>38</sup> A silhueta em “S”, cujos três imperativos são a cintura ultrafina, busto generoso projetado para frente e ancas proeminentes, evoca as linhas flexíveis e orgânicas do movimento *Art Nouveau* (Fig. 04, página seguinte). A originalidade deste novo estilo se exprime nas artes decorativas, em particular nos acessórios e jóias femininos.

mulheres, coube a tarefa do enfeite, pois a participação mais ativa na vida social exigiu uma reelaboração da aparência, que deveria denotar ou aquilo que seu marido possuía ou aquilo que um futuro marido poderia querer. Os espartilhos, as luvas e as ancas (Fig. 05, página seguinte) tornaram-se, então, acessórios indispensáveis para a mulher elegante dos anos 1800.<sup>39</sup>

Além de dar início à Alta Costura, Charles Worth introduziu modificações na moda que redefiniram seu papel ao longo do século XX. Os desfiles, as sósias, que eram manequins parecidas com as clientes, a divisão do calendário de apresentação das coleções em duas estações por ano, a estruturação de uma *Maison* e da *griffe*, além do papel do costureiro como um artista criador e não mais um mero executor dos desejos das clientes, são ainda hoje os fundamentos da indústria da moda.

Charles Worth morreu em 1895, quando seu monopólio começava a abrir espaço para outros nomes como Doucet e Paquin<sup>40</sup>. Seu trabalho foi continuado por seus filhos e a *Maison* fechou suas portas somente em 1956. Contudo, desde o período anterior à Primeira Guerra Mundial, quando Paul Poiret, outro grande nome da alta costura, começa a mostrar suas criações inspiradas no Oriente, a *Maison* Worth já apresenta sinais de fraqueza. Os anos de ouro e riqueza do século XIX estavam perdidos na sombra da guerra que assolaria o mundo no século XX e as jovens do início deste século não queriam se parecer com suas mães, optando pelos vestidos desestruturados e sem espartilhos de Poiret, que descreveu a *Rue de la*

---

<sup>39</sup> Sobre a elaboração da aparência feminina e sedução no século XIX, ver SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das roupas: a moda no século dezanove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

<sup>40</sup> Sucessor de Worth, Jacques Doucet criou figurinos para Sarah Bernhardt e Cécile Sorel, era um grande colecionador de obras de arte e foi o mestre de Paul Poiret. Jeanne Paquin fundou, em 1891, a primeira *Maison* subordinada a uma mulher e exerceu influência considerável, sobretudo por meio de suas colaborações com desenhistas e arquitetos.

*Paix* como “um lugar de encontro internacional, o centro do bom gosto universal, um templo dedicado ao culto da beleza”.<sup>41</sup>

A alta costura, iniciada por Worth, ditaria os rumos da moda por quase um século. Seus seguidores mais ilustres, como Paul Poiret, Gabrielle Chanel, Elsa Schiaparelli e Christian Dior, influenciariam a moda de todo o Ocidente até o início da década de 60, quando a geração jovem opta por uma moda mais acessível e moderna: o *prêt-à-porter*.

### 3.4 PAUL POIRET

Nascido em 1879, em Paris, Alexandre Paul Poiret iniciou sua carreira aos dezanove anos, como assistente de Jacques Doucet, no número 21 da *Rue de la Paix*, onde era encarregado da criação e execução dos *tailleurs*. Na *Maison Doucet* criou figurinos (Fig. 06, p. 42) para Réjane e Sarah Bernhardt, e foi esta que exigiu, após um incidente no ensaio de uma de suas peças, que Jacques o demitisse.<sup>42</sup> Após o serviço militar, Poiret foi chamado por Gaston, filho de Charles Worth, que comandava a *Maison* juntamente com seu irmão Jean, após o falecimento de seu pai. Sua intenção era criar peças mais práticas, que atendessem aos anseios do novo século, e para isso, convidou Paul Poiret, após comprar alguns de seus desenhos. As criações de Poiret, que foi o primeiro costureiro a abraçar o estilo *Art Deco*<sup>43</sup>, iam de encontro ao estilo imortalizado por Worth durante o século XIX, e logo ele deixou a casa para

---

<sup>41</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 35.

<sup>42</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 45.

<sup>43</sup> O termo *Art Deco*, associado à *l'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes* de Paris, em 1925, foi empregado pela primeira vez em 1968, por Bevis Hillier. Identifica uma estética em voga entre 1909 e 1939, adotada na arquitetura, nas artes decorativas, no design têxtil e na moda. Influenciou também as artes plásticas, o cinema e a fotografia. Ver LUSSIER, Susanne. **Art deco fashion**. London: V&A Publications, 2003.

abrir seu próprio atelier de costura financiado por sua mãe Louise, após a morte de seu pai, Auguste Poiret.

O local encontrado por Poiret foi o número 5 da *Rue Auber*, esquina da *Rue Scribe*, onde abriu seu negócio no dia 1º de setembro de 1903. Seu grande desafio foi atrair as clientes que estavam acostumadas tão somente a comprar suas roupas na *Rue de la Paix*. Mas, embora suas vitrines fizessem sucesso e suscitassem comentários nos jantares parisienses, seu salão de provas continuava vazio. Foi quando Réjane<sup>44</sup>, a atriz francesa para quem ele havia criado um mantô quando ainda era assistente de Doucet, foi até sua loja e pediu que ele desenvolvesse para ela uma roupa que a ajudasse a conseguir o apoio da imprensa em relação a seu divórcio. O vestido de sarja azul, que levou o nome da atriz, foi desenvolvido por Poiret nos dezoito meses seguintes, em várias cores. Dois anos após sua inauguração, a casa mudou novamente de endereço e, apesar de ter sido advertido de que as mulheres elegantes não frequentariam este ambiente, transferiu-se para o número 37 da *Rue Pasquier*, próximo da estação *Saint-Lazare*. Ao mesmo tempo, noivou com Denise Boulet (Fig. 07, p.42), e “fez da jovem provinciana um novo modelo de beleza, que determinou a silhueta da mulher do século XX”.<sup>45</sup> Casaram-se no dia 5 de outubro de 1905 e a primeira filha do casal, Rosine, que, posteriormente daria nome ao primeiro perfume da *griffe*, nasceu em outubro de 1906.

Certa vez Paul Poiret afirmou que “libertou as mulheres dos espartilhos”<sup>46</sup>, mas aprisionou-as em saias entravadas que dificultavam seu caminhar. Segundo ele:

Era ainda a época do espartilho. Declarei-lhe guerra. Esse espartilho dividia (as mulheres) em dois blocos distintos: de um lado, o pescoço, o colo, os seios; de ou-

---

<sup>44</sup> A atriz parisiense interpretou diversas peças de sucesso e dirigiu o *Théâtre Réjane* de 1906 a 1918. Foi uma das inspiradoras de Jacques Doucet.

<sup>45</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 63.

<sup>46</sup> OLIAN, JoAnne. op. cit. p.11.

tro, o traseiro todo, de modo que as mulheres, divididas em dois lóbulos, pareciam estar puxando um reboque.<sup>47</sup>

Conforme Palmer White (1990), Poiret lançou três ofensivas principais sobre o que considerava um instrumento de tortura. A primeira, de acordo com os arquivos da própria Madame Poiret: “foi em nome da liberdade que realizei a primeira revolução, atacando deliberadamente o espartilho” e substituindo-o por uma cinta, que era mais leve e flexível. A segunda ofensiva foi deslocar o ponto de apoio da cintura para os ombros e a terceira, por fim, foi a construção de uma silhueta totalmente nova. Ainda de acordo com White (1990), a verdadeira originalidade de Poiret surgiu ao vestir sua mulher, cujo porte e beleza o inspiravam.

Ao vestir Madame Poiret, dedico-me a suprimir, não a acrescentar. Tenho a convicção de que toda mulher deveria buscar esta simplicidade como procura a saúde, a inteligência, a pureza intelectual e moral, a honestidade e as outras qualidades que a tornam admirável.<sup>48</sup>

Contrário à silhueta em “S”, glorificada por seu antecessor e que aprisionava o corpo feminino, para Poiret, vestir uma mulher significava não cobri-la de enfeites, mas sim, sublinhar os encantos de seu corpo. Contudo, era preciso coragem para usar os modelos do costureiro no início do século XX, pois eram considerados verdadeiros escândalos. Nesse momento, as ilustrações de Paul Iribe<sup>49</sup> no jornal *Le Témoin* chamaram a atenção de Poiret, que o convidou para um de seus desfiles. O álbum intitulado *Les robes de Paul Poiret racontées par Paul Iribe* (Figs. 08 e 09, página seguinte) divulgou as propostas do criador às melhores clientes e a todas as cabeças coroadas da Europa.<sup>50</sup>

---

<sup>47</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 71.

<sup>48</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 75.

<sup>49</sup> Paul Iribe e Georges Lepape, que em 1911 assinou *Les Choses de Paul Poiret vues par Georges Lepape*, marcaram a época de ouro da ilustração de moda, mostrando uma nova relação entre o designer e o ilustrador, onde este interpretava as idéias daquele.

<sup>50</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 83.



Quando apresentou seus modelos na Inglaterra, em 1908, Poiret disse à Lady Armstrong, que considerou ridículos os estilos atuais: “Madame, se a senhora deseja ver roupas fora de moda, continue a freqüentar as casas inglesas. Quando um costureiro parisiense apresenta vestidos, ele propõe estilos novos e não ultrapassados”.<sup>51</sup>

Em uma declaração à revista Vogue, em 1913, Poiret afirmou: “não imponho à moda minha vontade, ainda menos meus caprichos. Sou apenas o primeiro a adivinhar o desejo secreto das mulheres, e contento-me em responder por antecipação”.<sup>52</sup> O *Ballets russes*, que se apresentou em Paris no ano de 1909<sup>53</sup> foi uma das grandes inspirações de Paul Poiret (Fig. 10, p. 46). Antes da apresentação do balé, Paul e Denise haviam se encantado com uma coleção de turbantes indianos que viram em Londres. Os turbantes vistos no espetáculo, as cores fortes e estampas diferenciadas, bem como os adereços e formas das roupas deram um novo impulso à moda. Novas proporções, que propunham uma silhueta onde havia mais espaço entre o corpo e roupa<sup>54</sup>, de acordo com a filosofia oriental, redesenharam o contorno feminino que ultrapassou, definitivamente, a forma em “S” (Fig. 11, página seguinte).

Com o crescimento de seu negócio, Poiret novamente mudou de endereço, dessa vez para os números 107 e 109 na *Rue du Faubourg Saint-Honoré*, uma mansão onde edificou seu novo atelier e passou também a morar com sua família. A redecação foi feita com a

---

<sup>51</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 85.

<sup>52</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 73.

<sup>53</sup> As encenações impressionantes e barrocas do fundador do *Ballets Russes*, Sergei Diaghilev trazem o orientalismo à voga, influenciando profundamente as artes e a moda, assim como todo o estilo de vida da década. Ver SEELING, Charlotte. **Moda: o século dos estilistas**. Colônia: Könemann, 1999.

<sup>54</sup> Segundo Ricard, os trajes ocidentais deixam muito espaço entre o corpo e a roupa. Já nos trajes orientais é fundamental a ampliação do tecido. Ver VINCENT-RICARD, Françoise. **As Espirais da moda**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

ajuda de Louis Sue, segundo os princípios da *Art Déco*. Em 1912, Poiret, Lanvin<sup>55</sup>, Doucet, Paquin, Vionnet<sup>56</sup> e Worth, uniram-se a Lucien Vogel para fundar a *Gazette du Bon Ton* (Figs. 12, 13 e 14, p.47), revista em cores que, até 1925, influenciou o gosto da época e transformou o espírito da moda. Com as inspirações orientais e diálogo corrente com movimentos artísticos do início do século XX, a exemplo dos tecidos pintados por Raoul Dufy, a silhueta proposta por Paul Poiret marcou os anos anteriores à Primeira Guerra Mundial.

A arte consiste em criar uma nova forma de linguagem, que permite exprimir de uma nova maneira o que os homens sentem desde tempos imemoriais. Um costureiro tem tantas linguagens quanto o número de tecidos de que dispõe para cantar a beleza da mulher.<sup>57</sup>

A *jupe entravée*, ou saia entravada, foi lançada por Poiret na coleção de verão de 1910. Segundo White (1990:108), Poiret fazia com que as mulheres usassem o que ele queria. “Ele as liberara: agradava-lhe agora escravizá-las”. Toda a polêmica em torno da saia que limitava o andar das mulheres e dava mais forma ao seu corpo fez com que sua *Maison* atraísse cada vez mais clientes, que disputavam seus modelos.

Foi Paul Poiret que determinou que era hora das mulheres combinarem seu perfume com sua personalidade ao lançar *Rosine*. Foi o primeiro costureiro a produzir perfumes, lançando duas ou três novas fragrâncias por ano, geralmente relacionadas com os acontecimentos da atualidade, e logo expandiu o negócio para sabonetes, cosméticos e águas de colô-

---

<sup>55</sup> Jeanne Lanvin, que iniciou seu trabalho desenvolvendo roupas para sua filha, entrou para o Sindicato de costura em 1909 e foi vice-presidente do *pavillon de l'Élegance* da exposição internacional das Artes Decorativas em 1925. Nessa época, seu ateliê contava com 800 funcionários e 300 modelos eram apresentados a cada coleção. O emblema de sua *Maison*, utilizado no frasco do perfume *Arpège*, em 1927, foi criado por Paul Iribe, que estilizou uma foto de Jeanne com sua filha Marie-Blanche. Ver: BARILLÉ, Elisabeth. **Lanvin**. Paris: Éditions Assouline, 1997.

<sup>56</sup> Precursora do corte enviesado na alta costura, Madeleine Vionnet deu ao corpo feminino maior liberdade de movimentos e marcou a moda dos anos 20 e da década seguinte, com vestidos que evidenciavam as curvas femininas.

<sup>57</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p.105.

nia e oferecia tudo como “jóias de luxo”, como declarou Lucien François em 1948.<sup>58</sup> Mais tarde, Poiret inaugurou a Escola *Martine*, nome de sua segunda filha, para jovens dotadas de talentos artísticos que não possuíam condições de estudar. A escola deu origem a *Casa Martine*, loja que vendia os produtos para o lar, como móveis, tapetes e porcelanas, desenvolvidos pelas estudantes.

Após a *jupe entravée*, Poiret lançou, em 1921, a saia-calça, que se tornou um sucesso após Cécile Sorel ter usado um dos modelos em uma recepção. Assim como Cécile, outras atrizes da época desfilavam os modelos do criador em Paris, Londres e Nova York. E, além de se ocupar dos figurinos, Poiret passou também a se interessar pela criação de cenários, sempre espetaculares como suas roupas. Suas festas e jantares eram também acontecimentos grandiosos, com temas que podiam ser tanto o Oriente como o reinado de Luis XIV. Era um apreciador, incentivador e colecionador de arte e seu império constituía-se da *Maison* de Alta Costura, a perfumaria *Rosine*, a *Casa Martine*, além de imóveis, carros, esculturas e quadros de seus artistas prediletos. Realizou turnês por cidades estrangeiras e foi o primeiro estilista francês a se lançar na América. Seu apogeu aconteceu em 1913, dez anos depois de ter aberto sua primeira casa de costura na *Rue Auber*.

Segundo White (1990), Poiret era tão magnífico em seus erros como em seus acertos. Após a morte de seu contador Émile Rousseau, que controlava suas despesas, gastou em excesso em suas coleções, quadros, festas e amantes. Com o início da Primeira Guerra, em 1914, a casa de costura foi fechada e Poiret se apresentou para o serviço militar. Os anos seguintes fizeram com que, aos poucos, fosse perdendo sua fortuna, hipotecando e vendendo imóveis e fechando alguns de seus estabelecimentos comerciais. Após a Guerra, houve uma

---

<sup>58</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 115.

tentativa de se reerguer, porém, os tempos eram outros. Aqueles que permaneceram com suas *Maisons* abertas durante a guerra – Lanvin, Vionnet, Doucet e Worth, levaram parte de sua clientela. A forma que distinguiu o trabalho de Poiret já não era mais desejada pelas mulheres da época, e seu primeiro desfile após cinco anos, em 1919, que lembrava a mesma silhueta de antes, dividiu opiniões. Por meio da independência adquirida nos quatro anos de guerra, as mulheres procuravam roupas mais práticas e confortáveis, propostas pelos novos criadores como Patou<sup>59</sup>, Lelong<sup>60</sup> e Chanel (Figs. 15, 16 e 17, página seguinte). Essas novas correntes rejeitavam Poiret.

De acordo com uma declaração de Poiret à revista *Haper's Bazaar*, em maio de 1914:

As modas nunca são criadas: desenvolvem-se. Estão no ar. Poderosas correntes de idéias parecem exigir imperiosamente certas modas, certas concepções, em determinadas épocas, e correntes tão poderosas se desviam delas necessariamente em outras épocas.<sup>61</sup>

Com o agravamento da crise, em 1925 Paul Poiret vendeu sua casa de costura, e no ano seguinte separou-se da mulher, Denise, com quem teve 5 filhos. Em 1929, a bolsa de Nova York quebrou e a perda brusca da clientela americana levou a Poiret *Rond-Point* a fechar suas portas. Após perder tudo o que tinha, conseguiu um financiamento de um fabricante de seda e abriu, em 1931, uma nova casa de costura chamada *Passy 10-17*, que fracassou depois de duas coleções.

---

<sup>59</sup> Conhecido pela simplicidade de suas linhas, Jean Patou criou uma moda em sintonia com o estilo *Art Déco*, cuja grande divulgadora foi a tenista Suzanne Lenglen. Foi o primeiro costureiro a divulgar o estilo *sportswear*, que teve um papel decisivo na modernização e simplificação da moda, e foi imortalizado por Chanel.

<sup>60</sup> Lucien Lelong era diretor artístico de uma *maison* por onde passaram Pierre Balmain, Christian Dior, Hubert de Givenchy, entre outros. Foi presidente da Câmara Sindical da Costura Parisiense e representou a alta costura francesa em diversas missões oficiais.

<sup>61</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 211.

Foi o convite de Pierre Laguionie que reacendeu o nome Poiret ao colocá-lo para desenvolver coleções para o *Grand Magasin du Printemps*. Porém, o sucesso durou apenas três coleções, e Poiret se viu, mais uma vez, desempregado, passando a contar com a ajuda de amigos para sobreviver. Entre outras atividades às quais se dedicou, uma delas foi a pintura. Seus quadros ganharam uma exposição em 1944, com prefácio de Jean Cocteau:

A moda é uma estranha religião que transforma seus ritos, mas conserva uma linha profunda. Paul Poiret era um de seus sacerdotes. Ele inventava, ele inventa sempre. Ele procurava, ele encontra sempre. E eis sua mais recente encarnação – é pintor. Olhem-no. Dir-se-ia o capitão de um navio fantasma a pintar em meio a uma tempestade. Nas veias de sua cidade, Paul Poiret injeta um sangue de todas as cores.<sup>62</sup>

Paul Poiret foi internado pouco tempo depois de sua exposição e morreu no dia 1º de maio de 1944. Ainda em meio à Segunda Guerra, o costureiro de personalidade excêntrica, conhecido não só por ter revolucionado a moda, mas também pelas fabulosas festas e jantares que dava em seus palacetes, construiu um império que incluiu roupas, perfumes, escola de artes e loja de decoração de interiores, servindo de modelo e inspiração para a geração de criadores que viria a seguir.

### 3.5 GABRIELLE “COCO” CHANEL

Formas tubulares, saias mais curtas que permitiam um vislumbre das pernas femininas, inédito até então, e cores fortes como o vermelho, mostraram que era possível criar moda sem estruturas de apoio como os espartilhos e as anquinhas, que já estavam ultrapassados. Esse foi um dos grandes desafios dos criadores de moda do início do século XX: como

---

<sup>62</sup> WHITE, Palmer. op. cit. p. 272.

criar moda sem armações? Além de Paul Poiret, Mariano Fortuny<sup>63</sup> e Madelleine Vionnet (Figs. 18 e 19, página seguinte), responderam a essa pergunta trabalhando de maneira inédita com a matéria prima. Novos recortes, tecidos plissados, enviesados, admitiram novas formas nas roupas, que foram ao encontro dos novos desejos e necessidades femininos.

Gabrielle Chanel não foi a primeira mulher a ter destaque na moda. Antes dela Jeanne Lanvin e Madeleine Vionnet já tinham conquistado lugar junto aos grandes criadores do século XX. Ela, porém, foi a figura feminina que não somente desenvolveu um estilo reconhecido até hoje, mas também influenciou o comportamento das mulheres durante várias décadas. Sua biografia mostra uma órfã criada num convento, que se transformou em cantora de cabaré para posteriormente ingressar no mundo da moda, com uma loja de chapéus.

Chanel nasceu em Saumur, na França, em 19 de agosto de 1883. Perdeu a mãe aos 12 anos e foi mandada pelo pai, junto com suas irmãs, para um orfanato religioso, onde aprendeu a costurar. Quando saiu do orfanato, Chanel trabalhou numa loja de tecidos durante o dia e, à noite, apresentava-se no Grand Café, cantando *Qui qu'a vu Coco?* O sucesso entre os jovens militares e aristocratas que freqüentavam o café fez com que recebesse o apelido de Coco, embora afirmasse que o pai foi o primeiro a chamá-la assim.

Encontrou Etienne Balsan em 1909, com quem freqüentou a alta burguesia francesa. Jovem oficial da cavalaria, herdeiro de uma tecelagem e colecionador de belas mulheres, ele a convidou para viver em Royallieu, sua propriedade rural, onde criava cavalos de raça. Já conhecida como Coco, Gabrielle chamava a atenção por seus trajes despojados e calças de montaria, e sua simplicidade contrastava com o vestuário das senhoras elegantes da época, ainda adeptas da silhueta em “S”. Seus chapéus também fizeram sucesso e, após confeccionar

---

<sup>63</sup> Nascido em Granada, na Espanha, Mariano Fortuny y Mandrazo logo se fixou em Veneza. Concebeu plissados e tingimentos que até hoje levam o seu nome. A forma dos vestidos denominados *Delphos*, que eram longos,

alguns modelos para atrizes e cantoras de ópera, seu nome ficou conhecido. Foi Etienne que cedeu um apartamento para Chanel, na *Avenue Malherbe*, onde ela abriu seu primeiro ateliê e, em 1912, apresentou-a a Arthur Capel.

Após conhecer Arthur “Boy” Capel, por quem se apaixonou, Coco abriu uma boutique em Paris, no número 21 da *Rue Cambon*. Em poucos anos, anexou os números 27 e 29 e depois o 31, onde, ainda hoje, existe a *Maison* que leva seu nome. Inglês, esportista, jogador de pólo e criador de cavalos, Boy Capel foi o grande amor da vida de Chanel, incentivou-a em sua carreira e ajudou-a nos negócios. Segundo Janet Wallach<sup>64</sup>, Chanel afirmou que ele era a sorte grande da sua vida. Ele a formou, e sabia desenvolver o que ela tinha de diferente e único.

Ainda com a ajuda de Capel, Chanel abriu uma boutique na cidade de veraneio de Deauville, um pouco antes do início da Primeira Guerra. Ao usar o suéter de Boy num dia mais frio, ela lançou moda. Inspirada no vestuário de seu amante, criou suéteres e outras peças com influência do universo masculino que logo encheram seu ateliê de encomendas. “Minha fortuna teve como base aquele velho suéter, só porque eu sentia muito frio em Deauville”, declarou ela mais tarde<sup>65</sup>.

Orientada pela praticidade, sempre criando roupas que ela mesma usava, Chanel comprou da tecelagem Rodier, um lote de jérsei que tinha sido um fracasso de vendas. Encontrou a matéria-prima que tornaria possíveis suas idéias de conforto e liberdade de movimentos. Pela primeira vez um material não nobre estava sendo usado na moda feminina. Durante a guerra, manteve sua loja aberta e, depois de algum tempo vazias, as casas do balneário

---

colantes e ondedados, sua mais famosa criação, foi adaptada por Issey Miyake no final do século XX.

<sup>64</sup> WALLACH, Janet. **Chanel, seu estilo e sua vida**. São Paulo: Mandarim, 1999. p. 32.

<sup>65</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 40.

voltaram a ter movimento e sua boutique fornecia as roupas para as mulheres que lá se refugiaram. A Primeira Guerra não só modificou a vida das mulheres como também a maneira com que se vestiam e os modelos de Chanel atenderam a essa nova necessidade. O sucesso foi tão grande que, em 1915, Chanel abriu outra loja, desta vez uma *Maison* de alta costura em Biarritz. Junto com a *Maison* de Paris, em pouco tempo, as criações da estilista eram compradas por clientes da América do Norte, Inglaterra e até mesmo da Rússia.

Com a Europa transformada em campo de batalha e os homens lutando no fronte, as mulheres passaram a desempenhar um papel ativo. (...) Essa nova vida as obrigava a longas caminhadas, a andar de bicicleta ou de ônibus, então elas precisavam de roupas que permitissem liberdade de movimentos. (...) O estilo de Poiret e Paquin que realçava a linha do busto, os vestidos de cintura alta e as saias justas até o tornozelo limitavam a locomoção; as criações fluidas de Chanel eram mais adequadas. Suas roupas práticas e confortáveis condiziam melhor com a vida da época.<sup>66</sup>

Boy Capel casou com a filha de um lorde inglês, Diana Wyndham, pouco antes do fim da guerra e, mesmo assim, ele e Chanel continuaram a se ver. A morte do homem mais importante de sua vida, num acidente automobilístico no natal de 1919, fez com que Chanel se tornasse extremamente melancólica, se afastasse dos amigos e se dedicasse integralmente ao trabalho. “Durante toda a sua vida, referiu-se a ele como o único homem de quem realmente gostou.”<sup>67</sup>

Após conhecer Misia Sert, num jantar onde conquistou a estrela Cécile Sorel como cliente, Chanel passou a frequentar e a se interessar pelo universo das artes. Casada com o muralista José-Maria Sert, Misia era uma figura notável no círculo dos artistas de vanguarda de Paris. Sua personalidade serviu de inspiração para Marcel Proust, sua beleza foi retratada por Toulouse-Lautrec e Renoir e entre seus amigos estavam Jean Cocteau, Pablo Picasso, Igor

---

<sup>66</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 42.

<sup>67</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 45.



Stravinsky e Sergei Diaghilev. Tornou-se amiga e confidente de Chanel, e após a morte de Boy Capel ela e o marido viajaram com Coco para Veneza, no intuito de tirá-la da depressão.

Aos poucos, Chanel se inseriu no mundo das artes não só como apreciadora, mas como amiga e mecenas da *avant-garde* parisiense. Chanel compreendia as correntes artísticas do dadaísmo, surrealismo e cubismo e sua idéia minimalista de moda não estava muito longe da arte abstrata. O balé de Diaghilev, *A Sagração da primavera*, com partitura de Stravinsky, foi patrocinado pela estilista. Quando Jean Cocteau a convidou para desenhar os figurinos de *Antígona*, adaptação moderna da peça de Sófocles, as roupas de Chanel fizeram mais sucesso do que os cenários e as máscaras de Pablo Picasso. Já *Le Train Bleu*, encenado pela companhia do russo Diaghilev, contou com texto de Jean Cocteau, coreografia da irmã do bailarino Nijinsky<sup>68</sup>, cenário de Pablo Picasso e figurinos de Gabrielle Chanel, reunindo numa só obra alguns dos nomes mais brilhantes da arte da década de 20.

Mesmo enquanto estava concebendo idéias para o teatro, ela criava roupas reais, não apenas o figurino para a peça. A forma acompanhava a função, e a inspiração para as coisas que criava era buscada na vida real, não na imaginação.<sup>69</sup>

Stravinsky e o poeta Pierre Reverdy, amigo de Pablo Picasso, foram seus amantes, enquanto Picasso se tornou um grande amigo. Durante toda a sua vida, Chanel teve relacionamentos íntimos com artistas e casos amorosos com membros da elite que influenciaram diretamente em suas criações.

Durante seu romance com o grão-duque russo Dimitri Pavlovich, Chanel conheceu o químico Ernest Beaux, antigo perfumista do czar Nicolau II. Foi a ele que *Mademoise-*

---

<sup>68</sup> Bailarino e coreógrafo, Vaslav Nijinsky era protegido de Sergei Diaghlev e fez fama mundial com o *Ballets Russes*.

<sup>69</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 78.

lle<sup>70</sup> pediu para criar um perfume inteiramente novo, e o *Chanel N°5* foi a primeira fragrância a utilizar componentes químicos em sua fórmula, além de exibir um frasco retangular, com seu próprio nome, e não mais os frascos adornados de perfumes florais e nomes antiquados que se viam até então.

Os provadores e o salão da rue Cambon foram perfumados com a nova fragrância. E quando Chanel distribuiu pequenos frascos entre suas amigas mais proeminentes na sociedade, produziu um verdadeiro golpe de marketing. (...) O Chanel N°5 daria a ela independência econômica para o resto da via.<sup>71</sup>

Em 1922, o romance *La garçonne*, de Victor Margueritte, causou furor em Paris. A heroína escandalosa do livro usava os cabelos curtos, jaqueta masculina, gravata, deu à luz fora do casamento e fez uma brilhante carreira como decoradora de interiores. Chanel, como a heroína da literatura, tinha os cabelos curtos e era independente, mas fazia questão de manter sua feminilidade, pois acreditava que a equivalência era importante, mas a feminilidade, imperativa.

Foi em 1924, quando conheceu o duque de Westminster, primo do rei Eduardo VII, que Chanel descobriu também o tweed, tecido originalmente próprio para roupas masculinas, que passou a utilizar em seus famosos *tailleurs*. Ela permaneceu com o duque até 1930, quando ele conheceu uma jovem de quem ficou noivo. A futura duquesa se tornou cliente de Chanel e ela e Benny, como o duque era chamado, tornaram-se amigos. O romance de seis anos rendeu para Chanel uma fortuna em jóias. Desta coleção e dos presentes que ganhou de Dimitri, teve a idéia de criar jóias verdadeiras e falsas para vender em sua *Maison*, acreditando que o significado de uma jóia está na desenvoltura de quem a usa e não no seu valor.

---

<sup>70</sup> Durante toda a sua vida, Chanel fez questão de ser chamada de *Mademoiselle*, uma vez que nunca se casou.

<sup>71</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 69.

Assim, Chanel popularizou o uso das bijuterias, que podiam ser combinadas com seus modelos de jérsei simples e despojados, e deu um novo rumo aos seus negócios.

Nem a quebra de bolsa em Nova York, em 1929, abalou o império de Chanel, uma vez que asiáticas e orientais tomaram o lugar das clientes norte-americanas. Chanel chegou a empregar 4.000 funcionários, e sua mansão no *Faubourg Saint-Honoré*, ricamente decorada, era freqüentada por artistas, escritores e músicos que quase todas as noites eram recebidos para discussões brilhantes. Suas festas eram famosas pela “decoreção esplêndida e pela profusão de talento artístico”, declarou o *New York Times*<sup>72</sup>. Ainda muito admirada nos Estados Unidos, Chanel foi convidada, em 1931, para desenhar figurinos em Hollywood. Vestiu Greta Garbo, Gloria Swanson e Ina Claire. Porém, seus figurinos que faziam sucesso na vida real não causaram o mesmo furor nas telas de cinema.

Em 1932, no auge da Grande Depressão, a colaboração de Paul Iribe foi fundamental para o sucesso da coleção de jóias de Chanel. Iribe tornou-se, além de um colaborador, amante de *Mademoiselle*, com quem viveu até sua morte, em 1935, durante uma partida de tênis. As jóias que os dois criaram fizeram sucesso internacionalmente e até hoje são reeditadas. Quando Chanel voltou a Paris, após a morte de Iribe, a estilista de origem italiana Elsa Schiaparelli fazia sucesso com criações inspiradas no surrealismo, que Coco considerava bizarras.

Por mais elegantes que fossem, as roupas de Chanel desapareciam na sombra das criações mais absurdas de sua rival. Se o talento de Chanel era pragmático, o de Schiaparelli era bizarro. Se Chanel era discreta, Schiaparelli alcançava o máximo do exagero. Chanel, cansada de carregar a bolsa, prendeu a ela uma corrente e a pendurou no ombro, enquanto Schiaparelli lançou uma bolsa em forma de telefone. Chanel simplificou os chapéus, Schiaparelli os fez em forma de sapato.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 108.

<sup>73</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 127.

Chanel passou pela década de 30 revigorando seu estilo, lançando vestidos de renda delicada, chiffon esvoaçante e tule macio para a noite e continuando a apostar em seus *tailleurs* (Fig. 20, página seguinte) para a moda diurna. Foi nessa época que Coco tornou a camélia um símbolo do seu estilo, representando-a em jóias, tecidos e mostrando-a como acessório de cabelo, num cinto ou como broche. A camélia é tão marcante como os colares de pérolas, a bolsa em matelassê à tiracolo, o tweed, ou o pretinho básico<sup>74</sup> (Fig. 21, página seguinte), que sintetizam o estilo de Chanel.

Chanel (Figs. 22 e 23, página seguinte) foi fotografada por Man Ray, Cecil Beaton e Horst. P. Horst, sempre como o melhor modelo para suas roupas e tentando se mostrar ativa mesmo quando outros nomes ganhavam espaço na moda. Porém, no final da década de 30 ela percebeu que a Guerra desta vez não seria vantajosa para ela e fechou suas portas em 1939, após a França ter declarado guerra à Alemanha. Refugiou-se em Pau, mas foi chamada de volta a Paris pelos alemães, que ocupavam a capital francesa. De volta ao Ritz, Chanel iniciou um caso com o barão Hans Gunther von Dincklage. O amante nazista fez com que os amigos a abandonassem e ela então, manteve-se discreta, quase no anonimato, pois não queria deixar a França. Após a derrota alemã, Chanel foi detida, escapou da prisão e da humilhação por ter se envolvido com o inimigo e só retomou sua carreira alguns anos mais tarde.

Em 1947, o lançamento do *New Look*, de Christian Dior deu novo vigor à moda. Após um longo período de privação e racionamento, as saias rodadas, a cintura fina e o luxo fizeram sucesso na imprensa e entre as mulheres. Contra o uso desta silhueta apertada, que necessitava do uso de espartilhos e barbatanas, Chanel arquitetou sua volta.

---

<sup>74</sup> A respeito do vestido preto básico, conhecido como pretinho, em 1926 a revista Vogue norte-americana chamou-o de “O ‘Ford’ Chanel – o vestido que todo mundo vai usar”.

No dia 5 de fevereiro de 1954, com 70 anos, ela lançou sua nova coleção na *rue Cambon* para compradores e repórteres da imprensa européia e norte-americana. Inspirada em seus sucessos dos anos 20 e 30, muito diferentes do estilo Dior, a imprensa francesa definiu sua coleção como “retrospectiva melancólica”. Entretanto, a revista *Vogue* americana aclamou sua volta e publicou: “O estilo Chanel, tão específico quanto H<sub>2</sub>O, significa uma combinação de juventude, conforto, jérsei, pérolas – um luxo invisível”.<sup>75</sup> Em pouco tempo, seu ateliê atraiu clientes como Marlene Dietrich, Romy Schneider, Jeanne Moreau, Grace Kelly, Jacqueline Kennedy<sup>76</sup> e Paris se rendeu novamente ao estilo Chanel. De acordo com a revista *Life*: “Ela está influenciando tudo. Com setenta e um anos, está trazendo mais do que um estilo – uma revolução”.<sup>77</sup>

Reintroduzindo seus maiores sucessos, adaptando-os aos novos tempos, Chanel manteve-se jovem até 1971, quando faleceu, aos 88 anos. Suas roupas refletiam sua visão. Segundo Wallach (1999), como estilista, ela declarou que foi a primeira a viver no seu tempo, mas era mais do que isso, foi a primeira a viver além do seu tempo.

Ela visualizou a própria vida da maneira como queria viver e compreendeu que a libertação tinha de vir dela mesma. Liberdade era o que expressava em tudo o que fazia. Cortou o cabelo, bronzeou a pele, encurtou as saias. (...) Com suas criações, ela deu poder às mulheres, mudando o modo como viam a si mesmas, mudando sua forma de movimento, seu modo de sentir, o modo de vestir. (...) Seus modelos têm a sensualidade que não conhece o tempo, um conforto que ainda é desejável, um minimalismo que é ainda a marca registrada do bom desenho. Sua visão era individual, seu estilo, universal. Ela fazia a moda para o minuto presente, mas criava roupas intemporais. ‘A moda muda, o estilo permanece’.<sup>78</sup>

---

<sup>75</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 166.

<sup>76</sup> No dia do assassinato de seu marido, o presidente John Kennedy, Jackie estava usando um *tailleur* Chanel.

<sup>77</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 170.

<sup>78</sup> WALLACH, Janet. op. cit. p. 183.

### 3.6 ELSA SCHIAPARELLI

Elsa Schiaparelli nasceu em Roma, em 1890, morou nos Estados Unidos e se mudou para Paris em 1922, após se divorciar do conde William de Wendt de Kerlor, que teve um caso com a bailarina Isadora Duncan. Junto com Jeanne Lanvin, Madeleine Vionnet e Coco Chanel, Schiap, como era chamada, completa o grupo das principais representantes femininas na alta costura no período entre guerras. O impulso para a carreira na moda foi dado por Paul Poiret, que reconheceu seu talento, tornou-se seu mentor e de quem herdou o gosto pelas cores fortes. Abriu sua boutique na *Rue de la Paix* e lançou sua primeira coleção em 1929 saudada pela imprensa internacional como “um dos raros criadores do momento”.<sup>79</sup>

Foi nos Estados Unidos que Elsa conheceu Marcel Duchamp, Picabia, Man Ray e se ligou ao surrealismo. Embora tenha colaborado com artistas como Christian Bérard e Jean Cocteau (Fig. 24, página seguinte), foi sua parceria com Salvador Dalí que mostrou as criações mais impressionantes. Ao utilizar objetos do ambiente familiar em um outro contexto, como o chapéu sapato ou o vestido lagosta, ela mostrou inovações na moda. As coleções de Elsa Schiaparelli eram sempre temáticas e suas estampas, formas e cores, como o rosa *shocking*, eram o oposto da moda proposta na época por Chanel (Fig. 25, página seguinte). Além de dar nome a seu tom de rosa favorito, *Shocking* foi o nome de sua última coleção, de sua biografia e também de seu perfume, cujo frasco foi inspirado no busto da atriz Mae West.

Por não utilizar botões, arrematava seus vestidos com acessórios considerados vulgares para a alta costura, como o zíper. E, embora participasse do mesmo círculo de amigos de sua concorrente, estes contribuíram para a moda de ambas, mesmo que uma propagas-

---

<sup>79</sup> BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000. p. 88.

se a simplicidade e o despojamento e a outra, uma extravagância de cores e materiais inusitados.

### 3.7 A MODA DURANTE A SEGUNDA GUERRA

Durante a Segunda Guerra Mundial, com a ocupação alemã na França a partir de 1940, muitos estilistas, como Chanel<sup>80</sup> e Vionnet, fecharam suas *Maisons*, alguns foram para outros países – Elsa Schiaparelli partiu para os Estados Unidos, e os que permaneceram em Paris tentaram perpetuar a tradição francesa da alta costura, mesmo em tempos difíceis.

Dominique Veillon<sup>81</sup> coloca que a criatividade dos costureiros franceses foi posta à prova durante a Guerra. Limitados pelo racionamento de tecidos e pela tentativa nazista de transferir a sede da alta costura parisiense para Berlim ou Viena, a fim de sair do jugo do estilo francês, os criadores demonstraram que Paris ainda era a capital mundial da moda e as restrições eram, acima de tudo, um novo desafio.

Não está no poder de nenhuma nação roubar de Paris o gênio criador da moda que lá é não somente uma explosão espontânea, mas também a consequência de uma tradição cultivada por uma infinidade de operários e operárias especializados e espalhados em muitos e diferentes tipos de trabalho.<sup>82</sup>

O *tailleur* tornou-se o uniforme da mulher durante a Ocupação. Sua forma com ombreiras, botões e vários bolsos utilitários lembrava os trajes militares. A silhueta dos anos 30, que marcava as formas femininas, deu lugar a uma mulher austera, que, novamente, preci-

---

<sup>80</sup> Segundo Baudot (2000:106), a *Maison* de Chanel passou a fornecer somente perfumes, que eram comprados pelos soldados alemães e, após a Liberação, pelos soldados americanos.

<sup>81</sup> VEILLON, Dominique. **Moda & guerra: um retrato da França ocupada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004.

sava de roupas confortáveis e duradouras para enfrentar o trabalho e as novas ocupações que a guerra impunha. Se materiais como o náilon, utilizado na fabricação de meias finas estavam escassos, não faltaram artifícios para deixar as pernas, que estavam mais à mostra devido ao encurtamento das saias, tão bonitas quanto no período anterior. O solado de couro foi substituído por cortiça, corda ou madeira e os cabelos, sem os devidos cuidados do salão de beleza, eram cobertos por turbantes.

Lucien Lelong, presidente da Câmara Sindical da Costura Parisiense desde 1937, não poupou esforços para que a alta costura francesa não morresse e, driblando a censura alemã, desenvolveu campanhas publicitárias que chamavam a atenção para os modelos que eram lançados em Paris (Fig. 26, p. 67). Ele, Jeanne Lanvin, Jacques Fath<sup>83</sup> e outros criadores que mantiveram suas casas abertas fabricavam roupas para as esposas e amantes dos alemães, visto que a clientela francesa e estrangeira tinha diminuído. Apesar da Guerra, a indústria do luxo francês, uma das responsáveis por grande parte das exportações do país, conseguiu sobreviver. O cronista Lucien François declarou na revista *Votre Beauté*, em 1941:

Mais uma vez fica provado que na França nada se consegue de verdadeiramente perfeito a não ser com um 'apesar de'. Os costureiros fizeram prodígios de inspiração, criação, rejuvenescimento, invenção, apesar... Apesar de quê? Apesar da raridade de matérias-primas e seu racionamento, apesar da supressão da clientela estrangeira, apesar da limitação do número de modelos. (...) Apesar da gravidade dos tempos, podia-se esperar dos criadores parisienses que fizessem tão bem como de hábito: fizeram melhor.<sup>84</sup>

Aproveitando-se da fragilidade de Paris, os Estados Unidos tentaram se tornar o centro da moda mundial, desenvolveram a indústria do *ready to wear*, que se tornará, posteriormente, o *prêt-à-porter*. E, embora a própria imprensa americana tenha declarado, em 1941,

---

<sup>82</sup> BAUDOT, François. op. cit. p. 108.

<sup>83</sup> Criador francês que iniciou sua carreira em 1937, explorou a juventude em suas coleções e morreu ainda no auge, em 1954.



“que são ainda os costureiros franceses que dão o tom à nova moda<sup>85</sup>”, após a Liberação de Paris em 25 de agosto de 1944, as influências norte-americanas aparecerão na moda francesa durante a segunda metade do século XX.

Ao final da Ocupação, o *Théâtre de la Mode* (Figs. 27 e 28, páginas seguintes), exposição de bonecas que reuniu, em 1945, 237 figurinos em 13 cenários no Museu de Artes Decorativas de Paris, mostrou, em miniatura, a nova moda pós-guerra dos grandes costureiros parisienses. Christian Bérard, Jean Cocteau, Henri Sauguet e outros artistas se reuniram para montar cenários, música, textos e iluminação. Coube aos criadores de moda, mostrar que o luxo sobreviveu. A exposição reuniu mais de 200.000 visitantes em algumas semanas, foi levada para diversas capitais europeias, chegou a Nova York e a verba arrecadada foi revertida para o fundo da solidariedade nacional. Dois modelos, feitos pelo então modelista de Lucien Lelong, Christian Dior, chamaram a atenção pela cintura marcada e saias volumosas, os símbolos do criador e da moda da década seguinte.

Além da grande soma de dinheiro arrecadada, além da magnífica lufada de esperança que a exposição suscita, o lucro gerado é ainda mais considerável: reafirmando em alto e bom som a existência do luxo parisiense. Os grandes fabricantes novaiorquinos duvidavam que as indústrias francesas da moda fossem reerguer-se depois de cinco anos de Ocupação. Estavam prontos, segundo eles, para tomar o lugar de Paris. (...) Reatualizadas pelas circunstâncias, as bonecas-manequins são submetidas ao julgamento decisivo de Nova York. ‘Faltam-nos palavras para descrever a beleza e o gosto perfeito desta exposição’, escreve, em 1946, o *Women’s Wear Daily*. A América inteira segue-lhe os passos. No ano seguinte, será a vez do New Look instaurado por Christian Dior. A alta costura, *in extremis*, assina novo contrato com o sucesso.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> VEILLON, Dominique. op. cit. p. 148.

<sup>85</sup> VEILLON, Dominique. op. cit. p. 149.

<sup>86</sup> BAUDOT, François. op. cit. p. 139.

### 3.8 CHRISTIAN DIOR

No dia 12 de fevereiro de 1947, a jornalista Carmel Snow, redatora da revista *Harper's Bazaar* americana assistiu ao primeiro desfile do estreante Christian Dior, em sua *Maison* na *Avenue Montaigne*, e intitulou o estilo que viu de *New Look*. Definitivamente a guerra tinha acabado. Saias amplas, cintura marcada, ombros arredondados e uma volta à *Belle Époque*, puseram um fim às formas rígidas do vestuário feminino durante o período da ocupação alemã.

Durante os anos 50, a *Maison Dior* assegurou sozinha, metade das exportações de alta costura para os Estados Unidos<sup>87</sup>. Até sua morte prematura em 1957, o costureiro encantou a imprensa, as mulheres e, se a silhueta que mostrava não era totalmente nova, trazia um retorno à feminilidade que foi perdido durante a Guerra. Alguns protestos surgiram, argumentando que as mulheres, agora mais independentes, não deveriam usar estruturas como o espartilho, mas foram em vão. As curvas naturais da mulher que Dior queria mostrar eram alicerçadas em instrumentos artificiais. No entanto, a forma de ampulheta conquistou uma clientela cansada da escassez e da penúria dos anos anteriores e a alta costura parisiense atraiu, novamente, os olhares do mundo. Segundo Dior, “as mulheres, com seu instinto infalível, compreenderam que minha intenção era torná-las não apenas mais belas, mas mais felizes”.<sup>88</sup>

Christian Dior nasceu no dia 21 de janeiro de 1905, em Granville, porto no canal da Mancha. Vindo de uma família burguesa, Dior demonstrou, desde cedo, aptidões para o desenho, criando máscaras e fantasias para o carnaval famoso em sua cidade. Porém, o desejo

---

<sup>87</sup> BAUDOT, François. op. cit. p. 147.

de seguir a faculdade de arquitetura não pode se realizar e ele se inscreveu na Escola Livre de Ciências Políticas por vontade de seus pais, onde se formou em 1926.

Após retornar do serviço militar, contou a seus pais que queria deixar o *Quai d'Orsay* e abrir uma galeria de arte em *Montmartre*. Estes, mesmo desapontados, perceberem que a carreira na política não daria certo e acabaram por financiar uma galeria de arte para Dior, que na época, freqüentava a *avant-garde* parisiense e tinha no seu círculo de amigos Jean Cocteau, Christian Bérard e Henri Sauguet. A única condição era que o nome da família não aparecesse, e Dior associou-se a Jean Bonjean e a *Galerie Bonjean* abriu no número 34 da *Rue de La Boetie* em 1928. Além de promover um ponto de encontro para a vida boêmia e dispendiosa de Dior, a galeria exibiu obras de Picasso, Braque, Chirico, Utrillo, Léger e Dufy.

Entretanto, a fortuna de seus pais acabou junto com a depressão dos anos 30 e após a morte de sua mãe e seu irmão mais velho, Dior precisou vender a galeria. A maneira encontrada para sobreviver foi resgatar o seu antigo talento e, depois de alguns estudos na área conseguiu vender seus primeiros desenhos para casas de alta costura. Vivendo com a ajuda de amigos, uma crise de tuberculose o afastou de Paris por um ano. Quando retornou, em 1935, foi morar com artistas que o encorajaram a continuar desenhando. Entre 1935 e 1938, desenhou para Schiaparelli, Balenciaga, Patou, Nina Ricci, Paquin e Worth e suas ilustrações saíam constantemente no periódico *Le Figaro*.

Foi o designer de interiores George Geffroy, que o apresentou para Robert Piguet<sup>89</sup>, com quem Dior trabalhou como modelista, aprendeu o ofício de costureiro e desenvolveu três coleções para a *Maison Piguet*. Durante a Guerra, Dior abandonou Paris para ficar

---

<sup>88</sup> POCHNA, Marie-France. **Dior**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000. p. 4.

<sup>89</sup> Estilista suíço, Robert Piguet abriu seu estabelecimento em Paris em 1933. Adepto de vestidos longos e extravagantes, também criou figurinos para o teatro.

com o pai e a irmã na região de Provença, numa fazenda da família. De volta a Paris, ele começou a trabalhar com Lucien Lelong, onde conheceu Pierre Balmain<sup>90</sup>.

Após encontrar Marcel Boussac, magnata francês da indústria têxtil que desempenhou papel decisivo na expansão de seus negócios, Dior conseguiu financiamento para abrir sua própria *Maison* de alta costura em 1946. O local escolhido foi uma construção de cinco pavimentos na *Avenue Montaigne*, entre a *Champs Elysées* e o rio Sena. Embora um pouco distante do distrito da alta costura, o endereço era ainda *fashionable*. Uma grande equipe foi reunida para que começasse a produção da primeira coleção.

A ousadia mostrada no primeiro desfile (Fig. 29, página seguinte), que apresentou noventa modelos, rendeu críticas positivas da imprensa e o sucesso, apesar de ter imposto o luxo ainda num período em que a França se reconstruía, veio logo em seguida. Dior fez com que a moda ditada pela alta costura ultrapassasse fronteiras, não só geográficas, como a exaltação que seus modelos tiveram nos Estados Unidos, mas também fronteiras entre a elite, cliente habitual da alta costura, e as massas, uma vez que seu estilo foi copiado com tecidos mais simples em diversos países do mundo, por diversas classes sociais. Porém, Dior ainda mudou os rumos da própria alta costura que, antes da guerra, seguia as linhas minimalistas propostas por Chanel. O retorno ao século XIX foi de encontro à moda funcional e simplificada proposta por seus antecessores durante os anos 20 e 30 (Fig. 30, página seguinte).

Após sua segunda coleção, Dior foi convidado pela *Neiman Marcus*, célebre loja de departamentos, para visitar os Estados Unidos e receber o Oscar da alta costura. Em 1948, abriu uma *Maison* em Nova York, a fim de produzir modelos destinados ao mercado que já produzia cópias de suas criações. A partir daí, colocou-se a frente de um império que incluiu

---

<sup>90</sup> Nascido em Saint-Jean-de-Maurienne, Pierre Balmain abriu sua *Maison* em 1945 e teve grande sucesso. Trabalhou com as mesmas linhas do *New Look* ditadas por Christian Dior.

perfumes, contratos de licenças, sucursais em diversos países do mundo como Inglaterra, Chile e Cuba, ocupava cinco imóveis somente em Paris, com 28 ateliês de alta costura empregando mais de mil pessoas.

Nós negociamos idéias. A maison de Nova York criará modelos especialmente concebidos para o mercado americano e os padrões serão vendidos às lojas que os executarão respeitando instruções bem rigorosas. Nos cinco primeiros anos de sua existência, metade do montante de negócios da maison Dior provém do Novo Continente.<sup>91</sup>

Embora essa expansão tenha sido vista por alguns colegas como um risco ao prestígio da alta costura, nomes como Jacques Fath e Pierre Cardin, que foi assistente de Dior, seguiram seu exemplo, trabalhando com licenciamentos de seus produtos em troca de uma porcentagem sob a forma de *royalties*. Luvas, bolsas, jóias e sapatos, estes criados em parceria com Roger Viver<sup>92</sup>, mostravam o “total look Dior” e eram elementos essenciais para completar a silhueta proposta por ele.

De todos os colaboradores que passaram pela *Maison* Dior, dois tiveram destaque: Yves Saint-Laurent e Marc Bohan. Quando Dior morreu de ataque cardíaco, em 1957, o escolhido para ser seu sucessor foi Yves Saint-Laurent, que tinha apenas 21 anos. Sua linha trapézio recebeu acolhida da crítica, mas as criações vanguardistas de Saint-Laurent passaram, em seguida, a não ter mais lugar na casa Dior e, quando foi convocado para o serviço militar, Marc Bohan assumiu a direção artística da casa de alta costura, onde permaneceu até 1989, mantendo-se fiel à imagem da empresa. Gianfranco Ferré assumiu a *Maison* até a entrada do inglês John Galliano, em 1997, quando a empresa comemorava 50 anos. Segundo o próprio Dior:

---

<sup>91</sup> POCHNA, Marie-France. op. cit. p. 12.

<sup>92</sup> Abriu sua primeira boutique em 1937 e, em 1954, Roger Vivier inventou o *stiletto*, que é o salto agulha, para complementar os elegantes modelos de Christian Dior. Desenvolveu os calçados da *Maison* Dior até 1963.

‘Sempre encarei o exercício de minha profissão como uma luta contra tudo o que nossa época pode ter de medíocre e desencorajador’. Para os herdeiros de Christian Dior, essas palavras moldaram uma autêntica linha de conduta, e esse desafio sempre renovado continua a impulsionar a maison Dior através do tempo.<sup>93</sup>

Aos quarenta e um anos, Christian Dior revolucionou a moda. Produziu duas novas linhas por estação – quatro por ano, de 1947 a 1951. Em seguida, passaram a ser duas linhas por ano, até 1957. Em dez anos de carreira, foram 30 novas coleções. Educado para ser um *gentleman*, conservador e até um pouco tímido, ele gostava do luxo e da sofisticação e na alta costura, levou seu bom gosto ao extremo.

A moda é uma manifestação de fé. Neste mundo que se empenha em destruir um por um todos os seus segredos, que se alimenta de falsas confidências e de revelações forjadas, ela é a própria encarnação do mistério, e a melhor prova de seu sortilégio é que nunca se falou tanto dela como agora<sup>94</sup>.

### 3.9 YVES SAINT-LAURENT

Inaugurada no *Metropolitan Museum of Art* de Nova York em 14 de dezembro de 1983, a exposição *Yves Saint-Laurent – 25 Years of Design* foi a maior retrospectiva consagrada a um costureiro vivo, e atraiu um milhão de visitantes até 2 de setembro de 1984. Pequim, Paris, São Petersburgo, Sydney e Tóquio também realizaram mostras do trabalho de Saint-Laurent nos anos seguintes, e mesmo após sua aposentadoria em 2002, suas criações são lembradas por terem renovado a história da moda.

Quando, em 1966, o jovem Yves Saint-Laurent atravessou o rio Sena e abriu uma boutique de *prêt-à-porter* de luxo na *Rue de Tournon*, em *Saint-Germain-des-Près*, local dos

---

<sup>93</sup> POCHNA, Marie-France. op. cit. p. 19.

existencialistas, intelectuais e estudantes, foi um anúncio que a moda não seria mais a mesma. A inauguração da *Saint Laurent Rive Gauche* deslocou para um bairro jovem o nome da alta costura, que agora desenvolvia roupas para uma clientela um pouco menos abastada. O centro do bom gosto parisiense, situado na margem direita do rio, onde estavam as *Maisons* dos grandes costureiros, foi modificado. Segundo Charlotte Seeling (2000), apesar de, nos anos 60, Yves Saint-Laurent não mostrar modelos futuristas inspirados no espaço, como André Courrèges, Pierre Cardin ou Paco Rabanne (Figs. 31, 32 e 33, página seguinte)<sup>95</sup>, continuava a ser o mais moderno. Conforme a autora (2000: 353), Saint-Laurent:

Olhava mais para a rua do que para o espaço, transportando o espírito da época para a passarela e transformando-o em alta costura, temporada após temporada. Deu uma imagem de elegância às noivas dos *rockers*, animou a moda *unissex*<sup>96</sup> criando o *smoking* para a mulher, absorveu a arte *op* e *pop*, mas também a onda hippie com suas influências orientais. Deu-se conta de que as mulheres jovens, mesmo que tivessem muito dinheiro, preferiam vestir-se em boutiques a vestir-se em salões de alta costura.

O primogênito de três filhos, Yves Donat Mathieu-Saint-Laurent nasceu no dia primeiro de agosto de 1936 em Orã, na Argélia. Criado numa família abastada, mostrou interesse pelo desenho de moda desde cedo e já em Paris aos dezenove anos, junto com Karl Lagerfeld, ganhou o primeiro prêmio num concurso do Secretariado Internacional da Lã, que lhe rendeu um lugar como assistente de Christian Dior, por intermédio de Michel de Brunhoff, então diretor da revista *Vogue*. Tornou-se o discípulo preferido de Dior e foi o escolhido para sucedê-lo após sua morte, em 1957. A coleção de primavera de 1958, a primeira após a morte do fundador da *Maison* Dior, foi aguardada pela imprensa. A pergunta apresentada pela revista *Madame Express* em 30 de janeiro de 1958 era:

---

<sup>94</sup> DIOR, Christian. apud POCHNA, Marie-France. op. cit. p. 4.

<sup>95</sup> Estilistas que despontaram nos anos 60, Courrèges, Cardin e Rabanne inspiravam-se em temas espaciais e utilizavam materiais incomuns como o plástico e o metal.

Que criador poderá impor sozinho uma linha revolucionária, depois do desaparecimento de Christian Dior? Haverá na *maison* um sucessor a sua altura? Ou fora? A ditadura que ele exercia sobre a moda, na França e no exterior, dará a cada um a chance de esbanjar uma parte de sua glória? Ou, ao contrário, o conjunto da profissão será afetado pela perda de seu ponta-de-lança?<sup>97</sup>

O sucesso da linha Trapézio foi uma resposta a todas as inquietações. A alta costura e a *Maison* Dior, que era responsável por grande parte das exportações de moda da França, haviam sobrevivido. Porém, a audaciosa coleção *Beat Rive Gauche*, apresentada em julho de 1960, com jaquetas de couro de crocodilo inspiradas no estilo dos motoqueiros, mas voltadas para a alta costura, foi radical demais para a clientela elegante da casa Dior. Ao voltar do serviço militar, abatido física e psicologicamente, em 1961, o lugar que era de Yves na casa Dior já estava ocupado por Marc Bohan. Após o episódio de sua internação durante a Guerra da Argélia, onde foi tratado com terapia de choque, a saúde de Saint-Laurent ficou debilitada e as crises de depressão se tornariam constantes, bem como o consumo excessivo de álcool e drogas. Algum tempo depois, sua mãe, Lucienne, relatou:

Quando cheguei, ele estava imbecilizado por tudo o que o haviam feito sofrer. Drogaram-no até quase o matar. Foi terrível. Yves, tão elegante, sempre preocupado com sua aparência, e tão reservado. Tinham-lhe tirado tudo, até as portas dos banheiros. Ele não comia. Estava prostrado. Do lado de fora, os fotógrafos o espreitavam. Humilharam-no, para fazer dele um exemplo.<sup>98</sup>

Foi com a ajuda do amigo e sócio Pierre Bergé, seu companheiro até hoje, que Yves Saint-Laurent se recuperou, conseguiu financiamento, abriu a própria *Maison* e, em 1962, apresentou sua primeira coleção independente. Segundo a revista *Elle*, “esperava-se a coleção de um jovem de amanhã, viu-se a coleção de um mestre de hoje”.<sup>99</sup> Após esse desfile,

---

<sup>96</sup> Roupas criadas para ambos os sexos, em moda nas décadas de 60 e 70.

<sup>97</sup> BENAÏM, Laurence. **Yves Saint Laurent: uma biografia**. São Paulo: Siciliano, 1994. p. 72.

<sup>98</sup> BENAÏM, Laurence. op. cit. p. 104.

<sup>99</sup> BENAÏM, Laurence. op. cit. p. 119.



com apenas 25 anos, o nome de Yves Saint-Laurent se impôs como o de um grande costureiro, ao lado de Chanel e Balenciaga e o império que iria se construir dali em diante mudaria os rumos da história da moda.

De acordo com Laurence Benaïm (1994), é a primeira vez, depois do aparecimento de Chanel, que um costureiro não é visto como tal, mas como um observador privilegiado da vida contemporânea. Como Chanel, ele percebeu que para sobreviver, a alta costura deveria se atualizar e nesse momento abriu uma boutique de *prêt-à-porter* fora de sua *Maison* de alta costura, dois anos antes de maio de 68, quando os jovens tomaram conta das ruas de Paris e de outras capitais européias. Segundo o próprio Pierre Bergé (1999), Saint-Laurent soube captar os códigos e sinais que o rodeavam, desviá-los e colocá-los a serviço da criação.

Após a linha Trapézio, concebida ainda na *Maison* Dior, Yves Saint-Laurent foi autor de diversas renovações no estilo das roupas femininas. Do casaco de couro, que transportou das ruas de Paris para a alta costura, ao *smoking* feminino, a etiqueta com as iniciais YSL estampou modelos com desenhos geométricos – a exemplo da coleção inspirada em Mondrian (1965), terninhos adaptados do guarda-roupa masculino para as mulheres usarem de dia ou de noite, transparências ousadas e o estilo safári, entre outros. Criou figurinos para Claudia Cardinale (*A pantera cor-de-rosa*, 1962), Sophia Loren (*Arabesque*, 1965) e para sua grande amiga e musa Catehrine Deneuve em *A Bela da Tarde* (1967), *A chamada do amor* (1968) e *A Sereia do Mississipi* (1969). Além do cinema, desenvolveu diversos figurinos para o teatro, uma de suas paixões.

Com uma carreira de mais de quarenta anos, Yves Saint-Laurent manteve-se sempre atual. Para o verão de 1966, lançou o primeiro *smoking*<sup>100</sup> feminino (Figs. 34 e 35, página

---

<sup>100</sup> Em 2005, a exposição *Smoking Forever* fez uma retrospectiva deste célebre traje do criador no número 5 da *Avenue Marceau*, onde a *Maison* se instalou em 1974 e, desde 2002, abriga a *Fondation Pierre Bergé-Yves*

seguinte), reeditado em todas as suas coleções e sobre o qual, parafraseando Chanel, Saint-Laurent afirmou: “para uma mulher, o *smoking* é um traje indispensável com o qual ela se sentirá continuamente na moda, uma vez que é um traje de estilo e não um traje de moda. As modas passam, o estilo é eterno”.<sup>101</sup> Ainda em 1966, a coleção de inverno se inspirou na *Pop Art* de Andy Warhol, Lichtenstein e Wesselmann (Figs. 36 e 37, página seguinte). A revista *Vogue*, respondendo a uma pergunta sobre o caminho que a moda estava seguindo, colocou:

Em direção a uma mulher mais rápida, mais viva, mais ousada, e da qual se vêem muito as pernas, é verdade, mas também os braços e muitas vezes as costas. (...) Em direção a uma moda que nunca se baseou a tal ponto no corpo. De uns anos pra cá, nós a vimos depurar-se, libertar-se dos detalhes e construir-se de maneira extremamente rigorosa em torno do corpo. Não o corpo da mulher modificada, de cintura apertada, seios soerguidos, quadris aumentados, mas o verdadeiro corpo da mulher, do jeito que é quando nu. Não mais pedimos à moda que nos deslumbre, aos costureiros que nos moldem. Pedimos que nos observem, nos ajudem, nos devolvam a liberdade.<sup>102</sup>

Em 1969 o *patchwork*<sup>103</sup> dos hippies foi tema da coleção de primavera verão e nos anos 70, uma das coleções mais famosas de Saint-Laurent foi inspirada nos *Ballets Russes*, que já tinham sido fonte de inspiração para Paul Poiret –“a coleção é uma homenagem a Sergei Diaghilev e a sua colaboração com Picasso”<sup>104</sup>, explicou Saint-Laurent. Nos anos 80 a arte continuou a inspirar o criador, que encomendou à casa de François Lesage<sup>105</sup> um bordado com base nos girassóis de Van Gogh que consumiu seiscentas horas de trabalho. Com o sucesso da

---

*Saint Laurent*, que se constitui no prolongamento da história da casa de alta costura, que encerrou suas atividades em 31 de outubro de 2002. A fundação conserva 5.000 trajes de alta costura e 15.000 acessórios, desenhos e objetos diversos que testemunham a criação de Yves Saint-Laurent durante 40 anos, além da organização de exposições de moda, pintura, fotos e desenhos e da promoção de ações culturais e educativas.

<sup>101</sup> “Pour une femme, le smoking est un vêtement indispensable avec lequel elle se sentira continuellement à la mode car c’est un vêtement de style et non un vêtement de mode. Les modes passent, le style est éternel”.

<sup>102</sup> BENAÏM, Laurence. op. cit. p. 147.

<sup>103</sup> Trabalho que consiste em unir pequenos retalhos de tecidos diferentes, muito popular nos anos 60.

<sup>104</sup> BERGÉ, Pierre. **Yves Saint Laurent**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1999.

<sup>105</sup> Fundada em 1868, a casa com o nome Michonet foi adquirida por Albert Lesage em 1924. É especializada na arte de bordados para a alta costura e *prêt-à-porter* e presta serviços para as mais importantes *Maisons* de Paris.

*Maison* de alta costura (Fig. 38, página seguinte), da boutique de *prêt-à-porter*, e mais tarde, dos perfumes e acessórios, o império de Yves Saint-Laurent (Fig. 39, página seguinte) só foi vendido em 1993 para o conglomerado francês Sanofi, e o estilista manteve-se responsável somente pela alta costura até 2002, quando se aposentou: “Resolvi dizer adeus ao mundo da moda que tanto amei” disse Saint-Laurent em seu discurso de despedida. Seu último desfile, que aconteceu em Paris, no *Centre Georges Pompidou*, apresentou uma retrospectiva (Fig. 40, página seguinte) e alguns modelos inéditos.

Tentei, com meus recursos, mostrar que a moda é uma arte. Nisso segui os conselhos de meu mestre Christian Dior e a lição imperecível de *Mademoiselle* Chanel. Criei para a minha época e tentei prever o que será o amanhã. Mantive-me sempre longe de truques e soluções fáceis, e sempre acreditei que o estilo é mais importante que a moda. São raros os que impuseram seu estilo, ao passo que os fazedores de moda são bastante numerosos.<sup>106</sup>

Yves Saint-Laurent foi o primeiro a perceber que a alta costura passaria por uma mudança, e sua obra marca o período de transição entre esta e o *prêt-à-porter*, que ascendeu meteoricamente a partir dos anos 60 enquanto a alta costura entrou em declínio. A adaptação aos novos tempos, aliada a sua genialidade foi fundamental para a permanência de Saint-Laurent no mundo da moda. Dos que começaram com ele, apenas Karl Lagerfeld<sup>107</sup> permanece na ativa. Seus estilos serviram de base aos criadores desde os anos 60 e, ainda hoje, inspiram estilistas e vestem mulheres ao redor do mundo. Segundo Pierre Bergé (1999), a alta costura não morrerá por falta de clientes, mas porque já não há eventos, lugares, ocasiões que lhe permitam existir. Yves Saint-Laurent encerrou o período áureo de cem anos da alta costura e iniciou o que Lipovetsky (1989) considera a “moda aberta”, que se caracteriza pela generalização do *prêt-à-porter* e disseminação dos pólos criativos.

---

<sup>106</sup> BENAÏM, Laurence. op. cit. p. 411.

<sup>107</sup> Estilista alemão que desde 1983 é o diretor de criação da *Maison* Chanel.

Ao observar sua época sem nunca submeter-se a ela, ao vestir a liberação da mulher e, depois, a nostalgia dos anos 70, ao evitar o ecletismo dos anos 80, ele [Yves Saint-Laurent] acompanha a curva do tempo que dura, assim como acompanha o corpo de suas musas e as linhas de seus tecidos. Yves Saint-Laurent jamais impôs decretos. Seu nome está tão ligado a tudo o que vem fazendo ruído há 25 anos que, para o isolar no passado, seria necessário um museu capaz de abrigar uma época. Mas, felizmente, a vida não pode ser contida numa caixa.<sup>108</sup>

Aos poucos, a partir da ascensão do *prêt-à-porter*, os novos costureiros não dependem mais do que é ditado pela alta costura para desenvolver sua moda. As roupas prontas para vestir são produzidas segundo novas tendências, muitas vezes ditadas pelas ruas e, em 1973, são apresentadas em Paris as primeiras coleções, cujos desfiles começam a acontecer duas vezes por ano, como na alta-costura. A partir da metade dos anos 70, outras capitais como Milão, Nova York, Londres e Tokyo também passam a ter seus desfiles de *prêt-à-porter* e a moda entra em uma época mais democrática, embora o sistema criado por Charles Frederick Worth no século XIX ainda desempenhe papel essencial na moda nos dias atuais.

---

<sup>108</sup> BENAÏM, Laurence. op. cit. p. 422.

#### 4 DA ALTA COSTURA AO PRÊT-À-PORTER: MODA E REVOLUÇÃO

Segundo Gilles Lipovetsky (1989), desde Worth, o costureiro se impôs como um criador cuja missão consiste em elaborar modelos inéditos, em lançar regularmente novas linhas de vestuário que, idealmente, são reveladoras de um talento singular, reconhecível, incomparável. Desta maneira, vimos no capítulo histórico que Charles Worth sistematizou o campo da moda, criando o paradigma da alta costura e, como em qualquer outro campo de atividade, o campo da moda tem como principal componente um hábito, gerado a partir de uma crença – a crença no costureiro, que determina práticas e circunscreve o campo. Segundo Pierre Bourdieu:

O poder do criador nada mais é que a capacidade de mobilizar a energia simbólica produzida pelo conjunto dos agentes comprometidos com o funcionamento do campo: jornalistas objetivamente encarregados de valorizar as operações de valorização dos *criadores*; intermediários e clientes, antecipadamente, convertidos; por fim, outros *criadores*.<sup>109</sup>

Ao sistematizar o campo da moda e seus *habitus*<sup>110</sup>, além de unificá-lo com a criação da Câmara Sindical da Costura Parisiense, Worth estabeleceu a primeira Revolução de

---

<sup>108</sup> BENAÏM, Laurence. op. cit. p. 422.

<sup>109</sup> BOURDIEU, Pierre. **A Produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. São Paulo: Zouk, 2004. p. 163.

<sup>110</sup> Conforme descrito no capítulo anterior, segundo George Ellington: “A elite não deve usar o mesmo vestido duas vezes. Se você nos disser quantas recepções ela tem em um ano, quantos casamentos ela frequenta, de quantos bailes ela participa, quantos jantares ela dá, quantas festas ela vai, quantas óperas e teatros ela patro-

Moda, uma vez que o paradigma antigo, de que as roupas eram executadas por costureiras e alfaiates que não assinavam o modelo, foi rompido e substituído por um paradigma inteiramente novo: um costureiro que ditava a moda a seu gosto, antecipadamente aos desejos das clientes. A assinatura de Worth passou, então, a designar um estilo e a definir o campo da moda, que, até ser composto pela matriz estilística da alta costura e do *prêt-à-porter* (como veremos adiante), é igual ao campo da alta costura, e a primeira comunidade de estilistas ou costureiros passou a conviver sob este paradigma. Conforme Bourdieu, que vê o costureiro como um artista:

O artista é este profissional da transformação do implícito em explícito, da objetivação que transforma o gosto em objeto, que realiza o potencial, isto é, este sentido prático do belo que só pode se conhecer realizando-se. (...) o ato artístico é um ato de produção de tipo muito particular pois deve fazer existir numa forma completa algo que já estava lá, exatamente à espera de sua aparição, e fazê-lo existir de uma maneira bem diferente, isto é, como uma coisa sagrada, como objeto de crença.<sup>111</sup>

A silhueta em “S”, proposta por Charles Worth e aceita pela comunidade de estilistas que conviviam em sua época e partilhavam das mesmas crenças, é mostrada nas figuras 41 e 42 (p. 85 e 86), onde se percebe que para construí-la são necessários artifícios como o espartilho, que dá maior volume aos seios, além de afinar a cintura, e as anquinhas, que aumentam o volume dos quadris. Essa rigidez dificultava os movimentos femininos, impedindo a mulher de praticar as atividades esportivas que começavam a surgir no final do século XIX, como andar de bicicleta ou jogar tênis. O luxo dos tecidos e dos modelos de alta costura durante a *Belle Époque* traduzem o papel feminino dentro da sociedade burguesa: a mulher era uma vitrine, e sua principal função era demonstrar os bens que seu marido possuía.

---

cina, nós podemos chegar a uma aproximação do preço e tamanho do seu guarda-roupa. Não é irracional supor que ela tem dois vestidos novos de algum tipo para cada dia do ano, ou setecentos e vinte”. In: OLIAN, JoAnne. **The House of Worth: the gilded age 1860 – 1918**. New York: Museum of the city of New York, 1982. p.7.

Na figura 41 (p. 85), o decote mais profundo, os tecidos mais fluidos e leves e os detalhes bordados mostram que é um modelo para ser usado à noite. A cintura, evidenciada pelo drapeado no tecido, mostra como esta era menor em relação à circunferência do busto e do quadril, característica da época. O modelo mostrado na figura 42 (página anterior), elaborado com um tecido mais encorpado, confirma o volume dado à parte traseira do corpo feminino. A “eficácia simbólica”<sup>112</sup> dos modelos de alta costura faz com que objetos que teriam a função única de cobrir o corpo, transportados para um outro contexto – o campo da moda, onde os estilistas, o público e os indivíduos que compõem o campo partilham das mesmas crenças e hábitos –, adquiram um significado novo. Conforme Bourdieu:

Sabemos que a magia da *griffe* pode multiplicar extraordinariamente o valor de qualquer objeto onde é aplicada, um perfume, sapatos, até mesmo, e é um exemplo real, um bidê. Trata-se, neste caso, de um ato mágico, alquímico, pois a natureza e o valor social do objeto são modificados sem que nada tenha alterado sua natureza física ou química dos objetos em questão.

Conforme Michelle Perrot (1994), o século XIX é o momento histórico em que a vida das mulheres se altera: tempo da modernidade em que se torna possível uma posição de sujeito, indivíduo de corpo inteiro e atriz política, futura cidadã. Da caridade ao trabalho social, passando pelas viagens e outras ocupações, as mulheres começam a ocupar espaços nas cidades do século XIX e a reivindicar seus direitos, como o do voto. Segundo Anne-Marie Käppeli (1994), a luta pela liberação dos corpos é também um objetivo para os grupos feministas e recomenda-se a prática de um esporte. No entanto, inclusive para as ciclistas, continua a imperar o espartilho. Neste momento, acontece a segunda revolução na moda pelas mãos de

---

<sup>111</sup> BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 128.

<sup>112</sup> A “eficácia simbólica” garante a efetividade da relação entre mito e práticas sociais ou realidade empírica. No ritual, amparado pelo “poder simbólico” do mito, através da crença, objetos, gestos e palavras mudam do significado comum, cotidiano ou denotativo e (no novo contexto – o da moda, por exemplo) passam a ter um

Paul Poiret, que aboliu completamente a silhueta em “S”, liberou a mulher dos espartilhos, mas dificultou seus passos com a saia entravada (Fig. 43, página seguinte), ou seja, o novo paradigma permitia que a mulher respirasse livremente, mas ela não podia ir muito longe. De qualquer maneira, uma maior liberdade de movimentos foi dada às mulheres, que ansiavam por isso. A figura 43 (p. 89) mostra uma ilustração de Georges Lepape, de 1911, onde se pode ver a saia ajustada, a cintura deslocada para baixo do busto e a forma da túnica com influência oriental, igualmente percebida nas figuras 44, 45 e 46 (p. 90 e 91). Segundo Yvonne Knibiehler:

No limiar do século XX, a aparência do corpo feminino sofre uma transformação radical. O costureiro Poiret ousa abolir o espartilho em 1905: desenha vestidos lisos e fluidos, de uma elegância sóbria, que seguem de perto formas esguias. Nesse momento, a bailarina americana Isadora Duncan põe ao mesmo tempo fora de moda os tutus e os sapatos de dança. Dança descalça e veste túnicas inspiradas na antiga Grécia. O seu fulgurante sucesso, o seu imenso prestígio revelam um desejo de emancipação entre as mulheres. Quando desaparecem os volumes têxteis que inchavam o corpo feminino, não é a moda que se altera, é uma revolução cultural que se cumpre.<sup>113</sup>

Porém, foi preciso esperar por Gabrielle Chanel e pela Primeira Guerra Mundial para que a revolução de moda que Poiret iniciou se consolidasse. Chamadas a viver sozinhas e, ao mesmo tempo cuidar de si e da família enquanto os maridos estavam nas batalhas, a Guerra “contribuiu muito mais para a emancipação das mulheres que anos ou mesmo séculos de combates anteriores”, ressalta Françoise Thébaud (1995). Coco Chanel foi sempre a melhor divulgadora de suas coleções, como mostram as figuras 47, 48 e 49 (p. 92). Adepta de uma moda funcional, que valorizasse o corpo feminino sem os excessos de seu antecessor, a estilista buscava inspiração na moda masculina e a adaptava ao guarda-roupa feminino. O

---

novo significado, um novo uso, um significado conotativo, metafórico. LÉVI-STRAUSS, Claude. A Eficácia Simbólica. In: LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.

<sup>113</sup> KNIBIEHLER, Yvonne. Corpos e corações. In: DUBY, Georges & PERROT, Michele. (orgs.) **História das mulheres: o século XIX**. Porto: Edições Afrontamento, 1994. p. 357.



*tailleur*, conjunto de saia e casaco do mesmo tecido, que ainda hoje é reeditado por sua *Maison*, vestiu as mulheres durante a Primeira e a Segunda Guerra, e a moda, bem como o estilo de vida de *Mademoiselle*, impulsionados pelo sucesso do romance de Victor Margueritte, *La Garçonne*, que vendeu um milhão de cópias na Europa e foi traduzido para doze línguas, reinaram no período entre guerras.

A figura 50 (p. 94) mostra Gabrielle Chanel usando alguns de seus clássicos como as pérolas em profusão, o vestido preto e o cabelo curto, que, segundo Anne-Marie Sohn (1995), tornou-se o símbolo da mulher independente: “Nestas condições, a mulher emancipada já não é uma mulher, é uma *garçonne*”.

Após Worth ter constituído o campo da moda como alta costura, Chanel definirá a matriz estilística que compõe o campo da moda até os dias atuais, composta por dois paradigmas: o da alta costura e o do *prêt-à-porter*, convivendo juntos, sem que um elimine o outro. Ao vestir as mulheres que se emanciparam com a Guerra, como ela própria, Chanel mudou os rumos da moda, estabelecendo o princípio da roupa pronta para vestir que viria a se consolidar no final dos anos 50. Segundo Thébaud (1995):

Para as mulheres das camadas médias e abastadas, habituadas às atividades de caridade, a guerra é um período de intenso ativismo, que derruba as barreiras sociais como os rigores da moda ou da sociabilidade burguesas. (...) A morte do espartilho, o encurtamento das saias, a simplificação do traje (do *tailleur* aos tecidos de jérsei criados por Gabrielle Chanel), libertam o corpo e facilitam os movimentos.

Como contraponto à moda prática proposta por Chanel, a figura 51 (p. 95) mostra os vestidos fantasiosos de Elsa Schiaparelli, que ainda fazem referência à *Belle Époque*. As duas estilistas freqüentavam o mesmo círculo artístico em Paris durante os anos 20 e 30 e, embora recebessem influências semelhantes, suas criações eram de estilos opostos. Podem-se

ler as imagens dos modelos de Chanel e Schiaparelli como comunidades de estilistas que convivem sob o mesmo paradigma da alta costura, dentro do campo da moda.

Thomas Kuhn (2003) coloca “que as crises são uma pré-condição necessária para a emergência de novas teorias”. Durante a Segunda Guerra Mundial, com a ocupação alemã na França, a partir de 1940, a conjuntura faz com que a moda parisiense criasse novas maneiras de se manter, apesar do racionamento da matéria-prima e da ausência de alguns dos mais importantes costureiros. As figuras 52, 53 e 54 (p. 97) mostram a moda feminina durante a Segunda Guerra, mais sóbria e austera do que no período precedente, inspirada nos uniformes militares. As roupas que precisavam ser confortáveis e duradouras denotam a influência da moda de Chanel, principalmente pelo uso do *tailleur*, embora sua *Maison* estivesse fechada para a fabricação de roupas durante todo o período da guerra, vendendo somente perfumes, o que evidencia novamente a “eficácia simbólica” (Lévi-Strauss, 1975) de sua marca. Segundo Bourdieu (2004:152):

No caso da alta costura, todo o aparelho de produção e circulação está orientado especificamente, não para a fabricação de objetos materiais, mas para a produção do poder quase mágico, atribuído a um homem singular, de produzir objetos que são raros pelo simples fato de que ele os produz, ou melhor ainda, de conferir a *raridade* pela simples imposição da *griffe*, como ato simbólico de marcação, a quaisquer objetos, inclusive, não fabricados por ele.

Como nas “Revoluções Científicas” de Kuhn (2003) quando um novo paradigma substitui um antigo, segundo Christian Dior (1955), uma moda sempre vem em reação à moda precedente. Desta maneira, contra os requisitos práticos e funcionais pregados por Chanel, o costureiro que abriu sua *Maison* em 1947 propôs uma moda inspirada na *Belle Époque*: cintura fina, saias amplas e ombros arredondados, como mostram as figuras 55, 56 e 57 (p. 98, 99 e 100). Após a Segunda Guerra, o *New Look* (ver p. 69) de Dior trouxe os olhares de volta a Paris, mostrando que o *glamour* e o luxo estavam de volta, desta vez, um desejo das próprias

mulheres, que, após todas as responsabilidades que a guerra lhes impusera, aderiram à silhueta proposta por Dior. “O novo visual, com antigos conteúdos”, conforme cita Charlotte Seeling (2000), foi ao encontro da nova realidade econômica e social onde o homem, de volta ao lar, providenciava o sustento da família e à mulher, devidamente feminina, cabia cuidar da casa e dos filhos, com a ajuda de eletrodomésticos que surgiram para facilitar seu dia-a-dia.

As novas regras para o vestuário feminino, que combinavam o chapéu, luvas, sapatos, e o retorno do espartilho, a exemplo do *tailleur Bar* de Christian Dior (Fig. 55, p. 98), incluíam ainda as meias de náilon, decotes somente para a noite e tecidos de acordo com a hora do dia. As diversas publicações femininas auxiliavam a mulher nestas tarefas, como escolher a roupa certa para cada ocasião (as figuras 56 e 57, p. 99 e 100, mostram vestidos para a noite). Seeling (2000) reconheceu que a mulher só servia de rótulo ao sucesso do marido, envolvida em novos espartilhos e velhas convenções. A forma de ampulheta das roupas de Dior retratou o comportamento feminino dos anos 50, consolidou o campo da moda enquanto alta costura, marcando assim seu último período áureo e criando o símbolo que permaneceu influenciando a moda mesmo após a sua morte. Conforme Bourdieu (1983:160):

Em minha linguagem, o que faz o poder do produtor é o campo, isto é, o sistema de relações em seu conjunto. A energia é o campo. O que Dior mobiliza é alguma coisa que não é definível fora do campo; o que todos eles mobilizam, é o que o jogo produz, isto é, um poder que repousa na fé na alta costura.

Os anos 60 deram um novo impulso à moda: a geração *baby boom*<sup>114</sup> atingia a adolescência e com valores divergentes dos seus pais. A juventude que tinha poder aquisitivo não se interessou pela silhueta com cintura de vespa e saias longas de Christian Dior, pois queria impor seu próprio estilo, sem ter que seguir os ditames da alta costura. Yves Saint-

---

<sup>114</sup> Expressão que definiu o fenômeno do aumento significativo da taxa de natalidade que se produziu nos anos posteriores ao término da Segunda Guerra Mundial.

Laurent, percebendo esta mudança no comportamento, abriu a primeira boutique de *prêt-à-porter* de um *haut couturier*, alguns anos após ter saído da *Maison Dior*. Retomando a proposta de Chanel, Saint-Laurent consolida o campo da moda enquanto matriz estilística composta pelos paradigmas da alta costura e do *prêt-à-porter*.

Sua coleção de 1965, inspirada nos quadros de Mondrian (Fig. 58, p. 104) mostra a saia mais curta e a silhueta esguia e magra sem definição de cintura, que nos anos 60 foi imortalizada pela modelo Twiggy<sup>115</sup>, a primeira *top model*<sup>116</sup> que alcançou fama internacional. Além do comprimento das saias, a coleção de Saint-Laurent evidencia o diálogo entre o campo da arte e o campo da moda, que já acontecia desde Paul Poiret e suas constantes trocas com ilustradores e pintores, mas que aqui possui um outro sentido, uma vez que Mondrian não criou estampas específicas para Saint-Laurent, como acontecia com Salvador Dali e Elsa Schiaparelli, por exemplo. Yves Saint-Laurent fez uma série de vestidos trazendo as telas de Mondrian para um outro contexto – o campo da moda, sem que as telas perdessem seu aspecto de obra de arte e atribuindo um valor artístico aos seus vestidos, comprovando “que o que faz o valor da obra não é a raridade (unicidade) do produto, mas sim a raridade do produtor, manifestada pela assinatura, equivalente da *griffe*, isto é, a crença coletiva no valor do produtor e de seu produto” (Bourdieu, 1983: 171).

As coleções seguintes de Yves Saint-Laurent continuaram subvertendo padrões: *Africana*, de 1967, (Fig. 59, p. 105), mostrou pela primeira vez na alta costura vestidos de ráfia e linho bordados com contas de madeira e vidro e *Saharienne* (Fig. 60, p. 106), de 1968, entrelaçada de algodão bege, com cinto de argolas de bronze inspirada nos safáris, tornou-se

---

<sup>115</sup> Segundo Anne Higonnet (1995), Twiggy foi a mais perfeita encarnação do ideal físico dos anos 60, com seu aspecto de criança e magreza extrema, e contribuiu para tornar a magreza um ideal feminino moderno.

<sup>116</sup> Modelos que desfilam e fazem campanhas publicitárias, conhecidas mundialmente por seus cachês altíssimos.

um clássico do estilista. O *smoking*, que Saint-Laurent reeditou em suas coleções desde 1966 é mostrado na figura 61 (p. 107), de 1975, evidenciando a ambigüidade do masculino-feminino e apontando a calça como peça essencial do guarda-roupa feminino, lembrando Chanel e consolidando a matriz estilística que ela propôs. Conforme Bourdieu (2003:134), “cada geração está dominada por um costureiro (Chanel, Dior, Courrèges, etc.), aquele mesmo que, como se diz, marcou época ao introduzir, na história relativamente autônoma da moda, a ruptura iniciadora de um novo estilo”.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em seu livro *O Império do Efêmero* (1989), Lipovetsky já apontava que para analisarmos a história da moda devemos, primeiramente, aceitar que ela “não pertence a todas as épocas, nem a todas as civilizações”. O começo localizável da moda na história, colocado pelo autor entre os séculos XIV e XV, no Ocidente moderno, permite que visualizemos a moda como um fenômeno social, que afeta diversas esferas além do vestuário. No entanto, é preciso também que saíamos da clássica periodização da história da moda em séculos e décadas, para que percebamos seus grandes momentos de transformação e suas relações com o comportamento feminino.

Vimos que, embora as mudanças no vestuário acelerem-se com a aristocracia europeia entre os séculos XIV e XIX, o campo da moda só se constitui, efetivamente, quando Charles F. Worth abre sua *Maison* e sistematiza a apresentação das novidades. As regras que o pai da alta costura fixou em 1858 revolucionaram a moda, definiram um paradigma e circunscreveram o campo por meio da crença no poder do costureiro. Como verdadeiros artistas, os criadores de moda revolucionarão a alta costura durante cem anos, até que outro paradigma se consolide – o *prêt-à-porter*, e ambos formem uma matriz estilística.

A silhueta em “S” da *Belle Époque*, proposta por Charles Worth mostrava uma mulher dividida em dois blocos: um destacava os seios, o outro as ancas, sendo que os dois

eram unidos por uma cintura extremamente fina. Para isso, eram necessários artifícios como o espartilho e as anquinhas, instrumentos que tolhiam os movimentos femininos e algumas vezes impediam as mulheres até mesmo de respirar! Nem os conselhos médicos, que alertavam as mulheres dos danos causados pelo espartilho, conseguiram que seu uso fosse diminuído, pois a crença no costureiro era mais forte: era Worth quem determinava o que as mulheres usariam ou não.

Porém, o século XX trouxe novas práticas para as mulheres, elas conquistaram novos espaços na sociedade, já tinham direito ao voto em alguns países e queriam andar de bicicleta, jogar tênis e tomar banhos de mar, práticas que eram incentivadas para o bem da saúde. Foi Paul Poiret quem criou uma moda que atendesse a essas novas demandas, abolindo o espartilho, mas, como ele mesmo disse, “aprisionando as pernas”. Ainda não era tempo de total emancipação, entretanto, o ganho para a saúde feminina foi considerável e os estilos de Poiret retratavam as mudanças que o novo século trouxe. A inspiração oriental, oposta à silhueta anterior, foi outra revolução na moda, pois a silhueta em “S” seria completamente abandonada, até Dior retomá-la, em 1947.

A terceira revolução acontece com Gabrielle Chanel, que a partir das roupas que criava para suprir suas necessidades, acabou por preencher as necessidades de outras mulheres emancipadas como ela. O *tailleur* se tornou um marco, assim como o vestido preto, os cabelos curtos e os itens do guarda-roupa masculino adaptados para as mulheres. Inspirada pelo espírito funcionalista da *Bauhaus*<sup>117</sup> e pelo círculo artístico que freqüentava, Chanel definiu a matriz estilística que compõe a moda até os dias atuais: paradigma da alta costura e do *prêt-à-*

---

<sup>117</sup> As filosofias da *Bauhaus* representaram o supra-sumo do modernismo, embora a escola de *design* só tenha existido entre 1919 e 1933, quando foi fechada pelos nazistas. Entre seus expoentes estavam os mais influentes arquitetos e *designers* dos tempos modernos, inclusive Mies van der Rohe, Walter Gropius e Marcel Breuer.

*porter*, que foi retomada por Yves Saint-Laurent nos anos 60. Quando Christian Dior retomou a silhueta em “S”, adaptando para a forma em ampulheta, e a popularizou, Chanel manteve-se convicta de que a praticidade e a funcionalidade deveriam guiar a moda e seu estilo foi mantido mesmo após a sua morte, pois, segundo Bourdieu (1983:159), o campo da moda é “um campo onde ao mesmo tempo há a afirmação do poder carismático do criador e a afirmação da possibilidade de substituição do insubstituível”. Ou seja, é possível continuar desenvolvendo o estilo de Chanel, em sua *Maison*, mesmo sem a presença da criadora, dada sua “eficácia simbólica”.

Embora Dior não tenha feito nenhuma revolução na moda, sua contribuição foi significativa na medida em que ele consolidou o campo da moda enquanto alta costura no período subsequente à Segunda Guerra Mundial, quando a hegemonia parisiense como lançadora de tendências de moda estava enfraquecida. As formas propostas por Dior possuem também um grande poder simbólico, pois ao retomar as linhas de Worth e adaptá-las a sua época, Dior criou um modelo que foi divulgado pelo mundo, estabeleceu o sistema de licenciamentos e organizou sua *Maison* de modo que ela oferecesse desde os sapatos, até os chapéus e as luvas, que eram essenciais para compor seu *total look*, tornando-se, em apenas dez anos de carreira, um dos maiores costureiros do século XX.

Neste trabalho, Yves Saint-Laurent é considerado como o costureiro que marca o período de transição entre o fim do período áureo da alta costura e a ascensão do *prêt-à-porter*, pois ele retoma os conceitos de Chanel e consolida a matriz estilística do campo da moda. A partir dele, o último dos grandes costureiros a se aposentar, a moda pronta para vestir segue rumos diferentes mas paralelos e simultâneos de sua antecessora – a alta costura. Novos

---



criativos começam a surgir em diversas capitais europeias e, posteriormente, no resto do mundo. Londres, Milão, Tóquio e Nova York passam a desenvolver novos estilos de moda, com estilistas que buscam suas influências no comportamento da juventude, nas ruas, nos movimentos de contracultura, e estas inspirações marcam as tendências da última metade do século XX e início deste século. Todavia, estas novas tendências são fiéis a matriz estilística Chanel – Yves Saint-Laurent.

Durante cem anos, as revoluções que aconteceram na alta costura retrataram as transformações no comportamento social feminino, como pudemos perceber na análise das imagens. Esta é uma das abordagens que se pode dar à história da moda: uma história de revoluções, o que permitirá, num próximo trabalho, analisar o *prêt-à-porter* sob o mesmo aspecto, uma vez que “cada campo tem suas próprias formas de revolução e, portanto, sua própria periodização. E as rupturas dos diferentes campos não são necessariamente sincronizadas”. Bourdieu (1983:157) sublinha a relação entre as revoluções específicas e as mudanças externas. Enfim, Dior (1955) descreve e sintetiza o campo da moda enquanto alta costura e anuncia o *prêt-à-porter*:

Les robes que nous créons sont, je le reconnais, accessibles à un petit nombre. Il ne faut pas le déplorer. L'élite est nécessaire à une société. Et puis, la création de haute couture possède au moins deux justifications essentielles. Tout d'abord, elle est un prototype, et, comme telle, coûteuse. Ensuite, elle représente un trésor d'artisanat consciencieux, un triomphe de tour de main, une manière de chef d'oeuvre; elle représente des centaines d'heures de travail. Voilà pour sa valeur intrinsèque. Mais elle en possède une autre, inestimable. Elle est en avance sur son temps et complètement inédite. Et c'est elle qui, demain, par la façon dont elle sera portée, fera la mode de Paris, la mode du monde. Du couturier, elle gagne les boutiques, puis les confectionneurs. De là, elle envahit les vitrines et les rues. Presse, radio, cinéma, télévision s'emploient à hâter sa démarche. Em quelques mois, la grande migration de la mode s'est accomplie. Alors chacune, selon ses moyens, *s'accommode*, ou, si vous préférez, se met à la mode.<sup>118</sup>

---

<sup>118</sup> “Os vestidos que criamos são, eu reconheço, acessíveis a poucos. Não é preciso lamentar. A elite é necessária a uma sociedade. E depois, a criação de alta costura possui ao menos duas justificativas essenciais. Primeiro,

---

ela é um protótipo, e, como tal, custosa. Em seguida, ela representa um tesouro de artesanato consciente, um triunfo de habilidade, um gênero de obra-prima; ela representa centenas de horas de trabalho. Está aí seu valor intrínseco. Mas ela possui um outro, inestimável. Ela está à frente do seu tempo e é completamente inédita. E é ela que, amanhã, pela maneira como será usada, fará da moda de Paris, a moda do mundo. Do costureiro, ela ganha as boutiques, depois as confecções. De lá, ela invade as vitrines e as ruas. Imprensa, rádio, cinema, televisão se consagram a acelerar sua caminhada. Em alguns meses, a grande migração da moda se realizou. Agora cada um, segundo seus meios, se *acomoda*, ou se coloca na moda”. DIOR, Christian, 1955. (Tradução livre da autora).

## REFERÊNCIAS

AGRA, Lucio. **História da arte do século XX: idéias e movimentos**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

ALMEIDA, Adilson José de. Moda e história. In: WAJNMAN, Solange; ALMEIDA, Adilson, José de.(orgs.). **Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico**. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

AMARAL, Maria Adelaide. **Mademoiselle Chanel**. São Paulo: Globo, 2004.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Campinas: Papyrus, 2002.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 11<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

\_\_\_\_\_. **Sistema da Moda**. Lisboa: Edições 70, 1999.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

\_\_\_\_\_. **Chanel**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1999.

BENAÏM, Laurence. **Yves Saint-Laurent: uma biografia**. São Paulo: Siciliano, 1994.

BERGÉ, Pierre. **Yves Saint-Laurent**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1999.

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003a.

\_\_\_\_\_. **Razões Práticas**. 4ª ed. Campinas: Papyrus, 2003b.

\_\_\_\_\_. **A Produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. 2ª ed. São Paulo: Zouk, 2004.

\_\_\_\_\_. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CALDAS, Dario. **Universo da Moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.

CARMEL-ARTHUR, Judith. **Bauhaus**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2001.

CAWTHORNE, Nigel. **The New Look: the Dior revolution**. New Jersey: Wellfleet Press, 1996.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

DEL PRIORE, Mary. (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2000.

DIOR, Christian. **Conférences écrites par Christian Dior pour la Sorbonne, 1955-1957**. Paris: Éditions du Regard, 2003.

DUBY, Georges; ARIÈS, Philippe. (org.). **História da vida privada**. Vols. 4 e 5. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

DUBY, Georges; PERROT, Michelle. (org.). **História das mulheres**. Vols. 4 e 5. Porto: Edições Afrontamento, 1994.

ECO, Umberto. O Hábito fala pelo monge. In: ALBERONI, Francesco et al. **Psicologia do vestir**. Lisboa: Assírio & Alvim, 1975.

FAUX, Dorothy Schefer et al. **Beleza do século**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.

FONTANEL, Béatrice. **Sutiãs e espartilhos: uma história de sedução**. Rio de Janeiro: Salamandra, 1998.

FUKAI, Akiko. **Moda: uma historia desde el siglo XVIII al siglo XX**. Barcelona: Taschen, 2003.

FUNDAÇÃO ARMANDO ÁLVARES PENTEADO. **Mademoiselle Chanel**. São Paulo, 2004. Catálogo de peça teatral.

GOETZ, Adrien. **Le Style Marie-Antoinette**. Paris: Éditions Assouline, 2005.

GOMBRICH, E. H. **Histoire de l'art**. Paris: Phaidon, 2001.

HARVEY, John. **Homens de preto**. São Paulo: UNESP, 2003.

HOLLANDER, Anne. **O Sexo e as roupas: a evolução do traje moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

KÖHLER, Carl. **História do vestuário**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

KUHN, Thomas S. **A Estrutura das revoluções científicas**. 8ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

LAVÉ, James. **A Roupas e a moda: uma história concisa**. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LEHNERT, Gertrud. **História da Moda do século XX**. Colonia: Könemann, 2001.

LÉVI-STRAUSS, Claude. A Eficácia Simbólica. In: LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

\_\_\_\_\_. **A Terceira mulher: permanência e revolução do feminino.** São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles & ROUX, Elyette. **O Luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LURIE, Alison. **A Linguagem das roupas.** Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

LUSSIER, Susanne. **Art deco fashion.** London: V&A Publications, 2003.

MARINHO, Maria Gabriela S. M. Moda: condicionantes sociais de sua institucionalização acadêmica em São Paulo. In: WAJNMAN, Solange; ALMEIDA, Adilson, José de.(orgs.). **Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico.** São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

MENDES, Valerie; DE LA HAYE, Amy. **A Moda do século XX.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. **A Moda no século XX.** Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2000.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80.** São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

OLIAN, JoAnne. **The House of Worth: the gilded age 1860 – 1918.** New York: Museum of the city of New York, 1982.

PALOMINO, Érika. **A Moda.** São Paulo: Publifolha, 2001.

POCHNA, Marie-France. **Dior.** São Paulo: Cosac & Naify, 2000.

PRINGLE, Colombe. **Roger Vivier.** New York: Universe Publishing, 1999.

RAUEN, Fábio José. **Roteiros de investigação científica.** Tubarão: Editora Unisul, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SEELING, Charlotte. **Moda: o século dos estilistas**. Colonia: Könemann, 2000.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das roupas: a moda no século dezenove**. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

VEILLON, Dominique. **Moda & guerra: um retrato da França ocupada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As Espirais da moda**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

WALLACH, Janet. **Chanel, seu estilo e sua vida**. São Paulo: Mandarim, 1999.

WHITE, Palmer. **Poiret: o destino de um grande costureiro**. São Paulo: Globo, 1990.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos: moda e modernidade**. Lisboa: Edições 70, 1989.

Este trabalho foi digitado conforme o Modelo:  
“Dissertação”  
do Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem  
da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL  
desenvolvido pelo Prof. Dr. Fábio José Rauen.



