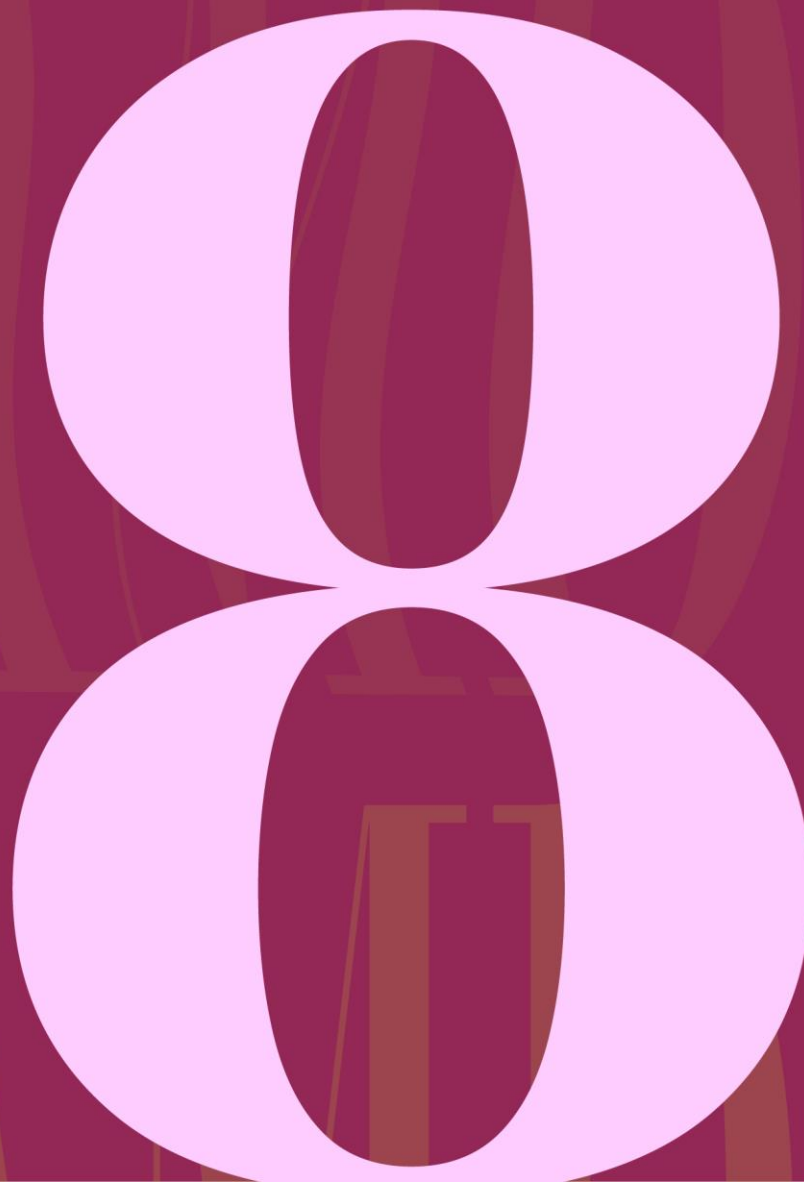


# Editorial



## Reflexões sobre as modas que circulam no espaço transatlântico

Imagem 1: *Portrait de la couturière habillant une poupée du théâtre de la mode en 1945*



Fonte: Jeanne Lanvin – *Portrait de la couturière habillant une poupée du théâtre de la mode en 1945*. Disponível em: <https://www.diktats.com/products/jeanne-lanvin-portrait-de-la-couturiere-habillant-une-poupee-du-theatre-de-la-mode-en-1945>. Acesso 08 de maio de 2024.

A imagem usada para ilustrar a chamada de artigos para o Dossiê “A circulação transatlântica da moda no século XX: aspectos culturais e simbólicos” retrata Jeanne Lanvin vestindo uma boneca para o Théâtre de la Mode, por volta dos

anos 1950. O Théâtre foi um dos projetos conduzidos pelo grupo sindical francês da Alta Costura, a Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, visando a recolta de fundos através da propaganda da dita “moda francesa”. Como nos mostra Lottman et. al. (1990 e Maselli (2018), ele consistia na apresentação de bonecas de 70 centímetros de altura, corpo de metal e cabeça de plástico, que vestiam as criações de grandes *maisons* da época, como Balmain, Schiaparelli, Dior, Lelong e Balenciaga. Muitas das roupas apresentadas eram réplicas em miniatura de coleções atuais, costuradas com detalhes e bordados para reproduzir aquelas de maior escala. Com um cenário desenhado por artistas franceses reconhecidos, como Christian Bérard, Boris Kochno e Jean Cocteau, a exposição foi aberta, primeiramente, no Musée des Arts Décoratifs de Paris e foi prolongada por várias semanas. Após Paris, a exposição foi apresentada em Londres, Leeds, Barcelona, Copenhagen, Viena e, finalmente, Estados Unidos.

O caso é emblemático para as intenções do Dossiê, na medida em que revela algumas condições e meios de circulação da moda na época, salienta a preocupação de alguns agentes com a manutenção da Alta Costura enquanto um fenômeno que representa a França, e suscita a reflexão sobre as possibilidades de alcance dessas roupas como vestuário, mas também enquanto símbolos. Foram essas mesmas questões que motivaram a organização de uma jornada de estudos realizada virtualmente em novembro de 2022, cujo resultado é apresentado nas próximas páginas. Na ocasião, oito pesquisadoras e um pesquisador de diferentes países (Brasil, Estados Unidos, França, Inglaterra e Noruega) foram convidados a refletir sobre a moda enquanto objeto de estudo teórico e prático, podendo ser analisada a partir de pelo menos duas dimensões complementares: a produção e o consumo.

Na primeira dimensão, o fenômeno é pensado em termos de uma produção cultural humana, desenvolvida no tempo e espaço históricos, por agentes autorizados a criar, definir e intervir nos aspectos materiais que caracterizam a moda. Como argumentaram Pierre Bourdieu e Yvette Delsaut (1976), as definições do que é ou não moda envolvem uma série de lutas simbólicas e econômicas entre esses agentes, produzindo hierarquias de maneira contínua.

Na segunda perspectiva, enquanto portadora de um conjunto de adjetivos, códigos e símbolos, a moda contribui para a construção do gosto e da aparência e, dessa forma, produz identidades individuais e coletivas que podem tanto aproximar, quanto distanciar pessoas. Nessa dinâmica, Georg Simmel (2022) demonstrou o interesse de certo grupo em reproduzir e copiar a aparência de outro; ou a tentativa de um grupo copiado de se distinguir com uma nova aparência. Ambas as dimensões são pautadas pelos circuitos de consumo de bens da moda, que ocorrem de formas diferentes no tempo e no espaço. Eles são influenciados pelas próprias regras da moda; pelos processos econômicos, políticos e culturais; estão sincronizados com o ritmo da modernidade e são constantemente renovados.

Fernand Braudel (2005) afirmava que, desde o século XVIII, a moda havia ganhado um sentido de atualidade. Ora, como Kurkdjian (2020) afirma, é a partir dessa época que Paris surge simbolicamente como a capital da moda, ponto de referência para o Ocidente e especialmente para as novas nações americanas independentes. Véronique Pouillard (2021), por sua vez, declara que a relação entre Paris e Nova Iorque, nesse sentido, é paradigmática, o que faz do Atlântico um espaço essencial para refletir sobre essas circulações. Para a autora, enquanto as empresas com sede em Paris davam o tom dos estilos de moda, Nova Iorque se destacava por ser um importante centro de produção em massa de roupas, grande parte das vezes baseando-se nos estilos criados em Paris. Entretanto, Pouillard (2021) também admite que, além dessas duas cidades, é importante levar em consideração o papel de outros polos de produção, como Londres, e de recepção, como o Rio de Janeiro.

Considerando o ponto de vista do consumo, é possível afirmar que há uma reconfiguração das dinâmicas com a Ocupação de Paris entre 1940 e 1944. Lou Taylor e Marie McLoughlin (2020) demonstram que ainda que poucas notícias ou produtos de moda tenham saído da cidade nessa época, o estilo definido por certos agentes que habitavam na capital francesa deixou de estar confinado nas fronteiras do país: eles passam a ser difundidos em toda a Europa, nos Estados Unidos e no Brasil. Ao mesmo tempo, estes circuitos apresentam o que Jean-François Botrel considera como "uma dimensão identitária, que expressa o desejo de se perceber fora do prisma francês e de privilegiar ou apoiar o que é nacional [e] outro, mais utilitário, mas também

com um objetivo patriótico, que reivindica a transferência para fins de progresso, de reforma" (2012, p. 62, acréscimo nosso).

Assim sendo, a circulação transatlântica dos bens da moda durante o século XX pareceu ser uma boa chave de análise para interpretar e compreender as teorias e práticas do fenômeno, tanto em sua dimensão cultural quanto simbólica. Além disso, o tema é valioso para refletir sobre as configurações da moda; quais são os modos de transmissão de seu *savoir-faire*; os agentes que definem e apoiam seus movimentos de produção, circulação e consumo, entre outros. A rede de saberes que envolve a moda enquanto um fenômeno social também permite lançar uma perspectiva pedagógica sobre a dimensão do ensino e a formação dos profissionais (professores, designers, etc.) nessa área do conhecimento. Ela integra um campo do saber múltiplo, na medida em que engloba noções de corte, costura, tecelagem, artes, moldes, e demais ramos que dinamizam o aprendizado de nosso objeto de estudo.

A partir dessa proposta, o presente Dossiê se constitui a partir da reunião de quatro artigos produzidos por três pesquisadoras e um pesquisador situados em quatro países diferentes (Brasil, Estados Unidos, França e Noruega), cujas pesquisas permitem averiguar os múltiplos espaços transatlânticos pelos quais a moda transitou, impactando econômica, política e culturalmente diferentes indivíduos e suas respectivas sociedades em variados tempos.

Para abrir esse conjunto de pesquisas, Everton Vieira Barbosa propõe analisar as narrativas sobre a ideia de moda brasileira impressas em periódicos publicados entre os séculos XIX e XX. Para desenvolver sua análise no artigo intitulado "A ideia de uma moda brasileira na imprensa: reflexões decoloniais no espaço transatlântico", o autor coloca em perspectiva histórica, e em diálogo com os estudos decoloniais, o contexto do período e sua relação com a moda francesa, reconhecida pelo poder simbólico que ela portava perante outras nações, como o Brasil.

Em um primeiro tempo, o artigo coloca em evidência alguns textos de brasileiros e estrangeiras que criticavam a moda francesa no século XIX, reivindicando a produção de uma moda nacional, o que permite refletir sobre as relações de poder entre indivíduos e grupos estabelecidos em países centrais e periféricos diante da imposição de um estilo de vestuário francês, dito como universal. Esse jogo de forças

parece ficar um pouco mais equilibrado na primeira metade do século XX, quando o autor apresenta, em um segundo momento, como o contexto das duas guerras mundiais, a expansão do cinema hollywoodiano e o desenvolvimento das indústrias têxteis contribuíram para que a imprensa brasileira passasse a destacar outros modos de se vestir, como o americano e, na sequência, o brasileiro.

Diante desses três acontecimentos, e sem deixar de lado a perspectiva decolonial para refletir a respeito das relações de poder no sistema-mundo, o artigo traz à cena certos questionamentos feitos por redatores e indivíduos interessados no universo da moda, sobre os elementos necessários para a produção de uma moda brasileira. Conforme pode ser observado, o discurso sobre uma moda nacional ganharia cada vez mais espaço na imprensa com os esforços empreendidos pelos proprietários de indústrias têxteis para divulgarem seus produtos.

Vê-se, portanto, uma primeira empreitada para deixar de copiar o modelo estrangeiro e valorizar a produção nacional. Como frisa o autor, essa poderia ser uma chave analítica para se pensar uma moda decolonial sob o prisma da imprensa, mas sem perder de vista o sentido linguístico e plural desse fenômeno social, e levando em consideração os saberes dos povos originários, dos negros e demais indivíduos e grupos negligenciados no passado.

O próximo artigo permite refletir e compreender como, diferentemente do cinema hollywoodiano evocado anteriormente, as vestimentas produzidas nos Estados Unidos puderam circular de modo físico no espaço transatlântico. Escrito pela pesquisadora Sarah Johnson, o artigo, intitulado “O departamento de exportação de Montgomery Ward, Correio Internacional de Pacotes e Clientes Latino-Americanos de pedidos postais, 1900-1940”, apresenta o desenvolvimento de um sistema de exportação internacional americano e demonstra como ele contribuiu para fazer circular, no espaço atlântico, catálogos de produtos e, com eles, roupas que compunham um estilo de vestir americano.

Além de destacar os diferentes espaços onde os catálogos e seus respectivos produtos chegavam, a autora explica como as transformações tecnológicas na virada do século XIX para o século XX, o discurso pan-americanista e os conflitos ocorridos entre os Estados Unidos e a Espanha contribuíram, de um

lado, para a ampliação das vendas sob encomenda internacionais e, de outro, para aumentar o poder de influência estadunidense em todo o continente americano.

No que diz respeito à venda de roupas prontas produzidas nos Estados Unidos para o estrangeiro, a autora coloca em evidência a importância de Chicago enquanto centro do departamento de exportação de Montgomery Ward, mas sobretudo o grande polo têxtil que se desenvolveu na região para atender à crescente demanda internacional. A grande quantidade de anúncios publicados em jornais e revistas no exterior e, conseqüentemente, a tradução para o espanhol e português, permite constatar a importância que a venda de roupas americanas havia adquirido na América.

Já abordando o século XX, o terceiro artigo do dossiê apresenta uma nova dinâmica de circulação da moda que surge no espaço transatlântico. Escrita pela professora Véronique Isabelle Claire Pouillard, a pesquisa, intitulada “Licenciamento de moda de luxo nas economias transatlânticas e coloniais: Além de Paris e Nova York”, traz à tona as estratégias comerciais utilizadas por grandes marcas de moda para fazerem produzir e circular seus produtos em outros países.

Segundo a autora, um dos principais desafios das empresas de Alta Costura parisienses era exportar a produção para outros países, como os Estados Unidos. Ela destaca que a solução encontrada, encabeçada por Dior, foi a abertura de filiais, a criação de designs adaptados ao estilo de vida estadunidense, além de utilizar os produtos disponíveis no próprio país, o que evitaria o pagamento das tarifas alfandegárias. Assim, a estratégia permitiria que diferentes empresas de luxo se instalassem em várias regiões do planeta, adotando as licenças como forma de se fazer presente através da produção local.

Com a fixação das licenças entre França e América, a autora destaca a necessidade que essas empresas de luxo tiveram no pós-guerra de expandirem a estratégia para outros espaços, como no caso da África. Além do domínio colonial que os países europeus exerciam no continente, a autora destaca a importância da imprensa na circulação de ideias e a instalação de lojas de departamentos que funcionavam como filiais das marcas de moda.

Ao tomar como exemplo o Congo, Ruanda e Burundi, antigas colônias belgas, o artigo apresenta como a marca Dior penetrou e difundiu seus produtos no

comércio local na década de 1950, seguida por outras marcas de moda francesa, mas também belga e norte-americana. Assim, a autora destaca como as principais marcas de moda do período expandiram seus negócios para além do espaço transatlântico, ao mesmo tempo em que apresenta como os espaços coloniais foram integrados à globalização comercial da moda.

Para centrar os estudos sobre as empresas de moda parisiense e classificá-las como uma marca da Alta Costura, o quarto artigo do dossiê propõe pensar as redefinições que o termo ganhou no século XX pela *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* e as intervenções do Estado francês. Escrito pela pesquisadora Bárbara Venturini Ábile, o artigo, intitulado “Redefinindo a Alta Costura: colaborações entre a Chambre Syndicale de la Couture Parisienne et o Estado francês no século XX”, aborda a história da criação do sindicato por costureiros instalados em Paris e sua importância na definição, organização e delimitação dos aspectos que tangem o *métier* dos costureiros sob medida.

Ao tomar a noção de campo (Bourdieu, 1966; 2022) para tratar a institucionalização da câmara sindical e seu papel social no universo da moda no pós-guerra, a autora mostra quais eram os critérios adotados para classificar as casas de moda parisienses. Junto disso, também são apresentadas as hierarquias de poder simbólico que se criavam entre os costureiros membros dessa instituição.

Conforme destaca a autora, desde a regulamentação da nomenclatura Alta Costura, em 1945, até a década de 1960, houve uma significativa diminuição no número de aderentes da câmara sindical, devido à dificuldade de seguir os critérios estabelecidos pela instituição. Além disso, a produção da costura sob medida passa por dificuldades financeiras, levando a câmara sindical solicitar subvenções ao Estado francês, que intervém com uma ajuda financeira.

Para além da intervenção financeira, o Estado francês também agiu por meio de internacionalização de propagandas, atravessando o espaço transatlântico. No entanto, como é evidenciado pela autora, a contribuição do Estado francês delimitou ainda mais a participação das casas de costura. Se no início de sua fundação, a câmara sindical tinha como função agregar e proteger os produtores dos diferentes segmentos de roupas sob medida, com a criação da nomenclatura Alta



Costura e a intervenção do Estado, a instituição acabou se tornando aos poucos um instrumento político usado para promover e internacionalizar a moda parisiense.

A partir dessas contribuições, o Dossiê em questão propõe quatro perspectivas para pensar a circulação da moda no espaço transatlântico. Como deixa claro o exemplo do Théâtre de la Mode, o fenômeno social em questão é um produto condicionado ao tempo e ao espaço no qual é produzido e utilizado, refletindo os paradigmas de seus contemporâneos. Assim, ao mobilizar interesses pessoais e coletivos, servir como objeto de desejo e de disputa, e refletir sobre as dimensões políticas, econômicas e culturais, a moda permite, como será mostrado nos artigos a seguir, analisar as representações sociais, suas práticas e, assim, melhor entender o mundo que nos cerca.

Ficam, então, os votos de boa leitura.

Bárbara Venturini Ábile (Unicamp)

Everton Vieira Barbosa (Université Catholique de Lille)

Mai de 2024.

Revisão gramatical: Cinthia Maria Ramazzini Remae

## Referências:

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **Microcosmes : Théorie des champs**. 1er édition ed. Paris: Liber/Raisons d’agir, 2022.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, nº34, 2001.

BOTREL, Jean-François. Impressos sem fronteiras no século XIX (França/Espanha/América Latina). In: GUIMARÃES, Valéria (Org.). **Transferências culturais: o exemplo da imprensa na França e no Brasil**. Campinas, SP: Mercado de Letras; São Paulo: Edusp, 2012

BRAUDEL, Fernand. **Civilização Material, Economia e Capitalismo - Séculos XV-XVIII: As Estruturas do Cotidiano**. Volume 1. SP: Editora Martins Fontes, 2005.

KURKDJIAN, Sophie. From Paris haute couture to New York: maintaining the French domination of fashion across the Atlantic, 1939-1946, through women’s magazines. In: TAYLOR, Lou; MCLOUGHLIN, Marie. **Paris Fashion and World War Two: Global Diffusion and Nazi Control**. London: Bloomsbury Visual Arts, 2020, pp. 115-138.

LOTTMAN, H. R.; GASC, N.; CHARLES-ROUX, E. **Le Théâtre de la mode** : [exposition, Paris, Musée des arts de la mode, palais du Louvre, pavillon de Marsan, 10 mai-9 septembre 1990]. Paris: Ed. du May, 1990.

MASELLI, I. Lucien Lelong and the Théâtre de la Mode: the Preservation of Haute Couture during Wartime. **Journal of Tourism, Culture and Territorial Development**, v. N.09, 2018.

POUILLARD, Véronique. **Paris to New York: The Transatlantic Fashion Industry in the Twentieth Century**. Harvard University Press, 2021.

SIMMEL, Georg. **Philosophie de la mode**. Traduit de l’allemand par Arthur Lochmann. Paris: Allia, 2013.

TAYLOR, Lou; MCLOUGHLIN, Marie. **Paris Fashion and World War Two: Global Diffusion and Nazi Control**. London: Bloomsbury Visual Arts, 2020.