

artigos





# Moda, gênero e ascensão social. As mulheres da alta- costura: de artesãs a profissionais de prestígio<sup>1</sup>

*Fashion, gender and upward social mobility. Women's involvement in haute couture: from seamstresses to renowned professionals*

[MARIA LUCIA BUENO]

Doutora em Ciências Sociais. Professora do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF, MG.

E-mail: [marialucia.bueno@gmail.com](mailto:marialucia.bueno@gmail.com)

**[resumo]** O modernização da moda feminina, que ocorreu no interior da alta-costura francesa nas primeiras décadas do século XX, foi responsável pela projeção internacional e econômica do setor, assim como pela ascensão social e profissional de um grupo de mulheres que esteve na liderança desse processo. O objetivo dessa reflexão é abordar alguns aspectos desse movimento, tendo a questão de gênero como uma das perspectivas.

[ 103 ]

[palavras-chave]

moda e gênero, modernização do vestuário feminino, alta-costura francesa.

**[abstract]** The modernization of women's clothing, which took place within French haute couture in the first decades of the twentieth century, answer for the international and economic projection of the sector, as well as for the social and professional advancement of a group of women who was in the lead of this process. The purpose of this article is to address some aspects of this movement, with gender studies as one of the perspectives.

**[keywords]** fashion and gender modernization of women's clothing, French haute couture.

## Introdução

Os estudos sobre a moda, em sua maior parte, se expandiram tardiamente, a partir da década de 1980 (PERROT, P., 1981; LIPOVETSKY, 2002 ROCHE, 1989), cerca de 100 anos após o início da alta-costura francesa, ambientados num mundo da moda globalizado, que havia passado por muitas transformações e se consolidava numa nova fase, dominada pelo capital corporativo (MICHETTI, 2015). Muitas das visões e interpretações correntes das histórias da moda e seus personagens que circulam no senso comum atualmente, foram construídas pelos departamentos de publicidade de grandes marcas, que operam a partir de fragmentos de memórias reorganizados em função de seus interesses. Nesse cenário, uma parcela significativa dos designers contemporâneos criadores de novas tendências na moda de luxo, que são geralmente homens, atuam como funcionários de grandes conglomerados financeiros. Contudo, esta não foi sempre a tônica que pautou o funcionamento desse universo. No início do século XX, a alta-costura francesa passou por uma grande expansão econômica, projetando-se internacionalmente, tendo na liderança das empresas um segmento de empresários inovadores, dentre os quais as mulheres se sobressaíram, tanto em número quanto pela influência de suas ações nesse processo (SIMON, 1931; GRUMBACH, 1993). Nessa passagem da história, as páginas mais importantes, como a renovação das vestimentas femininas, foram escritas pelas mulheres empresárias da alta-costura (CRANE, 2006), responsáveis pela formação de um mercado internacional para a moda moderna, principalmente na década de 1920.

[ 104 ]

Nesse artigo, inspirado em estudos de gênero, como os que Linda Nochlin (2016) e Rosiska Parker e Griselda Pollock (2013) realizaram na história da arte, vamos trabalhar alguns aspectos da formação do mundo da moda da alta-costura, a fim de destacar a performance das estilistas mulheres à frente de transformações radicais que ocorreram nos primeiros 40 anos do século XX, a partir de Paris, mas que tiveram um impacto mundial.

Iremos abordar algumas mudanças na dinâmica da moda, a partir da alta-costura francesa, no período compreendido entre 1900 e 1939, e tendo como casos exemplares quatro mulheres: Jeanne Paquin (1869-1936), Jeanne Lanvin (1866-1946), Gabrielle Chanel (1883-1971) e Madeleine Vionnet (1876-1975). A escolha se deu em função da importância da atuação dessas personagens e de suas empresas para a consolidação de um campo da moda internacional nas primeiras décadas do século XX. Paquin liderou o primeiro esforço bem-sucedido de modernização da moda, ainda dentro da fase aristocrática e conservadora, introduzindo trajes, como o *desabillé* e o vestido diretório, que começavam a liberar o corpo feminino das crinolinas, anquinhas e espartilhos, que constrangiam qualquer possibilidade de movimentação. Chanel e Vionnet estiveram ligadas a um segmento mais radical e vanguardista da moda, que despontou durante a Primeira Guerra Mundial, priorizando a funcionalidade e rompendo com a

cultura ornamental. Lanvin se desenvolveu entre as duas tendências, mas sempre procurando contemplar uma silhueta afinada com o estilo de vida da mulher moderna.

Esse protagonismo feminino à frente da alta-costura francesa, como já apontaram vários autores (CRANE, 2006; DIOR, 2011; GRUMBACH, 1993; POUILLARD, 2016; STEELE, 1991), corresponde a um período singular da história da moda, compreendido entre o início do século XX e o começo da Segunda Guerra Mundial, em 1939<sup>2</sup>. Esta reflexão, fundamentada em uma pesquisa de campo nas bibliotecas francesas<sup>3</sup>, pretende trazer algumas informações e explicações sobre o fenômeno, mas sem pretensões de esgotar o tema.

### Alta-costura, sociedade de consumo e mundialização

O florescimento da sociedade de consumo no final do século XIX em grandes centros, como Paris, Londres e Nova York, resultou na emergência de uma nova dinâmica social e novas instituições urbanas, que aproximavam cultura, consumo, estética e lazer (ORTIZ, 1991). Em espaços como os museus, as galerias de arte, os cafés, os restaurantes, os teatros, as lojas de departamento, entre outros, assistimos a uma valorização dos estilos de vida das elites urbanas, que se manifestam numa estetização crescente de domínios como a moda (SIMMEL, 1989) e a gastronomia, que evoluem de práticas artesanais a práticas culturais legitimadas.

[ 105 ]

No caso da moda, a expansão e a consolidação da alta-costura francesa, no início do século XX, foi responsável pelo aparecimento de uma nova modalidade de empresário bem-sucedido, o costureiro (*le couturier*), que aparecia sempre no masculino. Diferentemente das costureiras e dos alfaiates, ligados aos ofícios e aos ateliês, atuavam a partir de seus escritórios, respondendo pelas decisões associadas ao estilo e ao marketing do produto desenvolvido pelos funcionários que trabalhavam nas oficinas de seus estabelecimentos. Em 1911 o setor exportava 65% da sua produção, taxa que em 1925 atingiu os 75%, levando a moda de luxo feminina a ocupar o segundo posto na balança de exportações francesa (DESCHAMPS, 1938). Os costureiros, afirmando-se como autoridades do gosto e gestores de uma empresa em expansão, despontaram como novos milionários, desfrutando de respeitabilidade social similar à dos políticos, banqueiros e demais industriais (SIMON, 1931; PICON, 2002; TROY, 2002).

Um dos nossos objetivos é destacar como o desenvolvimento dessa nova categoria elevou profissionalmente um segmento de mulheres, originárias das classes médias baixas e populares. Ao contrário do que aconteceu em domínios profissionais mais estabelecidos (TRASFORINI, 2007; PERROT, M., 2005), ocorreu uma predominância das mulheres à frente da indústria da moda nas primeiras décadas do século XX, que superaram

os homens em termos de reconhecimento econômico e social (GARNIER, 1987; DIOR, 2011; CRANE, 2006; BUENO, 2012).

Atribuímos essa condição excepcional das mulheres da moda a dois fatores em particular. Primeiramente, a transformação recente do mundo da moda de esfera de ofícios a atividade valorizada econômica e socialmente favoreceu a projeção das mulheres num universo tradicionalmente identificado com o trabalho feminino<sup>4</sup>. Outro fator, tão relevante quanto, diz respeito à demanda de renovação da indumentária feminina no mundo moderno. Se, no final do século XIX, os homens da alta-costura como Gaston Worth<sup>5</sup>, Redfern e Jacques Doucet organizaram comercialmente e trouxeram visibilidade para o setor, no início de século XX foram as empresárias mulheres que, conseguindo responder à altura ao desafio de redefinição da moda, renovando e consolidando seus estabelecimentos em termos capitalistas (PICON, 2002; POUILLARD, 2016), conferiram status social e cultural à profissão (CRANE, 2006; DIOR, 2011).

Entre os muitos meandros desse movimento de transformação do mundo da moda – de esfera de ofícios a atividade valorizada economicamente, esteticamente e socialmente – destacaremos, particularmente, quatro episódios:

[ 106 ]

a) a reorganização do setor da moda de luxo, no final do século XIX, a partir da centralização, em um único estabelecimento, das atividades de comercialização de tecidos e acessórios, de criação de modelos e de confecção de roupas femininas, que até então operavam como segmentos autônomos. Desde então a alta-costura se projeta como uma empresa que, gerida por métodos mais profissionais e racionais, estabelece um padrão de produção, que possibilita sua ampliação e difusão da comercial (ALEXANDRE, 1902; PERROT, P., 1981; LIPOVETSKY, 2002; MARLY, 1990);

b) a demanda social de renovação da indumentária feminina, que se efetiva e se dissemina a partir de mudanças estilísticas introduzidas pela alta moda francesa, num processo conduzido principalmente pelas mulheres costureiras (CRANE, 2006; BUENO, 2012; 2016; PICON, 2002; POUILLARD, 2016);

c) o aumento de canais de divulgação e circulação das inovações da moda por meio das exposições, dos desfiles e da consolidação de uma imprensa especializada e ilustrada que, promovendo uma aproximação da moda com as artes, contribuiu consideravelmente para a ampliação do valor simbólico e da clientela da moda em âmbito internacional (EVANS, 2013; TROY, 2002; BUENO, 2011; 2016; DAVIS, 2006);

d) a transformação das roupas da alta-costura francesa, mediante um novo modelo de comercialização, que começou a se fixar a partir de 1910,

baseado num sistema de reprodução da moda produzida em Paris, por meio do qual as roupas adquiridas pelos agentes comerciais estrangeiros eram transformadas em protótipos industriais, reproduzidos em larga escala, inicialmente na Inglaterra e nos Estados Unidos e, a partir da década de 1920, também na Alemanha e na Austrália (SIMON, 1931; GARNIER, 1987).

### Moda e gênero

Na análise da evolução da moda alta-costura na primeira metade do século XX, o gênero (SCOTT, 1988) desponta como uma chave explicativa, uma vez que a relação entre os homens e as mulheres da costura foi um elemento indispensável para compreensão das transformações que ocorreram no período. A expansão internacional da alta-costura francesa não pode ser dissociada do processo de modernização da moda feminina. Enquanto a indumentária masculina apresentou mudanças radicais a partir do final do século XVIII com a consolidação do mundo burguês e da vida urbana, a roupa das mulheres permaneceu vinculada aos parâmetros do Antigo Regime. Esse anacronismo se acentuou ainda mais na segunda metade do século, quando se aprofundou, como nunca dantes, a segregação entre os gêneros no âmbito da cultura das aparências (SOUZA, 1987; HARVEY, 1995).

[ 107 ]

As mulheres empresárias da alta-costura, promovendo muitas das reformulações necessárias para a modernização da indumentária feminina, tiveram um papel fundamental na consolidação desse processo, que resultou numa revolução parcial no interior do campo da moda, conferindo uma posição de prestígio social e profissional inédita ao segmento que comandou a operação. Desenvolveram uma moda para as mulheres ricas e modernas, imaginadas por mulheres de origem popular, por *self-made women* que construíram seu sucesso econômico e profissional a partir do próprio trabalho (PICON, 2002; KIRKE, 1997; MACKRELL, 1992; SIROP, 1989; CRANE, 2006; POUILLARD, 2016).

Converteram experiências retiradas de suas vivências pessoais, enquanto mulheres e trabalhadoras, em um processo que transpuseram para a renovação da moda de elite<sup>6</sup>. Trouxeram para o universo da moda práticas e estilos inspirados no cotidiano das mulheres trabalhadoras, em geral, e das classes operárias em particular. Assim, sob a forma de uma inovação estética propuseram um novo estilo de vida, transformando experiências e estilos pessoais em experiências sociais.

Modificaram, a partir do ato de vestir, a maneira como as mulheres eram vistas e o modo como concebiam a própria identidade corporal. Aproveitaram as flutuações sazonais, típicas do sistema de moda, que até então eram aleatórias, para introduzir mudanças definitivas na cultura das aparências, afetando tanto as mulheres ricas quanto as das classes mais baixas. Um processo que se efetivou com a difusão mundial do novo es-

tilo de roupas pela imprensa, pelas cópias e reproduções industriais, pela publicidade e pelas novas demandas impostas a partir da Primeira Guerra Mundial. O que parecia ser apenas uma tendência tornou-se uma quebra de paradigma, uma revolução nas roupas femininas. A importância simbólica da moda, e da alta-costura em particular, ao criar novos estilos que correspondiam a mudanças no papel das mulheres das primeiras décadas do século passado, ainda é um tema pouco explorado pelos estudos de gênero, que geralmente se concentram nos seus aspectos negativos.

À medida que a circulação urbana e o ritmo de vida se intensificavam, os estilos de vida se transfiguravam, tornando a moda feminina uma aberração que precisava ser corrigida com urgência. Várias respostas se apresentaram, entre as quais a dos artistas (STERN, 2004), a dos homens da costura e a das mulheres. A proposta das mulheres foi a mais bem-sucedida por ter atendido três requisitos: supriu as expectativas das usuárias, respondeu às necessidades de reorganização do modo de produção e expansão do setor e se desenvolveu em sintonia com as reformulações que ocorriam no domínio das artes visuais, da arquitetura e do design (SIMON, 1931; TROY, 2002; LIPOVETSKY, 2002; PICON, 2002; GUÉNÉ, 2006). A simplificação da indumentária possibilitou uma ampliação significativa do público. As pesquisas realizadas pelo sociólogo Philippe Simon nos arquivos da Câmara Sindical da Costura Parisiense (Chambre Syndicale de la Couture Parisienne)<sup>7</sup> em 1930, apontam que foi o processo de simplificação das roupas, possibilitando sua reprodução nas indústrias estrangeiras, o responsável pela expansão comercial internacional da alta-costura. As casas mais bem-sucedidas comercialmente nos anos 1920, como as dirigidas por Jeanne Lavin e Gabrielle Chanel, desenvolviam geralmente duas linhas em suas coleções, uma de roupas mais complexas, para os clientes particulares, e outra de modelos mais simples (de moda), que atendiam os interesses dos compradores comerciais estrangeiros (SIMON, 1931; PICON, 2002).

A despeito do ambiente social em que nasceram, todas as quatro mulheres que estamos examinando passaram por graves dificuldades econômicas durante a infância, tendo iniciado suas trajetórias profissionais ainda muito jovens, em atividades relacionadas com a moda<sup>8</sup>. Formaram-se profissionalmente no interior das casas de moda de luxo mais prestigiadas, onde tiveram a oportunidade de adquirir um capital cultural diferenciado, desenvolvendo um gosto apurado e um profundo conhecimento do processo de criação de moda e dos estilos de vida das pessoas ricas. Identificaram a relação da moda com as artes como um elemento chave (SIMON, 1931; TROY, 2002). Produzindo a partir de pesquisas históricas, iconográficas e de estilos de vida, no interior de uma atmosfera marcada pela valorização das artes aplicadas, trouxeram uma qualidade estética e cultural para a moda que inexistia até então. O costureiro Christian Dior observou, em conferência ministrada na Sorbonne, em 1957, que a arte dos criadores de moda, até o início do século XX, «estava mais para a ornamentação do que para a arquitetura» (DIOR, 2011, p. 11).

Reconhecia-se a roupa de um grande costureiro pela riqueza do tecido, pelo acabamento da costura e pela originalidade cara dos ornamentos. Por baixo, se me permitem a ousadia, o corte perdia a importância. Aliás, pouco variava de uma *maison* para outra, de um ano para o outro.

[...] Madelaine Vionnet, Jeanne Lanvin e Chanel consolidaram definitivamente a primazia do corte.

Foi uma revolução de grandes consequências que nos levou precisamente aonde chegamos. [...] O material outrora preponderante curvou-se diante do estilo. [...] A época do tecido único, da roupa de único exemplar, ficou para trás. A partir do ponto em que a fazenda não pode manter seu império sobre a moda, quem reinou foi a linha.

[...] Como a raridade foi substituída pela novidade, as pessoas não se esforçavam mais para imitar os tecidos, mas as formas. Não era mais a questão de ter a toailete mais suntuosa, mas a mais recente (DIOR, 2011, p. 15-18).

Graças ao repertório simbólico adquirido nas casas de alta-costura, nas bibliotecas e muitas vezes na estreita convivência com os artistas de vanguarda na boemia, souberam interpretar os desafios do tempo em que viveram, conseguindo romper com as convenções e formular novas propostas para a moda (TROY, 2002; KODA; BOLTON, 2007).

[ 109 ]

Diferentemente das artistas (TRASFORINI, 2009), escritoras e cientistas, dentre as quais são as exceções que se destacam (PERROT, M., 2005), o caso das mulheres da costura é o exemplo de ascensão social de toda uma categoria a partir da consolidação da moda como um novo campo estético cultural e que trouxe grandes dividendos econômicos para França a partir do início do século XX (CRANE, 2006; STEELE, 1991; PICON, 2002; POUILLARD, 2016). Um caso similar, com o qual podemos comparar as empresárias da alta-costura, é o da projeção social e econômica das atrizes empresárias do teatro francês na mesma ocasião. Não é por acaso que a ligação entre os dois universos tenha sido tão estreita na época (MARTIN-FUGIER, 2008).

### Ornamento e ostentação: o padrão de elegância na alta-costura

No início do século XX a alta-costura contava com uma clientela internacional, sendo reconhecida mundialmente como referência de refinamento. O padrão de elegância que defendia estava ligado ao estilo de vida da aristocracia e à estética ornamental do *art nouveau*. A costura não vendia peças isoladas, mas todo um conjunto vinculando traje, acessórios, arte e estilo de vida luxuoso, que compunha o modelo de estética indumentária legitimado, uma construção que se sobrepunha às formas corporais e às necessidades pessoais das usuárias. Principal moeda de troca da alta moda, o *grand chic* (DELBOURG-DELPHIS, 1981), o padrão de elegância vigente, se consolidava institucionalmente a partir das revistas de moda de luxo.

Na arquitetura das silhuetas predominava um estilo, qualificado posteriormente como *tapissier* (figura 1), que esculpia o corpo feminino drapando e sobrepondo tecidos, ornamentos, rendas e passamanarias, brocados e franjas, de uma maneira que a moda se projetava na largura ou na altura do torso, numa mistura de formas de inspiração eclética (ALEXANDRE, 1902; DIOR, 2011; MARLY, 1990).

A decoração, até então percebida como um sinal de adequação e propriedade (GOMBRICH, 2004), atingiu um extremo exagero e uma ostentação explícita, transformando as mulheres em ornamentos de homens (VEBLEN, 1899). Ao mesmo tempo, as roupas femininas, que nunca apresentaram tantas limitações em relação ao movimento das usuárias como até então, se tornaram a melhor expressão da classe ociosa. As casas de alta-costura atendiam as cortes europeias em suas cerimônias oficiais, o que lhes conferia prestígio. Mas, as principais clientes eram as mundanas de alta-klasse (*demi-mondaines*)<sup>9</sup>, as atrizes do teatro francês (ALEXANDRE, 1902) e os ricos da América do Norte e do Sul<sup>10</sup>. Logo, uma mudança no estilo de vida do público comprador das Américas, teria uma repercussão direta no comércio de moda francês<sup>11</sup>.

Figura 1: chapéu de Alphonsine e manteau de Redfern, *Les Modes* n. 63, março de 1906.

[ 110 ]



Fonte: LA MODE, 1906.

### Novo mundo da moda

Na virada do século XIX para o XX assistimos a uma aceleração do ritmo da vida moderna, como o desenvolvimento dos sistemas de transportes e de comunicação e, em consequência, a emergência de um novo estilo de vida associado ao movimento e ao processo de circulação, no qual práticas como o turismo, os esportes e o consumo adquirem uma nova dimensão. Nesse ambiente despontou uma nova elite internacional, projetada a partir do dinheiro, que passou a gerir a vida mundana no lugar da aristocracia, cuja legitimidade social era baseada na tradição (ROUVILLOIS, 2008).

No início do século XX, os ricos do novo mundo (dos Estados Unidos até a Argentina) dividiam o tempo entre Paris e seus lugares de origem, tornando, por conta disto, a vida social parisiense cada vez mais cosmopolita (DAVIS, 2006; ROUVILLOIS, 2008). Esse contingente social desterritorializado – e, por essa razão, bastante mais ousado – se converteu num importante mercado consumidor de produtos culturais, artísticos e de luxo em Paris – dos restaurantes e teatros à pintura e a moda –, introduzindo, em contrapartida, modificações significativas no gosto dominante (SEIGEL, 1992). Amantes das novidades e das experiências mais intensas, aficionados pelas diversões e pelo espetáculo, levaram uma descontração e um rejuvenescimento à moda e aos estilos de vida.

[ III ]

Entre 1910 e o início da Primeira Guerra Mundial, despontou, a partir dos Estados Unidos, um novo modelo de mulher entre os ricos internacionais, que se destacava pela juventude e por uma postura corporal mais ativa, impulsionada pela prática de esportes e pelas danças de salão (DAVIS, 2006; WATSON, 1991). Sintonizadas com as transformações artísticas em curso e os estilos de vida inovadores, contrastavam com a imobilidade e o confinamento que caracterizavam o modo de vida das mulheres da aristocracia e a dinâmica do universo cultural europeu no período.

As alterações no comportamento das mulheres entre as elites internacionais foram impulsionadas por mudanças análogas nos estilos de vida, que se encontravam associadas a transformações que vinham ocorrendo no modo de composição dessas elites e no processo de distinção social. Inicialmente, destacamos a importância do papel que a burguesia e o dinheiro passaram a desempenhar na formação desse grupo. Em decorrência, ocorre uma reformulação no sistema de distinção social (BOURDIEU, 2007), que evolui de um esnobismo mundano, que tinha como referência um segmento social específico, a aristocracia, para um esnobismo de *moda*, que se diferenciava pela adoção e promoção de estilos de vida associados a modelos estéticos e culturais inovadores (ROUVILLOIS, 2008; DAVIS, 2006). Enquanto os americanos

que circulavam pela Europa no final do século XIX pautavam sua maneira de ser e suas escolhas pelos parâmetros da aristocracia, a nova geração de ricos no início do século XX, que procurava se destacar pela originalidade, vai se encantar com a boemia e as novas concepções de vida dos artistas modernistas (SEIGEL, 1992). Essa nova dinâmica se constituirá no fundamento do mercado de arte de vanguarda (BUENO, 2001) e do processo de modernização da moda feminina no interior da alta-costura francesa (SIMON, 1931; GRUMBACH, 1993; DAVIS, 2006; POUILLARD, 2016).

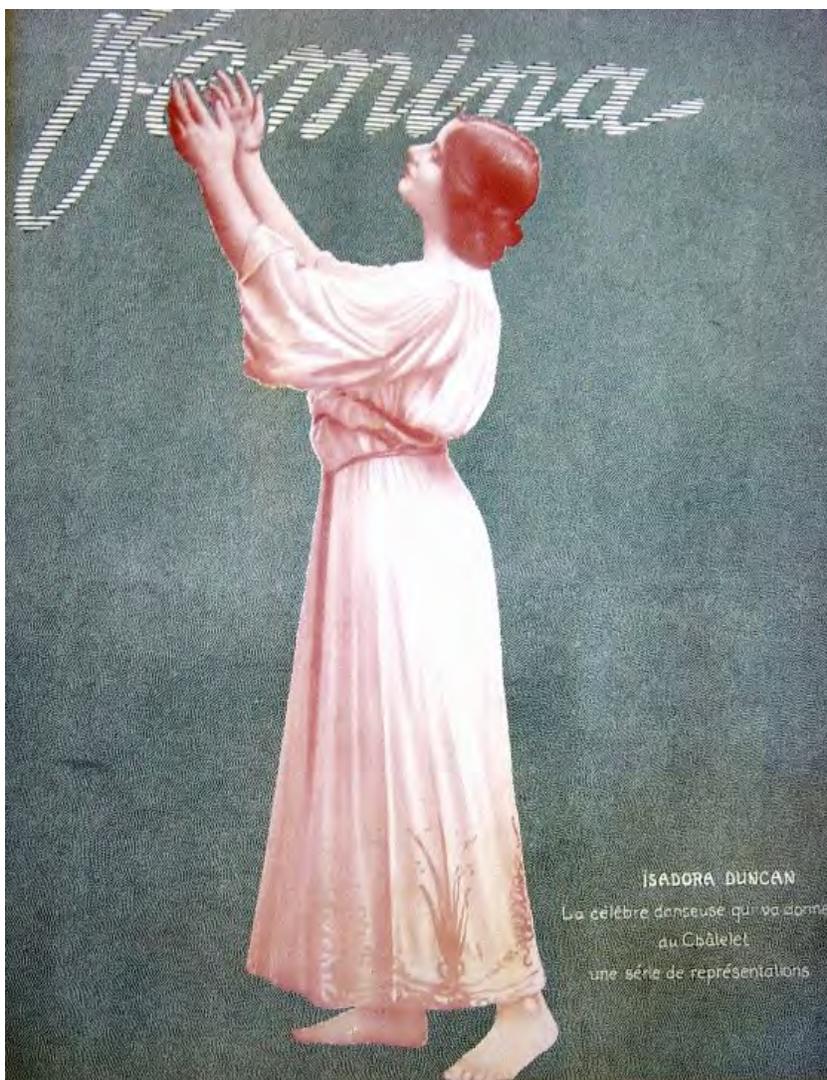
As diferenças entre os estilos de vida das mulheres da aristocracia europeia – referência dos produtores da alta-costura no início do século – e os das grã-finas da burguesia norte-americana se manifestavam também no âmbito dos padrões corporais. O modelo feminino na Europa ainda estava muito impregnado pela figura severa e maternal da rainha Victoria, num contexto em que as mulheres viviam confinadas dentro dos seus círculos sociais e exerciam poucas atividades físicas. Mesmo as grandes atrizes de teatro francesas, parâmetros de elegância nas revistas de moda, muitas delas ainda reproduziam uma silhueta pesada e austera, associada geralmente a respeitabilidade (figura 4).

[ II2 ]

As jovens da burguesia americana cresceram em um ambiente no qual os homens valorizavam o trabalho e as mulheres as práticas intelectuais e esportivas. As faculdades para moças, das quais o Vassar College em Nova York foi a primeira em 1865, eram frequentadas, sobretudo, pelas filhas da alta burguesia. No início do século XX temos uma elite de milionárias intelectuais e artistas inovadoras, desvinculadas da mentalidade puritana dos membros da sociedade tradicional (descendentes dos pioneiros) que começam a circular pelas metrópoles europeias influenciando a moda, as artes e os novos estilos de vida. Dançarinas como Løie Fuller e Isadora Duncan, realizando performances com os pés descalços e com o corpo livre transparecendo sob o planejamento inspirado nas túnicas gregas (ver figura 2), influenciaram os costureiros mais vanguardistas, que passaram a produzir para essa nova elite, mais jovem, que circulava fora da esfera social da aristocracia (DAVIS, 2006).

No início do século XX, já existia um movimento no interior da alta-costura francesa em busca de novas proposições estéticas, como resposta às demandas de renovação e de modernização em curso. Podemos identificar essas propostas em dois grupos: as articuladas pelos homens, que apresentam soluções temporárias, e as concebidas pelas mulheres, que tiveram efeitos mais perenes sobre a evolução da moda feminina.

Figura 2: Isadora Duncan em capa da revista *Femina* de 1911.



[ 113 ]

Fonte: ISADORA, 1911.

### Mulheres da costura e a modernização da moda

Desde o final do século XIX, temos registros de críticas ao anacronismo da moda feminina e de opiniões sobre sua incompatibilidade com a vida moderna. No entanto, essas reações não encontraram um eco na época e não conseguiram intervir na cultura da roupa feminina dominante. Primeiro, porque despontaram como proposições de um grupo que não tinha influência e poder de decisão – as mulheres da classe média alta, em geral relacionadas ao movimento feminista (CRANE, 2006; FORTY, 2007). Em seguida, porque ocorreram fora do sistema de moda que centraliza as mudanças nos hábitos vestimentares.

A modernização do vestuário tornou-se um tema viável na alta-costura por três razões: 1) surgia da demanda de um grande segmento da clientela; 2) apresentou-se como objeto de debate entre diferentes

segmentos sociais relevantes, incluindo médicos, higienistas, arquitetos e artistas de vanguarda (STERN, 2004; FORTY, 2007); e 3) encontrou no interior do circuito da alta moda um grupo de profissionais capazes de realizar essa operação, as mulheres de alta-costura. O que garantiu o sucesso do empreendimento dessas mulheres não foi o exercício da prática artesanal, uma vez que a maior parte delas não tinha esse domínio, mas o convívio no interior de estabelecimentos de luxo, o conhecimento do «*habitus*» da clientela e da cultura da moda sofisticada (BOURDIEU; DELSAUT, 1975). Assim, introduzem uma inovação de vanguarda, derrubando algumas barreiras do gênero, mas preservando, em novas bases, os limites entre as classes (CRANE, 2006).

As quatro mulheres da alta-costura que mencionamos identificaram a relação entre a moda e as artes como uma estratégia de marketing importante, capaz de agregar prestígio à imagem do estilista e legitimidade simbólica à produção de moda (TROY, 2002). Todas elas se tornaram famosas por suas coleções de arte e pela decoração sofisticada de suas residências e estabelecimentos (GUÉNÉ, 2006), assim como pelos figurinos que criaram ou executaram para as apresentações de dança e teatro (TROY, 2002). Todas recorreram à colaboração de prestigiosos artistas visuais para projetar suas propostas, criando estratégias de publicidade que combinavam moda e inovação artística.

[ 114 ]

Entre os exemplos de mulheres-costureiras que escolhemos, podemos apontar duas estratégias de ação diferentes, que corresponderam a dois momentos distintos do processo de modernização da moda. A primeira intervenção, mais moderada, foi praticada por Jeanne Paquin (SIROP, 1989; POUILLARD, 2016) e Jeanne Lanvin (PICON, 2002) durante os primeiros catorze anos do século XX. Gabrielle Chanel (MACKRELL, 1982; DE LA HAYE; TOBIN, 1994) e Madeleine Vionnet (KIRKE, 1997) desempenharam um papel mais consciente e calculado, e obtiveram efeitos mais radicais durante um processo de renovação mais longo, de 1913 a 1939. No entanto, as rupturas mais extremas ocorreram entre 1913 e 1925.

Entre 1900 e 1913, Jeanne Paquin e Jeanne Lanvin realizaram intervenções mais periféricas em suas propostas de renovação da moda porque, embora ainda não trouxessem uma nova proposta de silhueta, uma linha radicalmente nova, foram eliminando os excessos no volume e na ornamentação, e retirando elementos que restringiam a movimentação, como o espartilho. Buscaram algumas inspirações no estilo Diretório, que foi responsável por uma considerável modernização do vestuário feminino logo após a Revolução Francesa. Mas, boa parte das ideias foi extraída de suas experiências cotidianas. Paquin tomava a si própria como referência para efetuar as transformações, enquanto Lanvin tinha a filha como modelo. Ambas também foram in-

sufladas pelo modo de vestir das mulheres inovadoras que circulavam nos ambientes elegantes franceses. A receptividade que suas criações receberam, assim como as de outras mulheres da alta-costura na mesma ocasião, acabaram forçando os costureiros homens a implementar rapidamente uma renovação de suas coleções.

Figura 3: vestido de baile de Jeanne Paquin, publicado na revista *Les Modes* de 1906.



[ 115 ]

Fonte: VESTIDO, 1906a.

Figura 4: vestido de visita de Jacques Doucet, publicado na revista *Les Modes* em 1906.



[ 116 ]

Fonte: VESTIDO, 1906b.

### Os Homens da Costura em face da modernização da moda

Os costureiros homens, como Poiret e Doucet, pensavam a indumentária como uma decorrência dos movimentos artísticos. De gerações distintas, mas muito amigos, ambos foram grandes colecionadores de arte e se tornaram costureiros por não terem tido sucesso em suas investidas como artistas. Filhos de comerciantes estabelecidos no setor da moda parisiense, cresceram no ambiente onde mais tarde se inseriram profissionalmente. Colecionador de pinturas, mobiliário e objetos de decoração do século XVIII, Jacques Doucet pautava suas propostas de moda pela mesma atmosfera rococó de suas coleções, nas quais o estilo romântico era acentuado por uma profusão de rendas e bordados delicados (CHAPON, 1984). Suas roupas, na virada do século, faziam sucesso igualmente entre as *demi-mondaines*, as atrizes de teatro

e as damas da sociedade. Comentava-se que os vestidos de Doucet tinham o poder de converter mundanas em mulheres respeitáveis e esposas de militares em cortesãs glamorosas (CHAPON, 1984) (ver figura 3). Em 1912, por influência de Paul Poiret, vendeu seu acervo de arte antiga, trocou a decoração de sua casa e passou a comprar obras e móveis modernistas. No entanto, mantinha a mesma atmosfera do século XVIII nas suas coleções de moda. A partir de 1910 foi forçado a adaptar o design de seus vestidos para uma silhueta mais moderna. Jacques Doucet encontrou uma solução empregando como estilista Madeleine Vionnet, já conhecida pelas proposições ousadas que havia desenvolvido na Maison Callot Soeurs (KIRKE, 1997).

Paul Poiret se via como um artista que criava roupas como obras de arte (KODA; BOLTON, 2007; TROY, 2002; WHITE, 1986). Desde o início do século se deu conta das mudanças em curso. Porém, em sua interpretação as questões estéticas foram priorizadas em detrimento das relativas aos estilos de vida. Pensou o processo como artista, e não como estilista<sup>12</sup>. As mulheres, a seu ver, deveriam preservar e renovar a função de ornamento que exerceram até então. A inovação estava em substituir a ostentação pela ousadia e originalidade. A mulher moderna de Paul Poiret se distinguia pela originalidade e ousadia de seus trajes vanguardistas. Suas propostas extravagantes rompendo com os parâmetros estéticos vigentes tinham como objetivo impactar e escandalizar. A funcionalidade e a mulher comum não tinham a menor importância. Sua clientela principal eram as artistas de vanguarda e as milionárias estrangeiras. Embora tenha conseguido catalisar o interesse da mídia, por uma ausência total de pragmatismo não conseguiu difundir o seu estilo, construído deliberadamente em oposição às tendências correntes na rua. Denise Poiret, sua mulher e principal modelo nos anos 1911 e 1912, abandonou as caminhadas por Paris quando suas calças bufantes e turbantes orientais (figura 5) se tornaram motivo de agressão dos passantes.

[ 117 ]

Figura 5: *L'art de la robe*, Paul Poiret. Ilustração de George Lepape publicada na revista *Art et Decoration* de 1911.



Fonte: LEPAPE, 1911.

### A proposta bem-sucedida das mulheres

Numa direção totalmente oposta, as estilistas que mencionamos, cada uma delas à sua maneira, basearam suas criações em duas diretrizes principais: o respeito ao corpo e as demandas de estilo de vida do mundo moderno. O centro da moda não era mais o vestido, mas a usuária (KIRKE, 1997; MACKRELL, 1992; PICON, 2002; SIROP, 1989).

Paquin e Lanvin também se destacaram pelas coleções de obras de artes, particularmente pelas pinturas impressionistas. No entanto, na gestão da produção de moda das casas que conduziam estavam mais preocupadas em acompanhar as transformações dos estilos de vida das mulheres. Observadoras atentas das mudanças nas ruas, evitavam sistematicamente as extravagâncias que pudessem comprometer os movimentos das usuárias. Por essa via, conseguiram impetrar modernizações substantivas na moda sem romper totalmente com o estilo convencional. Nas primeiras décadas do século XX, boa parte das mulheres com mais de 30 anos tinha o corpo deformado pelo uso do espartilho, não podendo, por essa razão, abrir mão dele. Paquin, Lanvin e outras estilistas inovadoras nos anos 1910<sup>13</sup> levaram esse fato em consideração, introduzindo as mudanças na silhueta das mulheres de forma gradativa (figura 6). Uma tática muito corrente entre elas foi a substituição do espartilho tradicional por cintas elásticas mais confortáveis.

[ 118 ]

Figura 6: chapéus e vestidos de Jeanne Lanvin publicados na revista *Les Modes*.



Fonte: NADAR, 1909.

Paul Poiret, na mesma ocasião, eliminou o acessório da noite para o dia, criando vestidos que só poderiam ser utilizados por mulheres jovens e magras. Por este motivo suas roupas foram criticadas e ironizadas pelas mulheres de classe média e pelas revistas femininas, inclusive pelas mais avançadas como a *Femina*, na qual foi alvo de caricaturas.

### Ascensão econômica e social

Para embasar a nossa argumentação sobre a projeção das mulheres da alta-costura mencionamos, como exemplos, algumas informações sobre a ascensão social e econômica de duas das empresárias analisadas, Jeanne Paquin e de Jeanne Lanvin. Ambas registraram uma expansão comercial considerável ainda nos anos que antecederam a Primeira Guerra Mundial.

O prestígio de Paquin já era patente na Exposição Universal de Paris, em 1900, quando foi eleita presidente da seção de moda. No portal de entrada do evento, na Place Concorde, havia uma imensa escultura denominada "A parisiense", representando uma mulher vestida com uma das criações da estilista. Em 1905 contava, entre a sua clientela, com vários membros das cortes e cabeças coroadas da Europa, como a rainha da Espanha e a imperatriz da Rússia. Embora a nobreza não fosse uma fonte de lucros substantivos, conferia distinção às criações da casa, colaborando para aumentar suas cifras de negócios no mercado internacional (SIROP, 1989; POUILLARD, 2016).

[ 119 ]

A Casa Paquin se destacou como o primeiro empreendimento transnacional de sucesso no domínio da alta-costura (POUILLARD, 2016; PICON, 2002). No final do século XIX estabeleceu-se com duas sedes, uma em Paris e outra em Londres. Em 1912 contava com cerca de 2700 empregados no estabelecimento parisiense, entre oficinas e espaços de atendimento ao público, que se espalhavam por vários imóveis nas cercanias da rue de la Paix (SIROP, 1989). No mesmo ano abriu três sucursais no estrangeiro, em Nova York, em Madrid e em Buenos Aires. Valerie Pouillard (2016), que pesquisou os arquivos da sucursal londrina da Casa Paquin, reuniu dados que revelam a evolução ascendente dos lucros da casa inglesa, entre 1897 e 1913 (POUILLARD, 2016, p. 195). A socióloga menciona também várias reportagens publicadas no *The Financial Times* destacando a excelente performance financeira do estabelecimento.

Entre as táticas publicitárias empregadas pela empresária para valorizar simbolicamente o seu estabelecimento, destacamos a parceria com os principais designers da época. Os interiores da loja norte-americana foram concebidos pelo arquiteto decorador belga Robert Mallet-Stevens, promovendo uma associação da produção de moda com as artes decorativas. Por ocasião da exposição de Gand, em 1913, contratou novamente Mallet-Stevens para projetar o estande da Maison Paquin. Em 1914 vai encarregar o arquiteto Louis Sue de reformar seus estabelecimentos comer-

ciais e projetar sua residência em Paris (SIROP, 1989). Ainda em 1913 foi condecorada com a Legião de Honra pelos serviços prestados ao Ministério do Comércio e da Indústria da França. Em 1917 foi eleita presidente da Câmara Sindical da Costura francesa, posto que ocupou até 1919, quando se retirou da direção dos seus estabelecimentos.

Jeanne Lanvin, que se iniciou como modista (chapeleira) em 1889, fundou sua casa de alta-costura em 1909, que se manteve como uma das principais lideranças no domínio da moda de luxo até 1946, quando faleceu. A partir de 1920 ampliou seus ramos de atuação no comércio de luxo e criou uma rede internacional de butikues Lanvin (Deauville, Cannes, Biarritz, Barcelona, Madrid, Londres, São Paulo, Rio de Janeiro e Buenos Aires) (PICON, 2002).

[ 120 ] Em 1921 inaugurou um novo estabelecimento, a Lanvin Decorações, em associação com o arquiteto decorador Armand Rateau. Em 1923 iniciou, com *Irisé*, uma linha de perfumes. Em 1924 lançou a fragrância *My Sin*, que foi um recorde de vendas no mercado norte-americano, e em 1927 *Arpège*, o seu maior sucesso, com embalagem em cristal desenhada por Paul Iribe (o logotipo) e Armand Rateau (o vidro de cristal), seguidos de outros produtos bem-sucedidos. Em 1926 criou a Lanvin Homem, inicialmente com uma linha de alfaiataria masculina, inspirada nas novas propostas de trajes mais simplificados e funcionais, criadas nos Estados Unidos. Em 1929 passa a publicar a revista *Adam*, para difundir sua linha de alfaiataria que, na ocasião, fabricava também camisaria e acessórios. A Lanvin Homem vestia, entre outros, o industrial mecenas japonês, Barão Satsuma Jiro, políticos como René Coty, industriais como M. M. Peugeot e comerciantes como o *marchand* de quadros Wildenstein. Em 1929 a Casa Lanvin transformou-se em sociedade anônima atuando a partir de três bases comerciais: costura, homem e perfumes.

O *status* social de Jeanne Lanvin se beneficiou de sua liderança à frente do setor de moda das Exposições Universais de Paris, que presidiu em 1925 e 1937. Em 1926 foi agraciada com a Legião de Honra pelo trabalho realizado na exposição de 1925. Seguindo os passos de Jeanne Paquin, estabeleceu uma parceria com o arquiteto Armand Rateau para projetar os seus estabelecimentos comerciais e suas diversas residências particulares (GUÉNÉ, 2006).

### Moda e imprensa

As mudanças na moda implementadas no início do século pelas mulheres na alta-costura migraram rapidamente para as ruas, sendo reproduzidas pelas confecções econômicas em âmbito internacional, transformando essas criadoras em celebridades na ocasião. O número de entrevistas com Jeanne Paquin publicadas na imprensa entre 1910 e

1913 é impressionante (*Les Modes, Figaro Modes, Femina, Vogue, Harper's Bazaar*, entre outras). Principalmente se considerarmos que uma revista dedicada à alta-costura como a *Les Modes*, no início do século XX, fornecia bastante destaque para as roupas e as usuárias (as cabeças coroadas, a aristocracia e as atrizes do teatro francês), enquanto o crédito dos costureiros aparecia em letras minúsculas na parte inferior da foto. Foi apenas a partir de 1906, quando os costureiros foram se transformando em celebridades, que os seus nomes passaram a ser creditados com destaque nas revistas.

O impacto do trabalho de renovação da moda das costureiras mulheres e sua boa acolhida entre a clientela internacional transparece 1) na análise da trajetória profissional dessas mulheres, que comprova o seu sucesso comercial, e 2) no destaque que receberam nas páginas das principais revistas de moda da época, no período em que esta operação de transformação do vestuário feminino se efetivou.

Um levantamento que realizamos na revista *Les Modes – Revue mensuelle illustrée des arts appliqués à la femme* – a primeira publicação francesa de moda de luxo, ilustrada com fotografias e de circulação internacional –, tomando como base o índice anual dos números publicados entre 1906 e 1913, apontou um aumento significativo do número de estabelecimentos dirigidos por mulheres. É importante observar que as casas de alta-costura eram empresas familiares, sendo que, na ocasião, boa parte delas levava apenas os nomes das famílias proprietárias. Mas, a partir de 1906, as propostas inovadoras dos criadores de novas tendências foram sendo valorizadas pelo mercado e pela mídia, resultando num fortalecimento da autoria na moda. Desde então novas casas foram abertas, boa parte delas encabeçada por mulheres. Essa alteração transparece na tabela abaixo (tabela 1). Se considerarmos as capas das edições, temos um crescimento da proporção de costureiras mulheres contempladas, atestando o prestígio do contingente feminino do setor. No período analisado, a empresária com maior número de capas por ano foi Jeanne Paquin, sendo que ela e Jeanne Lanvin foram as únicas casas de alta-costura que receberam destaque nesse espaço todos os anos.

Tabela 1: presença de costureiros e modistas homens e mulheres nas capas da revista *Les Modes* de 1906 a 1908 e de 1911 a 1913.

Revista <i>Les Modes</i> 1906-1908 e 1911-1913. Costureiros e Modistas com Imagens divulgadas na revista.			Capas com imagens de modelos de Alta Costura	
Ano	Total	Mulheres	Total	Mulheres
1906	40	11		
1907	48	16		
1908	51	18		
1911	56	25	11	6
1912	54	26	7	4
1913	53	28	11	8

Fonte: a Autora, com base em exemplares da revista *Les Modes*.

Jaques Doucet, uma expressão importante da alta moda, com trabalho bastante divulgado pela revista, não foi contemplado com nenhuma capa. As criações de Paul Poiret, em total desacordo com a proposta editorial da *Les Modes* e com o estilo de vida de suas leitoras, foram sistematicamente ignoradas, salvo por uma matéria de capa em 1913. No entanto, o impacto da obra do costureiro extrapolou a imprensa especializada, tornando-se objeto da mídia mais ampla, na qual era ironizada pelo seu teor extravagante. Para divulgação de seus trabalhos Poiret contou com as revistas norte-americanas (*Vanity Fair*) e, a partir de 1912, com a *Gazette du Bon Ton*.

### A moda e a guerra

A ação de Gabrielle Chanel e Madeleine Vionnet foi mais radical, rompendo inteiramente com os padrões convencionais da moda até então; deslocaram o eixo da inovação do ornamento para o corte e, com isso, conseguiram promover uma revolução parcial no interior do campo da alta-costura. A partir de então o corpo e os estilos de vida passaram a determinar o estilo da roupa, o oposto do que ocorria. Diferentemente de Paquin e Lanvin, Chanel e Vionnet criavam as suas próprias coleções e, por essa razão, puderam promover alterações mais estruturais (MACKRELL, 1992; KIRKE, 1997). Ambas tiveram um olhar atento para as mudanças que ocorriam nas ruas e nos eventos sociais, e conseguiram, a partir da moda, recriar o estilo das roupas das mulheres ricas.

[ 122 ]

A inspiração de Chanel foi a moda masculina, cujas bases eram o corte, o conforto e a qualidade do tecido. Desde o início dos anos 1910 construía o seu próprio guarda-roupa adaptando as roupas masculinas. A partir de 1914 desenhou suas primeiras coleções, que foram muito bem recebidas e divulgadas pelas revistas norte-americanas (*Vogue* e *Harper's*) e sistematicamente ignoradas, ou então ironizadas, pelas revistas francesas (*Les Modes* e *Gazette du Bon Ton*). A guerra, enterrando o estilo de vida da *Belle Époque*, abriu uma via para o desenvolvimento de uma nova cultura de moda. Um desafio que Chanel e Vionnet conseguiram responder à altura. Borraram na aparência a fronteira entre os sexos e procuraram nas publicidades que desenvolviam enfatizar esse aspecto, associando inovação e gênero. Criaram uma moda mais fácil de ser reproduzida e, portanto, mais democrática. Mas, operando a partir da moda de luxo, mantiveram em outras bases as fronteiras entre as classes, muito embora os novos limites – o corte, o tecido, o acabamento – fossem mais sutis.

O impacto das propostas lançadas se fez sentir na obra dos outros costureiros que, numa atmosfera comercial muito competitiva, vão incorporando em seus novos modelos as mudanças bem-sucedidas. Um exemplo

são as imagens das roupas de Chanel e Lanvin, publicadas pela revista *Femina* em 1917, na qual a influência do *tailleur* criado pela primeira transpõe no modelo assinado pela segunda (ver figuras 7 e 8).

Figura 7: a atriz Hilda May vestindo modelo de Chanel. Fotografia publicada na revista *Femina*, número trienal da guerra, 1917.



[ 123 ]

Fonte: HILDA, 1917.

Figura 8: Yvonne Printemps vestindo modelo de Lanvin. Fotografia publicada na revista *Femina*, número trienal da guerra, 1917.



[ 124 ]

Fonte: YVONNE, 1917.

Nos anos que decorrem entre as duas guerras temos uma expansão ainda maior da alta-costura francesa, na qual a predominância das mulheres estilistas é muito mais forte do que no período anterior (PICON, 2002; GRUMBACH, 1993). O caso das mulheres da costura é um exemplo da ascensão social de toda uma categoria a partir da consolidação da moda como um novo campo cultural e estético, que trouxe para a França importantes dividendos econômicos a partir início do século XX.

### Digressão final

O domínio da alta-costura francesa sobre a moda feminina ocidental se iniciou no final do século XIX, prolongando-se até o final dos anos 1950. Em ambas os extremos sob a gestão dos costureiros homens que, trabalhando geralmente a partir de ateliês de porte médio, idealizaram uma cultura indumentária suntuosa e espetacular, concebida para atender as demandas de luxo e ostentação dos milionários internacionais (MARLY, 1990; LIPOVETSKY, 2002, GRUMBACH, 1993). No entanto, temos um período de 40 anos entre esses dois extremos, de 1900 a 1940, conduzido por uma geração de costureiras mulheres que, tendo a funcionalidade e o respeito ao corpo como critérios fundamentais, foram responsáveis pela modernização da moda feminina, promovendo também a difusão e a expansão econômica da alta-costura francesa (GARNIER, 1987; STEELE, 1991; CRANE, 2006).

Durante esses anos os estabelecimentos parisienses exportaram suas criações para Europa, Estados Unidos e América do Sul, abastecendo o comércio elegante das lojas de departamento estrangeiras (SIMON, 1931; GARNIER, 1987). Num contexto no qual o ornamento ligado à decoração e às roupas ainda permanecia valorizado, os produtos franceses respaldados em sólida tradição artesanal, subsidiada inclusive pelo Estado, conseguiam alcançar preços altamente competitivos, em lugares onde esse tipo de mão de obra inexistia<sup>14</sup>. Aliando inovação e qualidade estética e artesanal, as casas de costura francesas criaram um produto imbatível. Esse movimento liderado pelas mulheres teve o seu principal momento na década de 1920 (tabela 2).

Tabela 2: evolução das casas de alta-costura francesas segundo o gênero do diretor de criação (1922-1940).

Ano	Total	Mulheres	Homens	Não Identificados
1922	37	20	8	9
1923	46	26	7	13
1925	72	36	14	22
1926	64	34	14	16
1927	71	39	14	18
1928	80	36	18	26
1929	82	45	15	22
1930	73	38	13	22
1931	35	21	11	3
1934	41	27	11	3
1935	45	30	12	3
1937	52	31	15	6
1938	52	30	17	5
1939	56	33	17	6
1940	34	14	15	5

Fonte: a Autora com base em dados de desfiles publicados na revista *Officiel de la Mode et de la Couture*, de 1922 a 1940.

[ 126 ]

Com a crise de 1929 esse modelo vai sofrer o seu primeiro abalo, uma vez que a maioria dos países passa a impor altas taxas aos produtos manufaturados. Enquanto muitas casas fecham as portas, o segmento mais vanguardista da moda, no qual se destacam as casas Chanel e Vionnet, radicaliza suas propostas estéticas eliminando de vez o ornamento como norma, passando a enfatizar a forma e a qualidade do corte. A costura se reorganiza economicamente com a venda de produtos semi-acabados, ou seja, telas e moldes com especificações para finalização nos países importadores (GARNIER, 1987; DESCHAMPS, 1938). Com essas transformações no modo de produção, inicia-se um novo ciclo de inovação da moda com uma redução do número de estabelecimentos e com um aumento de prestígio dos que permanecem. Assistimos também a uma hierarquização entre as casas que se mantêm, sendo que as dirigidas por criadores, como Chanel e Vionnet, passam ao primeiro plano no período entre 1930 e 1939 (GARNIER, 1987).

Recebido em: 15-06-2018

Aprovado em: 25-09-2018

## NOTAS

<sup>1</sup> Esta é uma versão ampliada do artigo "Femmes de la haute-couture. Mode et genre au début du XXe. siècle", publicado em: JAN-RÉ, Mélody (Dir). Créations. Le genre à l'oeuvre, vol. 2. Paris: L' Harmattan, Logiques Sociales, 2012.

<sup>2</sup> "Haute Couture foi em seus anos iniciais, em meados do século 19, um trabalho de homens, que se tornou dominado pelas mulheres durante o período entre guerras e, novamente, tornou-se mais masculino após a Segunda Guerra Mundial. Isso mostra a relevância da história, ao apontar que o gênero, que em uma determinada sociedade pode aparecer associado a uma atividade, pode mudar com o tempo" (POUILLARD, 2016, p. 189, tradução nossa).

<sup>3</sup> A pesquisa foi realizada em diferentes etapas, entre 2006 e 2016; abarcou tanto material primário (revistas de moda da época, catálogos de desfiles e exposições, documentos sobre a economia da moda no período) e fontes bibliográficas de um modo geral. As principais bibliotecas pesquisadas foram: Biblioteca Fornay, BnF, Biblioteca do Museu de Artes Decorativas e do Museu Galliera, Biblioteca do INHA.

<sup>4</sup> Na França, a costura e a moda são alguns dos raros setores econômicos nos quais identificamos uma participação significativa das mulheres desde o final do século XVII. Até então, "a única corporação feminina era a das Lingères, responsáveis pela fabricação de roupas brancas para a casa (cama, mesa, etc.) e para o corpo (íntimas, como camisolões e calças). Toda a produção de roupas para ambos os sexos era dominada pela corporação dos alfaiates. Em 1675 Luis XIV concedeu às mulheres o direito de vestir o próprio sexo e consequentemente os alfaiates não se envolveram mais com as roupas femininas [...] as costureiras, até então simples operárias sob as ordens dos alfaiates, se emanciparam. Na ocasião do remanejamento das corporações, promovido por Luis XVI em 1776, foi decidido que as comerciantes de moda (marchands des modes) formariam uma nova corporação de ofícios no interior das Comunidades de artes e ofícios da Cidade de Paris. Antes dessa reforma, as mulheres não podiam obter licenças para operar como comerciantes de moda e nem outra profissão, a menos que um homem lhes emprestasse ou vendesse seu nome para que adquirissem esse privilégio" (SAPORI, 2010, p. 71-72, tradução nossa).

<sup>5</sup> Gaston Worth (1853-1925) foi diretor da Casa Worth e responsável pelo seu prestígio na virada do século. Era filho de Charles Frederick Worth (1825-1895), considerado o fundador da alta-costura.

<sup>6</sup> Diana Crane observa que a maior parte das inovações de moda introduzidas pelas mulheres em momentos de grandes transformações sociais não se apoiou sobre a cultura de moda ou sobre os estilos corentes. Elas extrairam suas propostas bem-sucedidas de necessidades que vivenciaram, enquanto mulheres que trabalhavam, e igualmente pela capacidade de compreender as mulheres de sua geração, de um modo geral, formulando novos tipos de roupas que atendiam às demandas impostas pelas mudanças que afetavam suas vidas (CRANE, 2006).

<sup>7</sup> A Chambre Syndicale de la Couture et de la Confection pour Dames et Filletes foi criada em 1868, após o desenvolvimento das confecções e da máquina de costura, para regular as relações de trabalho nos dois setores. Em 1910 a Costura separa-se da Confecção e, em 1911, constitui um sindicato à parte, a Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, que além de regulamentar as relações de trabalho, passou a ser responsável pela organização do calendário de desfiles, normatizando e atendendo as demandas dos clientes comerciais, todos eles estrangeiros. As lojas de departamento francesas estavam excluídas do grupo de clientes, evitando uma competição comercial com as casas de Costura. O setor oficialmente designado como Costura passou a ser designado como alta-costura entre as revistas de moda e a clientela internacional.

<sup>8</sup> Aos 14, 15 anos Paquin começa como aprendiz de uma costureira a domicílio, mais tarde empregase como modelista e manequin na Maison Rouff. Em 1889 vai trabalhar como modelista na Maison Paquin. Casa-se com o proprietário em 1891, passando a gerir a criação de moda do estabelecimento desde então. Lanvin, aos 13 anos, foi contratada como aprendiz e depois como entregadora num pequeno estabelecimento de modas, especializado em chapéus na rue Saint Honoré. Ali começou a produzir e vender seus próprios modelos, confeccionados a partir de refugos de materiais recolhidos no ateliê onde trabalhava. Dez anos após, em 1890, estabeleceu-se como modista, à frente de ateliê próprio. A partir de 1906 passou a produzir também linhas de roupas de alta-costura. Chanel cresceu em um orfanato de freiras onde recebeu uma formação básica em costura até os 18 anos. Após sair do orfanato trabalhou durante um período fazendo reparos em uma loja de roupas. Alguns anos depois passa a viver com um jovem da aristocracia, que a introduz em seu círculo social, formado, entre outros, por homens aristocratas e grandes atrizes do teatro francês. Foi durante essa relação que se iniciou na moda, abrindo em 1910 uma boutique para vender os chapéus que desenhava. Vionnet trabalhava em ateliês de costura desde os 11 anos. No início do século destacava-se como uma reputada profissional de modelagem, contratada por estabelecimentos de alta-costura renomados, como o das irmãs Callot (Callot Souers) e o de Jacques Doucet. Em 1912 abriu seu primeiro ateliê de alta costura em Paris.

<sup>9</sup> Uma categoria com muita visibilidade durante a segunda metade do século XIX, as mundanas de classe dominavam a vida social parisiense num momento em que prevaleciam as regras da cultura aristocrática, na qual os casamentos eram arranjados e as mulheres respeitáveis tinham uma circulação restrita (ROUVILLOIS, 2008). Elas vão desaparecendo de cena no início século XX. No novo século os modelos de beleza e elegância passam a ser ditados pelas personagens da indústria cultural.

<sup>10</sup> Entre as mulheres latino-americanas tidas como referências de elegância e inovação na vida mundana parisiense no século XX mencionamos a chilena Eugenia Errázuriz e a brasileira Dulce Liberal Martinez de Hoz. Dulce Martinez de Hoz, que era casada com um banqueiro argentino, chegou a ser sócia da Maison Vionnet.

<sup>11</sup> Conforme pesquisas de Simon (1931) e Deschamps (1938) entre os principais clientes comerciais internacionais da alta-costura em 1913, a Inglaterra vinha em primeiro lugar, a Argentina em segundo, os Estados Unidos em sexto e o Brasil em oitavo. Em 1929 o primeiro e o segundo postos eram ocupados respectivamente pela Inglaterra e os Estados Unidos. A Argentina era a nona maior importadora e o Brasil o décimo (GRUMBACH, 1993, p. 32-33).

<sup>12</sup> Em entrevista ao New York Times (21/11/1913), declarou: "Não tenho nada de comercial. As damas me procuram para fazer um vestido da mesma maneira que procuram um pintor para fazer um retrato, colocando-as na tela. Eu sou artista, não um costureiro" (citado em TROY, 2002, p. 47, tradução nossa).

<sup>13</sup> Podemos mencionar, entre outras, Jenny, Lucille, as irmãs Callot, Madame Chéruit, Madame Beer, Madame Buzenet, Margaine-Lacroix, Nicole Groult – que era irmã de Paul Poiret (fonte: *Les Modes*, 1910).

<sup>14</sup> Países do continente americano como os Estados Unidos e o Brasil, que evoluíram da mão de obra escrava para a industrialização, não desenvolveram uma tradição artesanal no domínio das artes aplicadas. No início do século XX as lojas de departamento de luxo em São Paulo e em Nova York, que vendiam alta-costura francesa como prêt-à-porter, contratavam para realizar os ajustes das roupas para as clientes mão de obra francesa, formada no interior das casas de alta-costura parisienses (BONADIO, 2007).

## REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Arsène. *Les reines de l'aiguille. Modistes et couturières (Études Parisienne)*. Paris: Théophile Belin Librairie, 1902. Disponível em: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6378008n>. Acesso em: 24 out. 2018.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre, São Paulo: Zouk, EDUSP, 2007.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. Le couturier et sa griffe: contribution à une théorie de la magie. *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, v. 1, n. 1, p. 7-36, jan. 1975. Disponível em: <https://doi.org/10.3406/arss.1975.2447>. Acesso em: 24 out. 2018.

BUENO, Maria Lucia. *Artes Plásticas no século XX. Modernidade e Globalização*. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, Imprensa Oficial e Fapesp, 2001.

\_\_\_\_\_. *Alta-Costura e Alta Cultura. As revistas de luxo e a internacionalização da moda (1901-1930)*. In: PRECIOSA, Rosane; MESQUITA, Cristiane (Org.). *Moda em Ziguezague*. Interfaces e expansões. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

\_\_\_\_\_. *Femmes de la haute-couture. Mode et genre au début du XXe. siècle*. In: JAN-RÉ, Mélody (Dir.). *Créations. Le genre à l'oeuvre*, v. 2. Paris: L'Harmattan, 2012. p. 47-62.

\_\_\_\_\_. *Cultura visual e estilos de vida. As revistas de moda francesas e as estratégias de marketing da alta-costura no início do século XX*. *Revista Maracanan*, v. 12, n. 14, p. 75-96, jan./jun. 2016.

BONADIO, Maria Claudia. *Moda e sociabilidade. Mulheres e consumo em São Paulo nos anos 1920*. São Paulo: Editora do Senac, 2007.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social. Classe, Gênero e Identidade das roupas*. São Paulo: Editora do Senac, 2006.

CHAPON, François. *Mystère et splendeurs de Jacques Doucet (1853-1929)*. Paris: Éditions J.-C. Lattès, 1984.

DAVIS, Mary E. *Classic Chic: music, fashion and modernism*. Berkeley; Los Angeles; Londres: University of California Press, 2006.

DELBURG-DELPHIS, Marylène. *Le chic et le look. Histoire de la mode féminine et des mœurs de 1850 à nos jours*. Paris: Hachette, 1981.

DESCHAMPS, Germaine. *La crise dans les industries du vêtement et la mode à Paris pendant la période de 1930 à 1937*. Paris: Librairie Technique et économique, 1938.

DE LA HAYE, Anne; TOBIN, S. *Chanel, the couturière at work*. London: Victoria and Albert Museum, 1994.

DIOR, Christian. *Conferências escritas por Christian Dior para Sorbonne 1955-1957*. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

EVANS, Caroline. *The Mechanical Smile. Modernism and first fashion shows in France and America, 1900-1929*. New Haven; London: Yale University Press, 2013.

FORTY, Adrian. *Objetos do desejo. Design e sociedade desde 1750*. São Paulo: CosacEtNaify, 2007.

GARNIER, Guillaume. *Paris – Couture – Années Trente*. Paris: Édition Paris-Musée/Société de l'histoire du costume, 1987.

GOMBRICH, Ernest. *El sentido del orden. Estudio sobre la psicología de las artes decorativas*. 2. ed. espanhola. Londres; New York: Phaidon Press, 2004.

GRUMBACH, Didier. *Histoire de la Mode*. Paris: Seuil, 1993.

- GUÉNÉ, Hélène. *Decoration et Haute Couture*. Armand Rateau pour Jeanne Lanvin, un autre Art Déco. Paris: Les Arts Decoratifs, 2006.
- HARVEY, John. *Men in black*. London: Reaktion Books, 1995.
- HILDA May vestindo modelo de Chanel. *Femina*, número trienal da guerra, 1917. Arquivo Bibliothèque Fornay.
- ISADORA Duncan. *Femina*, n. 240, fev. 1911. Arquivo Bibliothèque Fornay.
- KIRKE, Betty. *Madeleine Vionnet*. São Francisco: Chronicle Books, 1997.
- KODA, Harold; BOLTON, Andrew (Ed.). *Poiret*. New York; Londres; New Haven: Metropolitan Museum of Art; Yale University Press, 2007.
- LA MODE, par Alphonsine; manteau, par Redfern. *Les Modes*, n. 63, mar. 1906. Arquivo Bibliothèque Fornay.
- LEPAPE, George. L'art de la robe, Paul Poiret. *Art et Décoration*, 1911. Arquivo Bibliothèque Fornay.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- MARLY, Diana de. *Worth, father of Haute Couture*. 2. ed. New York: Holmes Et Meier, 1990.
- MARTIN-FUGIER, Anne. *Comédiennes. Les actrices en France au XIXe. siècle*. Paris: Éditions Complexe, 2008.
- MACKRELL, Alice. *Coco Chanel*. Londres: B. T. Batsford, 1992.
- MICHELLI, Miqueli. *Moda brasileira e mundialização*. São Paulo: FAPESP; Annablume, 2015.
- NADAR, Paul. Chapéus e vestidos de Jeanne Lanvin. *Les Modes*, n. 107, jan. 1909. Arquivo Bibliothèque Fornay.
- NOCHLIN, Linda. *Por que não houve grandes mulheres artistas?* São Paulo: Edições Aurora, 2016.
- ORTIZ, Renato. *Cultura e Modernidade. A França no século XIX*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- POUILLARD, Véronique. A woman entrepreneurship. The case of Jane Paquin. In: AVEN, H. B. (Org.). *Entreprenoskap i naerinsliv og politikk*. Oslo: Novos Forlag, 2016.
- PARKER, Rosiska; POLLOCK, Griselda. *Old mistresses, women and ideology*. London; New York: J. B. Tauris, 2013.
- PERROT, Michele. *As mulheres ou os silêncios da história*. Bauru: EDUSC, 2005.
- PERROT, Philippe. *Les dessus et les dessous de la bourgeoisie: une histoire du vêtement au XIXe siècle*. Paris: Fayard, 1981.
- PICON, Jérôme. *Jeanne Lanvin*. Paris: Flammarion, 2002.
- ROCHE, Daniel. *La culture des apparences: une histoire du vêtement, XVIIe-XVIIIe siècles*. Paris: Fayard, 1989.
- ROUVILLOIS, François. *Histoire du Snobisme*. Paris: Flammarion, 2008.
- SAPORI, Michelle. *Rose Bertin, couturière de Marie-Antoinette*. Versailles: Perrin, 2010.
- SEIGEL, Jerrold. *Paris Boêmia*. Porto Alegre: L&PM, 1992.
- SIMON, Philippe. *La Haute Couture*. Monographie d'une industrie de luxe. Paris: Les Presses Universitaires de France, 1931.
- SIMMEL, Georg. *Philosophie de la modernité*. Paris: Fayard, 1989.
- SIROP, Dominique. *Paquin*. Suivi du catalogue de l'exposition, "Paquin – une rétrospective de 60 ans de haute-couture (1891-1956)", Musée Historique du Tissus de Lyon. Paris: Adam Biro, 1989.
- SCOTT, Jean. Genre: Une catégorie utile d'analyse historique. Dossier: Genre de l'Histoire. *Les Cahiers Du Grif*, n. 37-38, p.125-154, printemps 1988.
- SOUZA, Gilda de Mello. *O espírito das roupas. A moda no século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

- STEELE, Valerie. *Woman of Fashion. Twentieth-Century Designers*. New York: Rizzoli, 1991.
- STERN, Radu. *Against Fashion. Clothing as Art, 1850-1930*. Cambridge, London: The MIT Press, 2004.
- TRASFORINI, Maria Antonietta. *Bajo el signo de las artistas. Mujeres, profesiones de arte y modernidad*. Valência: PUV, 2009.
- TROY, Nancy J. *Couture culture. A study in modern art and fashion*. Cambridge, London: MIT Press, 2002.
- VEBLEN, Thorstein. *The theory of the leisure class*. New York: Macmillan, 1899.
- VESTIDO de baile, de Jeanne Paquin. *Les Modes*, n. 61, jan. 1906a. Arquivo Bibliothèque Fornay.
- VESTIDO de visita, de Jacques Doucet. *Les Modes*, 1906b. Arquivo Bibliothèque Fornay.
- WATSON, Steve. *Stranges bedfellows – The first american avant-garde*. New York: Abbeville Press, 1991.
- WHITE, Palmer. *Poiret, le magnifique. Le destin d'un grand couturier*. Paris: Payot, 1986.
- YVONNE Printemps vestindo Modelo de Lanvin. *Femina*, número trienal da guerra, 1917. Arquivo Bibliothèque Fornay.

#### REVISTAS DE MODA:

- Fémina* (1906-1925)
- Gazette du Bon Ton* (1912-1925)
- Les Modes* (1901-1919)
- Officiel de la mode et la Couture* (1922-1939; 1947-1957)
- Vogue Paris* (1920-1939)