

Um olhar sobre o *prêt-à-porter* no design de moda e o conceito de mimese

A look at the *prêt-à-porter* in fashion design and the concept of mimesis

Zanettini, Juliana¹; Universidade Anhembi Morumbi (janettini@hotmail.com)

Resumo

Visando identificar a importância do *prêt-à-porter* em termos de transformações no sistema de fabricação dos artefatos têxteis, o presente artigo propõe uma relação entre este mecanismo de fabricação seriada e o conceito de mimese, tendo como principal objetivo a compreensão do consumo na moda por meio dos fenômenos de imitação.

Palavras chave: *prêt-à-porter*, tendências, mimese.

Abstract

To identify the importance of *prêt-à-porter* in terms of changes in the manufacturing of textiles, this article proposes a relationship between this serial mechanism of manufacturing and the concept of mimesis, with the principal aim of understanding the consumption in a fashion through the phenomena of imitation.

Key words: *prêt-à-porter*, trends, mimesis.

Introdução

¹ Mestranda em Design, com ênfase na linha de pesquisa Design, Arte e Moda-Universidade Anhembi Morumbi. Possui especialização em MBA/Marketing-ESPM e graduação em Design de Moda-UCS.

Neste artigo levantaremos aspectos relativos ao conceito de mimese a partir de um paralelo com o sistema *prêt-à-porter*, modelo de fabricação em larga escala que proporcionou importantes transformações em termos de fabricação e consumo dos bens de moda após a segunda metade do século XX.

Com o seu surgimento, houve o desenvolvimento de uma dinâmica de disseminação das novidades menos dependente da alta costura, uma vez que os criadores pertencentes ao *prêt-à-porter* passaram a sugerir novas propostas em termos de lançamentos de moda, sendo estas apresentadas de forma mais cíclica e em larga escala.

Entre outros fatores, a fabricação seriada também proporcionou a rotatividade dos bens têxteis, o que corroborou para a aceleração dos processos de mimese por parte dos indivíduos que aderiram, por meio das dinâmicas de consumo, ao sistema *prêt-à-porter*.

***Prêt-à-porter*: um breve histórico**

Conforme Lipovetsky (1989), no período áureo da alta costura diversas roupas produzidas industrialmente ainda apresentavam cortes defeituosos e falta de qualidade. Contudo, a maioria dos indivíduos conformou-se a este método de fabricação, já que não dispunha de recursos para a compra dos artefatos em melhor qualidade.

Com o intuito de aperfeiçoar o setor industrial, no final da década de 1940, o empresário J.C Weill desenvolveu, na França, um novo sistema de manufatura. Intitulado por *prêt-à-porter*, o método consistia na produção do vestuário baseada nas fórmulas norte americanas de fabricação em série. Sua terminologia é uma derivação do francês “*prêt*” (pronto) e “*à - porter*” (para usar).

Para Grumbach (2009), J.C Weill fazia parte de uma tradicional família confeccionista francesa que, ao término da Segunda Guerra Mundial, retomou a posse do negócio confiscado durante a recessão. Por consequência da dificuldade em abastecimento de matérias primas, sua empresa, que trabalhava em grande parte para o exército norte americano, introduziu os primeiros procedimentos de industrialização provindas daquele país. Com a criação do sistema *prêt-à-porter* na França, Weill abriu precedentes para uma série de

empresários ávidos pelo conhecimento desta técnica de manufatura dos artefatos têxteis.

Um deles foi Albert Lempereur, presidente da Federação do Vestuário Feminino. A fim de se tomar conhecimento deste sistema, Lempereur defendeu a implementação de atividades que visavam o conhecimento técnico dos processos produtivos. Grumbach (2009) reforça que o empresário organizou, em 1955, uma viagem aos Estados Unidos de um grupo seletivo de profissionais franceses do ramo têxtil.

Convidada pelo Ministério do Comércio norte americano, a equipe conheceu as técnicas de produção por meio de uma estadia de cinco semanas. Entre eles estavam, além de confeccionistas, jornalistas de magazines como a *Elle*, *Paris-Press*, *Marie France*, além da futura consultora de tendências François Vincent-Ricard.

Com o sucesso da visita resultou-se a criação, em 1º de dezembro de 1955, do Comitê de Coordenação das Indústrias de Moda (CIM). Nas palavras de Grumbach, a principal função do Comitê era “fornecer a cada um dos diferentes elos da cadeia – da fiação à imprensa profissional – indicações precisas e coerentes sobre as “tendências”. (Grumbach, 2009, pg.191).

Como resultado, o *prêt-à-porter* sistematizou critérios da fabricação seriada, o que levou a indústria europeia a uma nova lógica de industrialização. Sendo os artefatos confeccionados para nichos em potenciais ao invés de consumidores específicos, foi possível a criação de bens têxteis em larga escala e, conseqüentemente, a fomentação de preços mais acessíveis tanto em termos de produção, quanto de comercialização. Dividindo com a alta costura o posto de difusor das tendências, este novo sistema passou também a ditar padrões de estilos, modelagens, cores e afins, sem a necessidade de buscar referencial no antigo modelo de produção.

Nas palavras de Baudot (2002), a partir da popularização do *prêt-à-porter*, houve uma rápida evolução dos costumes, despertando a atenção de alguns costureiros pela moda das ruas, que ocorreu, mais especificamente, no decorrer dos anos 1960.

Podemos considerar Yves Saint Laurent² como um dos maiores expoentes do *prêt-à-porter*. O argeliano mudou-se para Paris aos dezessete anos e logo se tornou assistente de Christian Dior, assumindo o comando criativo da marca após a morte do seu fundador homônimo, em 1957.

Para Grumbach (2009), foi Yves Saint Laurent quem deu ao *prêt-à-porter* novo significado, uma vez que o criador defendia ser este novo sistema mais criativo e autêntico que a alta costura. Yves Saint Laurent considerava a alta costura e o *prêt-à-porter* antinômicos e não indissociáveis. É considerável que tenha sido este o motivo pela qual ele tenha conduzido de forma singular suas criações para ambos os segmentos.

Intitulando o período correspondente ao *prêt-à-porter* como “moda aberta”, Lipovetsky (1989) nos diz que, com a instauração deste sistema de fabricação, a efemeridade da moda se tornou uma necessidade das massas, independente de suas classes sociais. Com isso, a moda, em seu âmbito consumista, ganhou novos ideais de representação, tendo a efemeridade e o propósito de mimese como enfoque.

***Prêt-à-porter* e mimese**

Mimese é um conceito abordado por autores de campos distintos. Na filosofia, por exemplo, é caracterizada pela forma como os indivíduos se comportam, fazem escolhas e determinam suas ações, sendo este conceito pertinente ao sentido de coletividade. Nos dizeres de Gebauer e Wulf (2004), o termo não se refere simplesmente à “imitação”, mas também “fazer-se parecido”, “expressar” ou “trazer algo à representação”. Os autores (2004) também avaliam mimese como um artifício de reprodução repetitiva por meio da imitação de algo existente.

O processo de mimese permite que o desejo de tornar-se semelhante ao outro faça com que o indivíduo indique mecanismos de similaridades, porém, com certas particularidades. Estes mecanismos são responsáveis pela criação de novos mundos estéticos e sociais, pois a semelhança facilita a referência.

² Yves Saint Laurent nasceu em Orã, na Argélia, em 1º de agosto de 1936. Faleceu em Paris, no dia 1º de junho de 2008, aos 71 anos.

Para Gebauer e Wulf:

Com a ajuda de capacidades miméticas percebe-se uma semelhança entre si e o outro e experimentar-se a percepção de si do outro. Desta forma chega-se à concordância do agir, das opiniões e dos sentimentos entre os homens. A criação mimética de uma extensão simbólica tem relação com outros mundos; ele serve de intermediária entre mundos e pessoas (Gebauer e Wulf, 2004, pg. 38).

Podemos interpretar a moda como um sistema de integração por meio de semelhanças nas formas de vestir entre indivíduos que compartilham relações em comum. Nesse sentido, é possível que o vestuário seja um agente de conexão, pois serve como suporte mimético pela busca de algo que existe no outro. A mimese é determinada pela capacidade de acentuação de significados que causam redundância no vestir, sendo o traje também um elemento de identificação e integração do indivíduo perante o seu grupo.

Para Maffesoli (1996), a partir do período pós moderno³ o indivíduo passou a se reconfigurar conforme as relações com os seus grupos, num procedimento intitulado por “contaminações sucessivas”. O autor (1996) afirma que estas contaminações são responsáveis pela manipulação de grupos urbanos “que vivem valores idênticos, que têm modos de vida similares, que se vestem de maneira semelhante, etc”. (Maffesoli, 1996, pg.143).

Numa comparação entre a ideia de “contaminações sucessivas” e o sistema *prêt-à-porter*, há de se trazer em questão os elementos de repetição comumente presentes nos lançamentos de moda e que vão ao encontro ao propósito

³ De acordo com Jameson (1997), o período correspondente à pós-modernidade iniciou-se no final da década de 1940. Sua definição não é apenas um termo relativo a um estilo, e sim, um conceito que corresponde a um período que tem como características correlacionar aspectos formais da cultura, dos tipos de vida social e ordem econômica, sob parâmetros diferentes da primeira metade do século XX.

massificação, ressaltando redundâncias em termos de inspirações, matérias primas, formas, cores, entre outros.

Para a ilustração do processo de mimese no campo da moda, tomemos dois exemplos relacionados ao propósito de reiteração, onde a roupa é o suporte.

Durante os lançamentos de verão 2011/12 do hemisfério norte, alguns designers apresentaram roupas confeccionadas em tecidos coloridos, com ênfase nos blocos de cores. As roupas foram sustentadas por uma miscelânea de tonalidades distintas, preferivelmente em tons vibrantes, sendo a cartela cromática o elemento de reiteração entre os lançamentos de marcas distintas.



Figuras: Lançamentos de verão 2011/12 das marcas Gucci, Celine, Louis Vuitton e Max Mara.

Já entre os desfiles dedicados ao inverno 2012, algumas marcas apresentaram modelos de casacos semelhantes, com ênfase para diversos pontos de convergência como a modelagem com os ombros arredondados e levemente deslocados para baixo, as silhuetas amplas e o comprimento 7/8. Entre as peças em destaque, até mesmo as mangas tiveram o comprimento mais encurtado que o tradicional, sendo em versão 3/4.



Figuras: Lançamentos de inverno 2012 dos designers Aquilano Rimondi, Jil Sander, Phillip Lim e Stella McCartney.

Acredita-se que a produção massificada dos artefatos têxteis deve-se, primeiramente, à ampla capacidade produtiva do *prêt-à-porter*, onde as práticas de consumo passaram, pela primeira vez, a convergir com uma grande quantidade de roupas semelhantes, levando o campo da moda ao processo de mimese.

Unidos por elementos em comum, os indivíduos agregam hábitos de pertencimento com o seu grupo social e passam a ser membros de uma comunidade que lhe é própria. Nesse sentido, a roupa passa a ser um suporte de integração material, estabelecido por meio das dinâmicas do consumo.

Considerações finais

É considerável que o período de instauração do *prêt-à-porter* tenha coincidido com os desejos de uma sociedade voltada para o novo e pelo propósito de consumismo. Nesse sentido, houve a preocupação por parte dos criadores pertencentes ao *prêt-à-porter* pelo atendimento das expectativas imediatistas dos consumidores, o que também contribuiu para a aceleração e padronização dos lançamentos de moda.

Percebemos também que a mimese representa codificações socioculturais que reorganizam a sociedade por meio de elementos simbólicos e partilhados. O processo de socialização concerne principalmente a criação de identidades e sentimento de pertencimento ao grupo social.

Nesse sentido, com a instauração do sistema *prêt-à-porter*, a moda passou a ser considerada um símbolo de pertencimento, tendo a roupa como código de integração entre indivíduos com hábitos em comum. Conforme a produção e comercialização de bens semelhantes em larga escala, que deu-se primeiramente por volta dos anos 1960, tornaram-se comuns as formas semelhantes de vestimentas e o conceito de mimese ganhou sua tônica na moda, sendo a roupa um elemento de integração.

No que diz respeito ao processo de integração, há de se trazer em questão os objetos de consumo como fontes de intercâmbio. Acrescidos por valores simbólicos, estes objetos revelam associações por meio de reiteração e é nesse sentido que a moda passa a exercer papel fundamental como componente de integração entre o indivíduo e o seu grupo.

Bibliografia

BAUDOT, François. A moda do século. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

GRUMBACH, Didier. Histórias da moda. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

GEBAUER, Günther e WULF, Christoph. Mimese na Cultura: Agir Social, Rituais e Jogos, Produções Estéticas. São Paulo: Annablume, 2004.

JAMESON, Fredric. Pós-Modernismo e a sociedade de consumo. São Paulo: Ática, 1997.

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

MAFFESOLI, Michel. No fundo das aparências. Petrópolis: Vozes, 1996.