

UMA CONSTRUÇÃO NO IMAGINÁRIO SOCIAL DA MODA BRASILEIRA NO PÓS SEGUNDA GUERRA

A building in the social imaginary fashion in brazilian after the II World War

Carvalho, Ana Paula Lima¹; MS; SENAI Cetiqt, apcarvalho@cetiqt.senai.br

Resumo

O artigo versa sobre o desenvolvimento industrial têxtil da companhia Progresso- Bangu, que produziu moda feminina sob a influência da Europa e dos Estados Unidos, no pós Segunda Guerra. O resgate da memória contido na moda feminina é produto do estudo dos modelos exibidos nos desfiles, das fotos de mulheres e das crônicas de moda publicadas na revista *Vida Doméstica*.

Palavras chave: Moda; Indústria têxtil; História.

Abstract

The article is about the textile industry development at Progresso-Bangu Company, that produced feminine fashion under the European and American influences, after World War II. The rescue of the memory in the feminine fashion is product of the model studies presented in fashion shows, photos of women and short stories published in a magazine named *Vida Doméstica*.

Keywords: Fashion, Textile Industry, History

Neste artigo, mostraremos como as sociedades carioca e paulista estavam reproduzindo a moda feminina europeia e norte-americana, no período a partir de 1945, através do estudo dos modelos exibidos nos desfiles da companhia Progresso Industrial do Brasil- Bangu, das fotos de mulheres, no

¹ Docente dos cursos de graduação e Pós- graduação de Design de Moda no SENAI Cetiqt, , Gestora Técnica da Pós- graduação em Design de Moda.

anonimato da época e das crônicas de moda publicadas na revista pesquisada *Vida Doméstica*,

Quando estudamos vestuário de moda, entendemos que haja uma associação direta entre a imagem produzida e aquela que se reflete no instante em que consumimos, seja em uma ocasião especial, seja no dia a dia. Na verdade, quando nos vestimos há uma predeterminação de escolha, gosto e desejo a ser satisfeito pelo sujeito, ainda que seja atribuído à moda de um momento.

Pretendemos, também, estabelecer relações entre o consumo da moda do *prêt-à-porter* dos segmentos mais abastados e o dos menos favorecidos do período, no contexto histórico que possibilite entendermos a representação do imaginário da época. No caso em questão, são os anos decorrentes do pós-guerra que apresentam um cenário de reconstrução e de legitimação do poder norte-americano constituído pelo célebre *American of life*.

As sociedades periféricas como o Brasil importavam esta concepção, além de apresentar contradições no bojo de suas estruturas econômica e política, como exemplo, ao mesmo tempo que as fábricas se adaptavam às novas tecnologias têxteis no setor industrial, importavam artigos de luxo, como as meias de *nylon* e tecidos com texturas industrializadas, entre eles, o *rayon* e a helanca. Pretendemos, assim, resgatar o imaginário dessa época, através da moda como representação social idealizada em uma sociedade urbana industrial eufórica e a capacidade de consumo dos segmentos sociais pertencentes tanto à elite oligárquica, quanto à burguesia urbana, objetivando uma imagem de semelhança com aquela prosperidade exibida pela mídia dos Estados Unidos.

Companhias paulistas e cariocas memórias da moda

As fábricas pertencentes ao setor têxtil otimizaram o espaço periférico, sobretudo no pós- guerra. As companhias Paulistas e Bangu (Rio de Janeiro) já foram objeto de estudo para diversas áreas do saber, entretanto destacamos o quanto estas fábricas ditaram mudanças não só na geografia das cidades, como também de comportamento a partir da produção têxtil e da busca constante pela inserção do modelo estrangeiro, sobretudo norte-americano no processo de produção.

Rio de Janeiro e São Paulo compuseram o cenário fabril no pós Segunda Guerra, desenvolveram-se e alteraram o comportamento local, desde a formação das vilas operárias até o consumo de novos tecidos.

A título de informação deixemos a cronista Zenaide, da Revista *Vida Doméstica* descrever a cidade do Rio de Janeiro, representando não só a condição de cosmopolitismo, tal qual São Paulo, mas a atribuição de uma construção de identidade nacional quando cita as cores verde e azul contidas na bandeira do Brasil cuja representação é a própria cidade carioca.

Há cidades, mesmo as de aspecto cosmopolita, que parecem ter pudor de sorrir todos os dias. (Sim, porque não acham vocês que as cidades também sabem ou não sorrir, como os seres humanos, revelando a alma que possuem?) O Rio não. Aqui colhemos sempre, ou quase sempre um sorriso bom em tudo. É o azul do céu que nos protege com insistência, é a paisagem que se faz mais amiga e íntima a cada hora que passa, é o verde do nosso mar pacífico, é o olhar anônimo que vemos nas ruas e nos envolve, como uma saudação de afeto (Andréa, 1947).

A fábrica Bangu: a memória social no pós-guerra

Em 05 de fevereiro de 2004, a fábrica encerrou suas atividades e o bairro perdeu a sua função fabril e ganhou função comercial e residencial. Em 2000, o prédio da fábrica Bangu Foi tombado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), de acordo com a lei 3086 de 02 de Agosto, mostrando, assim sua importância, não só para o bairro de Bangu, como também para o resgate da memória do lugar associado ao desenvolvimento industrial têxtil da cidade do Rio de Janeiro.

Desde a sua inauguração em 1889 até a inauguração do Bangu Shopping em 30 de outubro de 2007 a fábrica foi um dos maiores polos exportadores de moda e que promovia importantes concursos de misses no bairro e até mesmo no Rio de Janeiro.

Ao trabalharmos com memória, temos que levar em consideração que ela estabelece marcos para o que vai ser lembrado ou esquecido. Sua organização é feita de acordo com o repertório individual ou coletivo (consciente ou inconsciente) construído por ações políticas, sociais entre outras que compõe o processo de transformação de uma sociedade. De acordo

com Motta e Pollak “a memória grava, arquiva, exclui, relembra, é o resultado de um trabalho de organização, que pressupõe escolhas”. (Motta, 1998:74-89; Pollak, 1989 e 1992). Assim, a memória de um lugar é produto de uma imagem construída pelos agentes sociais que produzem ao longo de suas vidas constituindo-se na forma como esses agentes sociais querem ser percebidos enquanto sujeitos do seu tempo. Assim sendo, a moda é um conceito em construção que materializa essas transformações através do resgate da memória social.

Além de ser um fenômeno construído social e individualmente, a memória está associada ao sentimento de identidade, tanto individual, como coletiva, sendo um elemento presente na subjetividade seja individual, seja do grupo social.

A memória social é uma herança de valores contidos em uma sociedade, que expressa o sentimento de identidade consistindo num fator permanente de reconstrução do sujeito ou do grupo a que pertença.

No caso das memórias dos trabalhadores, dos que desfilaram pela fábrica ou daqueles que no anonimato edificaram a fábrica Bangu, as lembranças e interpretações do passado através da produção têxtil significam o pertencimento a uma época em que a moda se elabora na cidade do Rio de Janeiro.

Uma das faces da modernização no início do século XX, que se estende, no caso brasileiro, no pós-guerra está diretamente relacionada aos conceitos de americanismo expresso no *slogan: American way of life* e ao fordismo. Conforme menciona Beynon,

o século XX foi o século da produção em massa. Em seus anos iniciais, a introdução da linha de montagem foi aclamada com um entusiasmo que beirava a adulação. O responsável por isso foi considerado um homem milagroso. E esse homem foi Henry Ford (1995, p. 37).

Sem querermos destacar o empreendedor Ford, mas o processo de transformação industrial têxtil, a questão apresentada por ele foi: o modelo industrial que havia implementado em sua fábrica, onde manteve e aprimorou o gerenciamento das etapas da produção proposto por F. Taylor,

bem como a sistematização do processo de cada tarefa no setor fabril, no caso automobilística, que serviu de base para os demais setores de produção, especialmente a têxtil.

A tradição industrial brasileira foi originada na confecção de tecidos simples de algodão, linho e juta para roupas destinadas aos segmentos desprovidos de toda sorte. Em sua maioria eram confeccionados por artesãos das próprias fazendas ou por fiadeiras e tecelões em pequenas oficinas nas cidades. As primeiras fábricas paulistas de tecidos começaram a partir dos anos de 1850 e, gradativamente, foram conquistando espaço nos centros urbanos até resultar nos pólos da indústria têxtil paulista e, posteriormente carioca. A capital paulista (centro de produção têxtil do Estado) mesmo sendo um desses pólos, perdeu este posto a partir do pós-Segunda guerra quando se ampliou o mapa da indústria têxtil paulista e, conseqüentemente, brasileira.

Destacamos que na época a inserção fabril permeava no imaginário social o conceito de valorização ao trabalho diretamente associada ao processo de desenvolvimento têxtil. Seguem alguns trechos de Teixeira (2007), que corroboram com esta assertiva:

A presença social “trabalhar em fábrica” tornara-se expressão popular equivalente a “trabalhar em fábrica de fiação e tecelagem. [...] Trabalhar em fábrica, numa sociedade recém-saída do escravismo e formada em grande parte por imigrantes recém –chegados, era visto por muitos, certamente, como fator de segurança e sinal de prestígio social. [...] o fato é que a indústria têxtil, ainda jovem, já ocupava lugar de destaque na vida econômica e social do Estado. Cada vez mais fabricavam-se tecidos de qualidade e acabamento cada vez mais melhores _”Capazes de se compararem a qualquer dos importados”, como garantiam os anúncios das lojas da época estudada (p. 68 a 73).

Na verdade fez-se necessário a atualização da cadeia produtiva têxtil da fiação a malharia, assim como das atividades correlatas que permitiram não só o desenvolvimento da indústria têxtil auxiliada pelo contexto histórico favorável à importação de maquinário e da própria introdução do *American*

way of life no Brasil, mas do desenvolvimento da moda no eixo São Paulo e Rio de Janeiro.

Portanto as mudanças no desenvolvimento industrial têxtil foram consequência da própria Segunda Guerra devido às dificuldades de importação, assim a necessidade de superar a produção em escala nacional para internacional, permitiu que o Brasil se tornar-se “o segundo produtor mundial de fios e tecidos” (p. 98).

No contexto da Guerra Fria, um novo cenário se apresentou desde a perda de mercados, como a necessidade de renovar equipamentos obsoletos, melhorar as técnicas de produção e ampliar as linhas de produtos. A moda cada vez mais entra em cena, também sendo divulgada pelas revistas da época.

Assim o pós-guerra marcou o processo de modernização tanto no setor da indústria têxtil paulista e brasileira como no conceito de moda em escala nacional.

Os fios artificiais e as fibras sintéticas, introduzidas nos Estados Unidos e na Europa desde o início da década de 1930, e também usados nos setores fabris têxteis no pós-guerra permitiram uma melhoria na oferta de matérias-primas suprimindo a escassez do algodão nacional, em quantidade e qualidade e, ainda possibilitando uma variedade de tipos de tecidos planos e malhas para a confecção nacional.

Os fios artificiais representaram o primeiro passo para a mudança, pois diminuiu a dependência da indústria em relação ao algodão e outras matérias – primas naturais reduziu custos e ampliou o leque de produtos finais em fios e tecidos.

O uso crescente das fibras sintéticas, como o náilon e o poliéster, desde o final da década de 1940 permitiram diferenças de texturas, mas variedades na confecção têxtil, assim criando novas demandas de produtos, preços, qualidades, divulgação e estrutura de vendas, entre outros fatores facilitadores que tornavam a cadeia têxtil um espaço aberto para a criação e inovação no campo da produção de moda em escala nacional.

Produzidas pela indústria química e petroquímica a partir de derivados do petróleo, essas fibras não só ocuparam amplo espaço no mercado de matérias-primas têxteis- em torno de 40% já nas duas décadas seguintes- como permitiram ampliar ainda mais a diversificação tanto na fiação e tecelagem como na confecção e, por conseqüência, estimularam a especialização das próprias empresas do setor (Teixeira, p. 102).

A indústria têxtil e a moda oficialmente se entrelaçaram para a cada dia tornarem-se referência no eixo Rio e São Paulo, somando a ideia de moda nacional em 1958, em São Paulo, na primeira Feira Internacional da Indústria Têxtil (FENIT) organizada por Caio de Alcântara Machado com o apoio Sinditêxtil.

A feira permitiu um espaço de trocas não só de informações do setor têxtil, mas de discussão de tendências da moda, dos processos tecnológicos para “desenvolvimento de linhas de produtos específicos para diferentes públicos, cada vez mais segmentados e exigentes [,,] Mais que uma vitrine de produtos e um balcão de negócios, a Fenit nasceu como uma grande festa da indústria têxtil paulista. (idem, 127).

As fábricas que se instalaram em São Paulo de um modo geral tinham a presença do capital estrangeiro, como

a Rhodia, franco-suíça, e a Fiação Brasileira de Rayon, italiana, passaram a responder pela produção da quase totalidade das fibras químicas, como náilon e poliéster, base de novos tecidos de tergal e lycra, cada vez maior a procura no setor de vestuário. Os pares capital e tecnologia estrangeiros impulsionaram a indústria paulista (idem, p. 138)

e, conseqüentemente, produzindo moda não só no âmbito citadino, mas nacional.

O contexto histórico é a base que possibilita à representação do imaginário de época. No caso em questão, são os anos decorrentes do Pós-Guerra que apresentam um cenário de reconstrução e de legitimação do poder norte-americano constituído pelo célebre *slogan: American way of life*, no qual

as sociedades periféricas, como o Brasil importava demasiadamente este cenário, além de apresentar contradições no bojo de suas estruturas econômica e políticas como exemplo; ao mesmo tempo que se adaptava as novas tecnologias têxteis no setor industrial importava artigos de luxo como as meias de nylon e tecidos com texturas industrializadas como rayon, helanca, entre outros.

Conforme podemos verificar na Companhia Progresso Industrial do Brasil (Bangu), com o término da Segunda Guerra Mundial ela buscou manter um bom nível de produção têxtil alimentada pelas novas tecnologias pelo setor americano. Segue um trecho de depoimento de Carlos Guido Del Soldato, diretor técnico da Companhia que além de confirmar esta assertiva, enfatiza o uso da propaganda como elemento de divulgação dos tecidos Bangu.

[...] Em 1950 eu fiz uma viagem aos Estados Unidos em que tive a oportunidade de comprar novas máquinas para a fábrica. Como o parque industrial europeu havia sido destruído pela guerra, só os americanos podiam nos fornecer aquelas máquinas, as melhores da época. Eram máquinas de mercerizar, estampar, chamoscadeiras, que nos permitiam um acabamento mais nobre, mais moderno. Ao mesmo tempo começaram a aparecer novos tipos de corantes que reagiam muito bem com a fibra do algodão. [...] Isso era ajudado, naturalmente, pela publicidade dos Desfiles Bangu, uma promoção de grande sucesso (1989: p.39).

Se ainda quisermos um exemplo no campo político temos uma outra contradição, o continuísmo de governo autoritário com a eleição do general Eurico Gaspar Dutra pela coligação PTB e PDS ambos partidos getulistas, assim garantindo internamente uma política favorável a manutenção do *status quo* e externamente uma política favorável a abertura ao capital e produtos estrangeiros, sobretudo norte-americanos.

Neste contexto, se esboça o imaginário de uma época em que a moda é mais uma representação social idealizada em uma sociedade urbana industrial eufórica na capacidade de consumo entre os segmentos sociais pertencentes a elite e a burguesia urbana objetivando uma imagem de semelhança com a prosperidade dos Estados Unidos.

Os desfiles de moda patrocinados pela Bangu nos idos anos 50, revela a apropriação de uma moda internacional adaptada aos padrões nacionais com o uso de algodão nos modelos de matriz europeia, sobretudo norte-americanas. A fotografia abaixo, nos mostra a moda do algodão pelas candidatas ao título de Miss Elegante Bangu no Maracanã, cuja temática era a valorização da moda brasileira, isto é o uso de estampados e lisos no tecido de algodão de produção nacional. Assim, os desfiles de moda da Bangu foi um acontecimento para a (re)produção dos modelos, pois “qualquer pessoa podia comprar aquele tecido, fazer aquela saia, aquela blusa, aquela roupa...”².

A mudança de comportamento ocorre tanto em nível social quanto econômico, pois o processo de standardização tinha como objetivo produzir o máximo em menor tempo, com preços módicos. Afinal a sociedade norte-americana vivia a prosperidade de uma sociedade de consumo bem sucedida e emergente do pós-guerra como uma potência econômica do capitalismo. Já o Brasil passou a não só exportar tecnologias norte-americanas, mas vincular a sua dependência econômica, cultural e ideológica, a partir destes paradigmas que evidentemente foram reproduzidos nestes níveis, portanto a moda foi uma produção cultural conotando valores desta conjuntura histórica.

Outra questão que se coloca e foi objeto deste artigo foi a criação do *Made in Brazil*. Podemos afirmar que, nos anos 1990, antes da globalização dos produtos têxteis, como fios, tecidos e roupas, outro setor que alimentou a indústria têxtil se globalizou: a moda. Nas últimas quatro décadas, a influência da moda ditada por Milão, Paris e Londres e mais recentemente Nova Iorque e Tóquio, avançou em escala mundial. “(...) Moda com a marca da brasilidade, que diferenciasse os produtos *made in Brazil* não apenas pela etiqueta, mas por suas qualidades técnicas e seu valor cultural” (Teixeira, 2007, p. 182).

Com a globalização, a concorrência dos produtos asiáticos batendo à porta, essa diferenciação tornou-se ainda mais necessária como estratégia de produção e de marketing.

² Cf. Depoimento de D. Candinha Silveira a qual dirigiu os desfiles de moda nos anos 50, juntamente com um grupo de amigas da alta sociedade carioca. O primeiro desfile foi de caráter beneficente, nos salões do Copacabana Palace em benefício da Pequena Cruzada, posteriormente os famosos desfiles como este apresentado na fotografia (BANGU, 1989, p.135).

A moda passou a ser vista como um fenômeno que implementa a economia, como também representa a história cultural brasileira, produto dos processos de urbanização e industrialização, do crescimento da classe média urbana, sobretudo das megalópoles Rio - São Paulo, da ampliação e da atuação das mídias- jornais e revistas, rádio e cinema (figurinos hollywoodianos) e, agora, cada vez mais, a televisão (sobretudo novelas) - na vida social brasileira, divulgando informação, promovendo entretenimento, influenciando gostos, costumes e comportamentos, ajudando a fortalecer no país a cultura de massa e a moda não foge à regra neste processo de divulgação cultural.

Conclusão

Muito se tem discutido sobre a influência do desenvolvimento do setor têxtil fabril no Brasil no pós- guerra, entretanto destacar como algumas fábricas, no caso em questão a Bangu, permitiram uma mudança desde a paisagem do ambiente da fábrica até a confecção de tecidos para a criação de eventos de moda. A fábrica é o símbolo da mudança de toda a produção têxtil em escala nacional, assim o resgate da memória social parte de um espaço produtivo: a fábrica Bangu, que teve o ofício de vestir as estruturas corpóreas da mulher brasileira, sobretudo das cariocas assim produzindo história da moda.

Não é à toa que ao findar o preparo deste artigo deparei-me com um site do antigo espaço da fábrica que se tornou o Bangu Shopping com a divulgação de uma exposição ocorrida no final do ano passado denominada: “Bangu: Exportando Moda”. Esta exposição teve o propósito de resgatar a memória social da fábrica de tecidos Bangu enquanto expressão da moda brasileira, assim nos remetendo à época em que o *glamour* proveniente de uma sociedade efervescente pelo consumo e sob a influência do *American way of life* viabilizou o desenvolvimento da indústria têxtil a partir de divulgação dos tecidos produzidos não só pela qualidade dos mesmos, mas dos desfiles promovendo a moda brasileira.

Referências

ANDRÉA, Zenaide. Muito em Moda O Rio sorri. **Vida Doméstica**, Rio de Janeiro, n. 355, p. 657, out. 1947.

BERTOLA, Paola e CONTI Giovanni. **La moda e il design**. Il trasferimento di conoscenza a servizio dell'innovazione Milão, POLI.design, 2007.

BEYNON, Huw. **Trabalhando para Ford: Trabalhadores e Sindicalistas na Indústria Automobilística**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

HOBBSAWM, Eric. **A era dos extremos – O breve século XX (1914-1991)**. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

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

MACHADO, Denise. Bangu shopping. In: 2010. Disponível em: <http://www.denisemachado.com.br/noticias/1072-bangu-shopping-realiza-exposicao-bangu-exportando-moda.html>. Acesso em: 27 maio 2011.

MOTTA, Márcia Maria Mendes. História e Memórias. In: MATTOS, Marcelo Badaró (org.) História: Pensar e fazer. Rio de Janeiro: **Laboratório Dimensões da História**, UFF, 1998, p. 74-89.

PERROT, Michelle. **Os excluídos da História: operários, mulheres e prisioneiros**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989, p. 3-15.

_____. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol.5, n. 10, 1992, p: 200-212.

SILVA, Gracilda Alves de Azevedo. **Bangu 100 anos** – A fábrica e o bairro. Rio de Janeiro: Sabiá Produções Artísticas, 1989.

SKIDMORE, Tomas E. **Brasil de Getúlio Vargas a Castelo Branco, 1930-1964**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

STEIN, S. **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil – 1850-1950**. Rio de Janeiro: Campus, 1979.

TEIXEIRA, Francisco. **A história da indústria têxtil paulista**. São Paulo: Artemeios, 2007.

_____. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol.5, n. 10, 1992, p: 200-212.