

# **Um caleidoscópio de memórias: tempos e expressões da moda brasileira no pós Segunda Guerra**

*A memories of kaleidoscope: times and brazilian fashion expressions after the Second Word*

Ana Paula Lima de Carvalho

Senai Cetiqt, Brasil

*aplcarvalho@gmail.com*

Este estudo apresenta os conceitos de moda a partir de uma construção de territorialidade, no âmbito nacional de referência de comportamento e de paradigma da moda brasileira, no eixo Rio de Janeiro e São Paulo, no pós Segunda Guerra - representavam uma construção de moda brasileira. As fontes de pesquisa foram periódicos e entrevistas com expoentes da moda brasileira, bem como a construção conceitual de Moda para compor as expressões de moda em uma nova dinâmica da sociedade no pós guerra.

Palavras chave: Design de Moda. Memória. Brasil

This study has the fashion conception growing up based on territoriality and behavior reference, the paradigm on brazilian fashion, the aixs in Rio de Janeiro and São Paulo, a view after de Second War that means the construction of the brazilian fashion. This research was taken by a journal, magazines and interviews with the as well as the fashion designer, including conception that compose of a new dynamic in the society after de Second War.

Key words : Fashion Design. Memory. Brazil.

## **Introdução**

Neste artigo, identificaremos algumas referências que fizeram parte da construção de uma memória social brasileira da época no imediato pós Segunda Guerra Mundial, a partir das crônicas de Zenaide Andrea contidas na revista *Vida Doméstica*, e que elucidam conceitos de design de moda presentes não só no recorte temporal em questão, mas também nos dias de hoje. Selecionamos duas crônicas das quais destacaremos os seguintes conceitos tão caros ao campo do design de moda: silhueta, comportamento e consumo. Esta ordem não tem juízo de valor, pois todos esses conceitos se completam e compõem a construção da moda brasileira e de uma maneira geral, as crônicas apenas ressaltam com mais intensidade, um ou outro conceito, conforme verificaremos ao longo do desenvolvimento deste texto.

Na verdade, pretendemos refletir sobre a memória enquanto instrumento capaz de reconstituir o passado em um tempo sentido pelo indivíduo e, por conseguinte, pelos grupos sociais. Neste percurso, destacaremos a existência das memórias individual e coletiva. A primeira está sempre no discurso narrativo pessoal, enquanto a segunda se

apresenta em diversas linguagens, constitui, por exemplo, os acervos documental, iconográfico e da cultura material que dispõe uma comunidade para o nosso estudo é capital estas representações, pois o design de moda significa a projeção, a elaboração e o aprimoramento de um produto de vestuário para atender a sociedade do seu tempo. Desta forma, a noção de tempo será trabalhada a partir do contexto histórico no qual o design de moda brasileiro se insere.

Optamos por seguir o caminho da história social, em que há valorização das diversas expressões ideológicas e sociais que englobam “comportamentos mediante os quais o homem se define em sua plenitude - isto é, a família, os costumes, os sonhos, a linguagem, a moda [...]” (VOVELLE, 1987, pp.13 e 14). O que é a moda se não a expressão ideológica e, também a problematização das atitudes e dos comportamentos individuais e coletivos nas sociedades capitalistas em um determinado contexto histórico social?

Se acreditarmos que os testemunhos involuntários são confiáveis para a construção do imaginário coletivo, estaremos assim fazendo uma história das mentalidades a partir da análise dos discursos contidos na memória de um indivíduo ou de um grupo enquanto expressão da história do seu tempo. Assim sendo, a moda é mais um objeto de estudo que permeia as representações histórico-culturais de uma sociedade, daí sua importância também, no campo do design de moda. Para este estudo nos restringiremos ao eixo Rio de Janeiro e São Paulo, que na época em destaque - pós Segunda Guerra - representavam o conceito de territorialidade, no sentido nacional de referência de comportamento e de paradigma da moda brasileira.

Quando se estuda vestuário de moda há uma associação direta com a imagem produzida e aquela que se reflete no instante que a 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 serem satisfeitos pelo sujeito, ainda que atribuamos à moda uma (re)produção de um momento, mas que representa um resgate de uma época ainda enquanto fragmentos da cultura material.

O contexto histórico, sem dúvida é a base que possibilita a 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 a brasileira, se inseriram neste cenário, e, além de apresentar contradições no bojo de suas estruturas econômica e política, como por exemplo, ao mesmo tempo que se adaptavam as novas tecnologias têxteis no setor industrial importavam artigos de luxo, como as meias de nylon e tecidos com texturas industrializadas tipo *rayon*, *helanca*, entre outros materiais têxteis (CARVALHO, 2010).

A base de sustentação de nossas ideias para este artigo está na pesquisa dos artigos da cronista de moda da revista *Vida Doméstica*, no período de 1945 a 1959, cujas constatações estão presentes nas três crônicas selecionadas para compor os conceitos de moda da época à luz do imaginário social brasileiro, sob a referência do eixo Rio de Janeiro e São Paulo.

Em um segundo momento, trabalharemos com alguns conceitos de moda contidos a partir do resgate de uma época através das duas crônicas selecionadas da revista *Vida Doméstica* e, na medida do possível, preencheremos as narrativas com depoimentos de duas senhoras que fazem parte da memória da moda brasileira. A primeira, reconhecida por todos no campo do design de Moda, dona Mena Fiala; e a segunda, no anonimato, mas que representa as vozes das costureiras em domicílio, muito comum no Brasil da época demarcada para a construção da memória do design de moda: Sra Maria Elita Lima de Carvalho.

Finalmente, para dar um desfecho a este estudo que muito se amplia, teceremos algumas reflexões a partir das discussões travadas sobre a construção de conceitos de moda à luz das memórias remanescentes de uma época.

### **Memórias e Crônicas: Expressões de moda brasileira**

Neste momento confeccionamos uma parte do escopo teórico a partir de uma seleção de duas crônicas extraídas da coluna de sociabilidade assinada por Zenaide Andréa no suplemento Muito em Moda da cronista de moda da revista *Vida Doméstica*<sup>1</sup>, no período de 1945 a 1959 objetivando desenvolver alguns conceitos de moda presentes na época sob a perspectiva da construção do imaginário constituído no eixo Rio de Janeiro e São Paulo.

Por uma questão puramente didática optamos em apresentar a crônica intitulada: “O Rio sorri”, que viabilizou uma interpretação mais detalhada do que seria uma das cidades cosmopolitas com características peculiares, como a alegria presente no jeito de ser da cidade bem humorada, que era ou é até hoje o Rio de Janeiro. Além disso, destacou o quanto o Rio de Janeiro não deixava a desejar a “douce France”. O ano de 1947 foi especial para a capital da República, pois recebeu autoridades e famosos internacionais, como narrou Zenaide

[...] graças a presença de ilustres hóspedes como o Presidente Truman, a senhora Eva Peron, o Presidente Videla e os chanceleres das Américas, congregados na Conferência de Quitandinha. Umas de imponência extraordinária, outras cintilantes pela sua espontaneidade, tôdas repletas da graça e da formosura das nossas patrícias e das damas estrangeiras que nos visitaram e das que aqui residem- as festas estão assinaladas marcaram época em nossos “carnets”.

Qual de nós, querida leitoras, não admirou o “charme” da primeira dama argentina, o gosto dos seus vestidos? E não guarda de cor, na memória, qualquer dos modelos- ao menos um!- que trajavam as nossas elegantes no majestoso baile por ela oferecido a S. Excia, o senhor Presidente da República e à senhora E. Gaspar Dutra?[...] (*Vida Doméstica*, nº355, outubro de 1947, p.67).

Nesta ambiência histórica do pós Segunda Guerra, verifica-se não só a presença das autoridades e das alianças políticas estabelecidas nos eventos sociais, mas a relevância do traje que expressava a elegância, o bom gosto, o requinte através dos modelos apresentados pelas autoridades. Um dado a ser salientado foi que a cronista mostrou o quanto às leitoras teriam um modelo a partir do resgate da memória, portanto da apreensão do olhar e da assimilação cultural da moda daquela época.

Cabe destacar que, o conceito de moda está associado ao bom gosto, ao requinte e a elegância das classes sociais abastadas, que por sua vez produzem moda e se amplia para as demais classes em forma de “efeito dominó”, isto é como um “fenômeno social ou cultural, mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo, e cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter, por algum tempo, determinada posição social (...)” (CIDREIRA, 2007, p. 30).

Já na crônica “A silhueta do meio século” Zenaide discorreu sobre a diversidade da estrutura corpórea, presente nos tempos modernos, em que a variedade de trajes e a busca constante pela novidade implementaram o desenvolvimento industrial têxtil no Brasil. Ainda destacou que

---

<sup>1</sup> Esta revista foi uma das fontes de pesquisa da nossa dissertação de mestrado concluída em 2001. *A Vida Doméstica era uma publicação mensal de março de 1920 até junho de 1963, mencionava que circulava em âmbito nacional, porém com preço diferenciado para determinados estados.*

[...] existe, sim uma silhueta dêste meio século – acontece, porém, que ela é múltipla e vária, porque multiplos e vários são os aspectos do nosso tempo e, nisto, precisamente nisto, reside a sua característica principal. A expressão das indústrias, a facilidade de comunicações [...].

De um modo geral, a silhueta destas últimas temporadas e, decerto, das próximas, marca uma espécie de conciliação prolonga com o que é natural dentro das condições de vida impostas pelo progresso. Saias à meia altura, ombros em linha normal, cinturas e quadris também normais – isto é, perfeita feminilidade sem prejuízo da facilidade de movimentos, da saúde, do ritmo de existência que levamos, em meio a tantos veículos, tanto pó e tantas preocupações [...] (Vida Doméstica, nº403, outubro de 1951, p.53).

Desse modo constatamos o quanto e o como na moda, fez-se presente a mudança de comportamento feminino expresso na silhueta e nos trajes devido ao cosmopolitismo dos centros urbanos, em debate na cidade do Rio de Janeiro. Não havia mais espaço para uma forma definida seja a linha oval seja a assimétrica, pois a “mentalidade moderna” necessitava de mudanças de toda ordem, pois viver em uma cidade cosmopolita era ir em busca das condições de vida em que o progresso estava associado ao desenvolvimento industrial, aos movimentos sociais, assim como a inserção de uma moda feminina mais ampla, prática e versátil para adaptar-se aos novos tempos.

Neste contexto, o conceito de moda ganhou mais significado quando as transformações culturais concomitantes às mudanças de comportamento feminino provenientes da inserção no mercado de trabalho, da ampliação de atividades domésticas, familiares e culturais cada vez mais associadas ao universo feminino, como passeios, piqueniques, compras em magazines, entre outras viabilizaram a construção de um traje mais solto, com movimento sem perder de vista a feminilidade, daí a silhueta não ter uma única referência, mas várias objetivando vestir de forma diversificada devido às mudanças apresentadas a partir do pós guerra.

Na verdade, como se estabelece num primeiro momento, a relação entre as mudanças de comportamento refletidas nos trajes representam também o aumento de circulação de mercadorias – tecido, aviamentos, elaboração de modelagem e confecção do modelo por determinados grupos sociais, sobretudo pertencentes à alta sociedade do eixo Rio de Janeiro e São Paulo. Talvez só seja possível explicar essas mudanças tanto no comportamento, silhueta e vestimentas através das representações simbólicas presentes tanto nas imagens quanto nas narrativas, que delineiam o imaginário de uma época.

### **Lembranças, memórias na construção do design de moda no Brasil**

Se você tem hoje entre 40 a 50 anos deve ter brincado, quando criança, com o caleidoscópio, ou seja, um cilindro que aos nossos olhos alterava formas, cores e formava imagens. Percebíamos as mudanças das cores e das formas, mas não compreendíamos o processo de transformação destas formas, mas percebíamos as mudanças criadas graças a um gesto ou movimento das nossas mãos, e isto era o suficiente para alterar o significado da composição destas formas, criando-se sempre uma nova forma, conseqüentemente uma imagem em movimento. Enfim, este processo criava uma nova imagem a ser apreendida pelas nossas pupilas. Quem não passou horas a fio neste deleite de mexer e observar novas formas? Algumas décadas se passaram e a lembrança contida na memória, que nos faz pensar nesta produção textual que ora propomos, no sentido de expor um recorte temporal da moda, enquanto

narrativa contínua, mas apresentando as permanências e as mudanças que são caras ao campo de quem pretende desenvolver uma análise crítica no design de moda.

Quando demarcamos um período histórico a ser contemplado no campo do design da moda, buscamos a composição do universo de informações a partir do contexto histórico de cada época, como também os códigos culturais que interagem e modificam os aspectos de uma indumentária. Cultura e memória somam-se enquanto expressões de decodificação não só da forma indumentária (lembrem-se do caleidoscópio: formas e cores associadas ao movimento de desconfiguração para construção de uma nova imagem), mas das permanências culturais que ultrapassam à época. Ressaltamos que entendemos por indumentária: o conjunto de elementos que compõem a “embalagem corpórea” de quem a usa, a saber: traje, acessórios, adornos pessoais e a construção estética de beleza referente ao período em que é ao mesmo tempo objeto de estudo e de representação sociocultural inserido em um contexto, relativo a uma sociedade e porque não dizer cultura dentro de um determinada época.

Acreditamos que, a propósito de novos objetos a serem problematizados nos diversos campos do design, a moda possibilita a investigação histórica na produção de valores culturais de uma sociedade, pois é uma representação cultural desta sociedade. No caso em questão, é nas sociedades carioca e paulista que identificamos o quanto há de resquícios de um passado recente na moda atual.

O historiador Roche (1989) afirma que as roupas devem ser estudadas como evidência das atitudes e valores de seus usuários. Neste sentido, uma história que parece, à primeira vista, preocupada unicamente com a superfície, se revela como um meio de investigar estruturas profundas. Assim, a moda apresenta permanências de um tempo vivido pelos sujeitos de uma época, como também revela as mudanças, ainda que em nuances de transformações sejam projetadas (o designer de moda tem esta tarefa contínua de observar, pesquisar e desenvolver um processo criativo, a partir de uma análise projetual cujo objetivo é de atender à demanda não só do mercado, mas do quê o indivíduo deseja consumir) ou das necessidades dos consumidores com uma outra ação do tempo na sociedade em que se insere.

A partir de uma abordagem proveniente da História das Mentalidades, gostaríamos de ressaltar o quanto é importante tanto a voz de dona Mena quanto da Dona Elita para o nosso trabalho, pois elas representam mais uma das novas concepções de fontes que emergem no cotidiano. De uma certa maneira, toca a vida das massas anônimas em sua continuidade, porquanto elas são testemunhos do período apresentado. Conforme sugere Vovelle (1987 e 1997), um dos historiadores desta abordagem da História das Mentalidades, se integrarmos estas novas fontes escritas: contratos, proclamas, testamentos, inventários, etc., a outras fontes: documento figurativo, arqueologia, pesquisa oral, entre outras, todas elas possibilitam o resgate dos elementos da memória coletiva sobre um tema determinado (1987, p.279).

Para as entrevistas feitas a essas senhoras utilizamos a técnica metodológica da entrevista semiaberta. A estilista Mena Fiala (Philomena Pagani Serelle 1908 – 2001), por representar um testemunho da produção da moda carioca da alta costura ao *prêt-à-porter* no período estudado e, através do seu depoimento, registramos o quanto o seu discurso legitima o que foi produzido e como era a produção de moda na época.

Assim como representou o processo criativo e de reconstrução dos modelos importados da época, ela produzia moda para as elites carioca e paulista, sobretudo para as primeiras-damas, como Darcy Vargas (esposa do presidente Getúlio Vargas) e Sarah Kubitschek (esposa do presidente Juscelino Kubitschek), entre outras.

Segue abaixo, a transcrição de um trecho da entrevista realizada em sua residência, que endossa esta citação:

[...] Os nossos vestidos eram copiados de Paris. Mas, nós tínhamos o trabalho de mandar fazer a fazenda igual, tingir na cor igual e pegar as melhores costureiras que tinham à disposição. Tinha italianas, tinha espanholas, tinha de tudo.

Fazíamos os vestidos e dizíamos quando era cópia e quando era um modelo. E nunca enganamos: Se era cópia, era cópia! Se era modelo, era modelo! Era a honestidade. A coisa principal para gente vencer na vida é a honestidade. Eu sempre disse isso: “Esse aqui é o francês, esse aqui é o nacional”. Naturalmente cobrávamos mais caro o francês e mais barato o nacional, que é para saber que estavam comprando um modelo [...]” (Trecho da entrevista com D. Mena Fiala)<sup>2</sup>.

Não estamos estabelecendo uma discussão sobre a importância da cópia para o desenvolvimento de design de moda brasileiro, mas a interferência do trabalho desenvolvido por dona Mena em parceria com as costureiras que no anonimato, ajudaram também a criar a moda brasileira.

A costureira Maria Elita (1926- ) representa uma das vozes emudecidas pelo tempo em que trabalhava em domicílio nas renomadas famílias cariocas, confeccionando peças do vestuário feminino, com bem se orgulha ao dizer que trabalhava com a alta costura, pois os vestidos eram bem assentados, com o acabamento perfeito. Nos anos de 1950, os vestidos estavam no auge, como também os *blazers*, entre outras peças que compunham o traje feminino. Ela não abriu mão de afirmar que conseguiu muita competência ao trabalhar na alta costura na cidade do Rio de Janeiro, graças a aprendizagem obtida com uma senhora que havia feito curso com Jean Patau (1880-1936).

Ainda D. Maria Elita menciona que

[...] ia na casa das madames e deixava o vestido ou qualquer outra peça semi-pronta, pois eu gostava de fazer o modelo que a madame desejava, muitas vezes interferia em um detalhe ou na escolha dos aviamentos para obter um feito mais elegante. Não gostava de fazer bainha, pregar botões, pois isso qualquer aprendiz de costura fazia, não é mesmo? [...] (Depoimento de D. Elita em 15 de fevereiro de 2010).

Apesar de não fazermos um trabalho relacionado à cópia e a possível contribuição para o desenvolvimento do design de moda brasileiro, como já foi feito por Cristina Seixas (2002, pp.78-84), esta discussão percorre a história da moda no Brasil por meio de depoimentos obtidos ao longo dessas entrevistas, que passaram a ser uma possível referência de releitura da construção da moda brasileira.

Essas senhoras que fizeram a história da moda: a Dona Mena de forma institucionalizada e reconhecida, como uma das maiores divulgadoras e criadoras da moda brasileira, e Dona Elita representando as vozes das costureiras de uma época que não tinha a preservação da cultura material, mas ficou na memória o que se confeccionou e representou uma época tanto vivida quanto sentida. Na verdade, ambas representam a mudança de comportamento em sair do universo privado- a casa na qual obtinham o título de “Rainha do lar” - para uma outra inserção: no mercado de trabalho seja como criadora de moda, seja como costureira em domicílio.

A condição social da mulher moderna, daquela época, era obter qualidades para ser considerada uma boa dona de casa. Assim representava uma boa gestora das finanças do lar, até da costura (enquanto atividade doméstica para confeccionar roupas para a

---

<sup>2</sup> Esta entrevista foi realizada com Mena Fiala, em sua residência, no dia 6 de outubro de 1999, entre 15 h. e 19 h., graças à jornalista Cristina Seixas a qual agendou este encontro com 4 horas de duração, registrado através de gravação de som e de algumas fotografias.

família), além de sempre estar bonita e elegante para atender aos caprichos e desejos do marido<sup>3</sup>. Afinal mostrar-se em uma vitrine com os todos os predicativos de esposa, “prendas do lar” e mulher, era também uma forma de obtenção de prestígio e *status* social ao contexto histórico daquela época.

Ainda segundo Paixão, estas senhoras estavam fadadas a serem as rainhas do lar, porém não há muita diferença entre o seu traje e o das mulheres que trabalhavam fora, cujo vestuário deveria ter os seguintes atributos: “distinção, elegância, simplicidade, comodidade e deve ser prático, econômico, durável e resistente ao longo uso” (idem, p. 269). A autora enumera apenas quatro tipos de profissões para o universo feminino e os seus adequados trajes de trabalho: a balconista e a operária (uso de roupas sóbrias ou de uniforme pré-determinado pela loja ou magazine), como também a escriturária e a datilógrafa. Chamamos a atenção para o fato de que, em nenhum momento, essa mulher que trabalhava fora do lar era valorizada, até por que as profissões apresentadas são para as classes subalternas e não para a elite, que tinha a função de orquestrar o lar para todo e qualquer tipo de evento social e familiar.

Portanto, quando falamos sobre moda, um significado pejorativo vem à tona, ao associamos a um assunto supérfluo de senhoras abastadas que podem frequentar desfiles, comprar vestimentas de *marca* e encomendar a um consagrado estilista um “modelito” exclusivo, confeccionado em um ateliê ou em um *Bureau de Style*. De fato, esta visão é limitada e não reproduz os verdadeiros valores e códigos que estão presentes no simples ato de vestir um corpo no dia a dia, frente às necessidades da vida urbana e industrial. Nos dias atuais o contexto histórico é outro, pois com o fenômeno da globalização, o leque de oportunidades para a moda se ampliou sobremaneira, desde o valor agregado ao conceito moda até a padronização dos costumes. A mulher não só gerencia a casa, mas conquistou o mercado de trabalho em diversos setores, bem como ocupa espaço político semelhante ao gênero masculino. Desse modo, houve mudança de mentalidade entre o sentir e o agir da mulher associada ao conceito de moda. Mas ainda fica uma questão: será que não somamos tarefas para compor o nosso cotidiano e continuamos preocupadas com a manutenção do *status* social, não mais atrelado ao homem, mas a si mesmo? Assim o grau de exigência nos tiraniza?

Compreendemos a moda, então, enquanto um sistema composto de signos, os quais indicam uma forma de linguagem não verbal, mas estabelecendo uma comunicação. A escolha individual é que possibilita a construção do seu discurso, ao selecionar as cores dos variados tipos de tecidos, além dos adereços, no meio da diversidade e das diversas opções. Portanto, a construção de identidade se verifica a partir da inserção do sujeito no contexto social, político, econômico e estético.

Esta linguagem da vestimenta estaria diretamente associada a uma perspectiva histórica, pois pode ser vista como resultante das possíveis mudanças psicossociais e, ainda, de comportamento ao longo das décadas de 1940 a 1950, no contexto internacional. A moda, assim, tende a imprimir a forma de vestir de um grupo ou de indivíduos que convive em uma determinada sociedade. Deste modo, pode ser um veículo da representação dos significados de costumes e valores na hierarquização sócio-cultural.

Segundo Bourdieu, a posição e a função do “sistema de instâncias de consagração no campo de produção e circulação de bens simbólicos e das relações [...] vinculam tal sistema ao campo da produção erudita para poder defini-lo em relação ao campo da indústria cultural” (1974, p.135 e 136). Nesse prisma, a moda se circunscreve nesta posição como cultura média ou arte média produzida pela classe

---

<sup>3</sup> Esta entrevista foi realizada com D. Mena Fiala, em sua residência, no dia 6 de outubro de 1999, entre 15 h. e 19 h, com a participação da jornalista e produtora de moda Cristina Seixas que agendou este encontro com 4 horas de duração, registrado através de gravação de som e de algumas fotografias.

burguesa, que comanda suas escolhas técnicas e estéticas. Produz-se moda de forma mais acessível e clara para atingir um público maior. Esta produção resulta da conjunção da constituição do produto de um sistema gerador de lucro, que absorve o máximo possível de público, para outro, que constitui o resultado de transações e compromissos entre as diferentes categorias de agentes envolvidos em um campo de produção técnica e socialmente diferenciada.

A moda tem significados variados no mundo contemporâneo, todavia representa para a sociedade o objeto da diferença, isto é, a seleção do vestuário, dos acessórios e das cores, formatos e texturas podem determinar não somente um estilo próprio de um sujeito associado ao seu contexto, mas uma forma para se tornar identificado, ou seja, com um fim nela.

A moda enquanto objeto de estudo representa mais um entre outros elementos, resgate da memória de uma época, pois ao estudá-la é possível identificar as diversas maneiras dos grupos sociais se vestirem; assim revelando comportamento, consumo, calendário das atividades cotidianas e suas implicações na organização do trabalho; o valor do traje, que para uma melhor construção do objeto de estudo, pode ser atribuído através dos detalhes que a compõe. Isto porque é necessário o estudo do que ficou preservado e, até mesmo, o do que foi "jogado fora". Este estudo da moda expressa as interpretações relativas à indumentária que perpetua o "Sistema da Moda"<sup>4</sup>, assim sendo uma representação constante de revelações sócio-político-psico-cultural de um determinado grupo, sociedade ou civilização.

Apesar de sabermos que a roupa deve ser considerada um produto de pouca durabilidade até mesmo descartável (roupas baratas), pois ela é o único objeto de consumo que leva dois anos para ficar pronto, desde a fibra têxtil até a loja onde é vendida. Renova-se a cada seis meses, e hoje em dia há uma busca constante pela inovação em que as grandes marcas e lojas de departamentos tentam colocar sempre uma novidade nas araras para levar o consumidor ao consumo contínuo, isto é, com uma regularidade marcada pelas tendências do momento ou pelo desejo do ato de consumir algo que seja novidade. Lipovetsky define a moda a partir da ótica da sociedade de consumo: "[...] a moda consumada, o tempo breve da moda, seu desuso sistemático tornaram-se características inerentes à produção e ao consumo de massa [...]" (1989, p. 160). Observa-se que a moda é uma representação social e econômica da lógica do sistema capitalista, que se circunscreve na produção e no consumo imediato dos objetos do setor têxtil.

Assim, a moda, muito mais do que uma embalagem do corpo na sociedade de consumo, representa um código de indicação, tanto da posição social, quanto de comportamento daqueles que a consomem em um contexto histórico específico. Portanto, a roupa é mais um dos objetos representativos da cultura material da História e do Design. Apesar do tempo torná-la desvanecida, a roupa redimensiona a produção da moda, portanto revela formas, estilos e cores de uma sociedade.

Ao trabalharmos com conceito de memória, temos que destacar o quanto ela determina acontecimentos que serão lembrados ou esquecidos dependendo do contexto social em que se insere o sujeito. De um modo geral, o processo de organização da memória é feito de acordo com o repertório individual ou coletivo (consciente ou inconsciente) construído por ações políticas, sociais entre outras que compõe o movimento de transformação de uma sociedade. De acordo com Motta e Pollak, "a memória grava,

---

<sup>4</sup> Apesar de sabermos que Roland Barthes desenvolveu um trabalho o qual denominou "Sistema da Moda" (1979), esta expressão foi cunhada pelo especialista inglês sobre moda, James Laver (1989), quando se refere a um "Sistema de Moda" compreendido por uma lógica própria, isto é, tudo o que possa ser envolvido no mundo da moda (os mais variados acessórios, a toilette, adornos à roupa, a ocasião, entre outros). Portanto, esta deve ser entendida por uma produção da visualidade e, por conseguinte, por uma lógica própria inserida em um determinado contexto histórico.



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 dos objetos teóricos em construção que materializa essas transformações através do resgate da memória social seja na forma, na cor, na silhueta seja no design de referência à época em estudo.

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 tarefa, então consiste em desvendar o “baú de memórias”, presente nas vozes dessas duas senhoras- Dona Mena Fiala (vozes ecoadas no imaginário coletivo) e D. Maria Elita (vozes percebidas no anonimato urbano da cidade do Rio de Janeiro), enquanto resgate de um tempo sentido e vivido por ambas, mas que ecoa na atualidade quando estudamos a expressão dos conceitos de moda no Brasil.

Assim é o resgate da memória sentida pela sociedade brasileira, que neste artigo foram explorados também as crônicas e os depoimentos a partir do Rio de Janeiro, que ditava a moda em escala nacional. Alguns elementos que foram apresentados merecem destaque, como o uso de cores quentes, a mostra do corpo com decotes mais avantajados devido ao verão carioca, a valorização das cores da bandeira brasileira, a silhueta mais em forma de um violão ou até mesmo um alaúde representando as características do “jeito de ser com formas avantajadas” da mulher brasileira que entremeia a moda. Desse modo, faz-se manter vivo o tempo da partida e da conquista da moda carioca e, também paulista como uma construção de identidade nacional. Assim, parece que o hiato de um tempo não se faz sentir ao longo da história da moda no Brasil ou pelo menos é mostrado no cotidiano da sociedade brasileira nos dias atuais, quando observamos a manutenção de uma moda influenciada pelos valores culturais europeus (sobretudo franceses na época demarcada para este estudo) para posteriormente norte-americano. Mesmo com esse processo de aculturação na moda há espaço para uma construção de moda brasileira. (CARVALHO, 2010).

Hoje os jovens designers brasileiros e internacionais fazem referências à moda feminina dos anos de 1940 e 1950 de forma revisitada sob o olhar contemporâneo, muitas vezes repleto de nostalgia de um tempo resgatado pela memória individual e/ou coletiva. Deste modo trazendo à tona não só a forma da silhueta, das cores predominantes dos tecidos, dos aviamentos compostos por novos materiais, da modelagem, como também da estrutura projetual do design de moda brasileiro. Gostaríamos de frisar que a memória no campo da moda deve ser associada às permanências e mudanças do repertório da indumentária que identifica um tempo histórico. Deixemos Nora definir memória como “um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história, uma representação do passado” (NORA, 1993, p.9). Portanto, deveríamos estar atentos entre o que é pertencente à cultura material e o que se perpetuou no campo da moda a partir das representações dessas senhoras que fizeram a história da Moda no Brasil.

### **Apenas algumas elucubrações conclusivas...**

Em nosso estudo não nos fechamos a um conceito hermético, mas ponderamos se há um elo coesivo entre a moda e historicidade que ela também marca, abrangendo tendências e representações de um determinado momento histórico, político, econômico e social. Como todo estudo, temos que dar um desfecho ao que propomos e avaliar se conseguimos desenvolver a proposta de forma coerente, abordando um

escopo conceitual que demonstre ao leitor a validade dos conceitos abordados no artigo. Entre as formas, as cores presentes no caleidoscópio de um tempo sentido.

Uma das nossas intenções neste trabalho é deixar registrado o universo das costureiras de uma época, a expressão de criação de moda com dona Mena Fiala, uma vez que o registro das informações não foi imediato. Ressaltamos neste artigo, ainda que de forma incipiente, os depoimentos regados pelas lembranças do passado recente, o quão dona Mena Fiala é um expoente da história da moda brasileira, bem como a dona Maria Elita, dedicaram-se inicialmente em suas vidas à uma profissão de costureira, em domicílio ou em ateliês considerados de alta costura na confecção de vestidos de baile, formatura nos anos de 1950. Dessa maneira, ambas representam o resgate da memória da moda brasileira sob duas formas de reconhecimento social- Dona Mena legitimada e Dona Elita – expressão do anonimato do design de moda brasileiro que ecoa no presente.

Nas nossas lembranças, fica o caleidoscópio de mudanças presentes na memória de um tempo sentido e de um tempo vivido, pela sociedade carioca, mas que representou o universo social brasileiro. Portanto, os resquícios de uma história da moda no Brasil presente em um passado recente, permanece no imaginário social atual, quando resgatamos o tempo da moda de seus agentes sociais, que, neste trabalho exploramos como os depoimentos de uma consagrada estilista brasileira- D. Mena e a expressão das costureiras da época demarcada e de D. Elita e, além destas narrativas investigamos o quê continha de forma subliminar nas crônicas de Zenaide Andrea relacionadas ao cotidiano da sociedade brasileira, vale dizer, seus hábitos, costumes e estilos de vestir ao longo das décadas de 1940 a 1950.

Deixemos a voz de D. Maria Elita dar um possível desfecho para continuar o caleidoscópio de memórias enquanto expressão do design de moda brasileiro.

“Sou costureirinha, bem posso provar, não é prova minha saber costurar alguma roupa de puro linho vieram hoje me encomendar, arrumar fitinhas, apregar colcheto cheio de cetim eu faço um bom preço, basta encomendar” (Depoimento manuscrito de Maria Elita Lima de Carvalho, em 12 de fevereiro de 2010, Rio de Janeiro).

A "costureirinha" destes versos (ainda que sua lembrança narre estes versos, não consegue afirmar se os versos são de autoria dela) é a minha mãe, hoje com 86 anos e que até o ano passado costurou um vestido para mim sem tanto perfeccionismo na junção das peças como ela menciona, que era capital ter nas décadas anteriores. Para ela hoje a costura é muito de carregação, ou seja, sem o aprimoramento no processo de confecção da peça de vestuário. O fato que ficou registrado na memória desta senhora foi o ato de provar o desenvolvimento da confecção de uma peça, bem como a importância do material têxtil de qualidade, no caso o linho e, conseqüentemente dos aviamentos que fizeram a composição dos trajes de períodos passados e vivenciados por ela, daí o “tempo sentido”.

A moda de uma época nunca é esquecida pelos contemporâneos, porque ela é a representação da cultura material do que somos em sociedade, algumas vezes produzindo valores, outras vezes rompendo com um estilo, mas, com certeza, a moda nos faz perceber um tempo sentido em que a memória individual ou coletiva, permeia a “embalagem do corpo”, que ora se veste ora se desnuda para produzir a moda no seu tempo. Desse modo, o que nos restará das lembranças que percorreram a história da moda no Brasil através de um caleidoscópio de mudanças no universo feminino. A moda como um conceito que identifica um determinado modo de ser, agir, refletindo em tons, recortes e modelos à face de uma sociedade de uma época.

## Referências

ANDRÉA, Zenaide. Muito em Moda O Rio sorri. **Vida Doméstica**, Rio de Janeiro, n. 355, p. 67, out. 1947.

\_\_\_\_\_, Muito em Moda A silhueta do meio século. **Vida Doméstica**, nº403, p.53, outubro de 1951.

BARTHES, Roland. **O Sistema da moda**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

CARVALHO, Ana Paula L. Uma construção no imaginário social da moda brasileira no pós segunda guerra In: Colóquio de Moda, VII, 2011. Maringá- Paraná.

\_\_\_\_\_, A Moda Do Prêt-à-porter Dos Anos Cinquenta: permanências e mudanças culturais, Revista Vozes em diálogo (CEH/ UERJ) nº3. Jan-jun 2009.

\_\_\_\_\_, O Cenário da Moda do Prêt-a-Porter no Brasil, do Pós-Guerra aos Anos 50. Produção de Vestimentas Femininas. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Design. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2001.

\_\_\_\_\_, História: memória de um tempo sentido. Caminhando em Educação, Rio de Janeiro ( V): 33-36, out. 1996.

\_\_\_\_\_. A moda vista em quadro décadas na cidade do Rio de Janeiro: uma experiência em sala de aula. Caminhando em Educação, Rio de Janeiro (V): 37- 39, out. de 1996.

CARVALHO, Maria Elita L. depoimento [ 12 de fevereiro de 2010]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à Ana Paula de Carvalho.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da Moda**. São Paulo: Annablume, 2007.

FIALA, Mena. Depoimento [6 de outubro de 1999]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à Cristina Seixas e à Ana Paula de Carvalho.

LAVIER, James **A roupa e a moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LE GOFF, Jacques. **A história nova**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

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.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares.** Projeto História. São Paulo: PUC-SP. Nº10.1993.

PAIXÃO, Léa. **Em sociedade: etiqueta social através da História.** Rio de Janeiro e São Paulo. Freitas Bastos, 1965.

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.

\_\_\_\_\_. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol.5, n. 10, 1992.

ROCHE, Daniel. **La culture des apparences.** Paris: Fayard, 1989.

SEIXAS, Cristina Araújo. A Questão da Cópia e da Interpretação no Contexto da Produção de Moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro da Década de 50. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Design. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2002.

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.

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

VOVELLE, Michel. **Ideologias e Mentalidades.** São Paulo: Brasiliense,1987.

\_\_\_\_\_, **Imagens e imaginário na História.** São Paulo: Ática, 1997.