

A INFLUÊNCIA DEMOCRÁTICA DOS JOVENS NA MODA E NA ARTE DAS DÉCADAS DE 1950 E 1960

*The democratic influence of youth in 1950's and 1960's
decades on the fashion and arts*

Bassanesi, Glauber Witt; Bacharel; Universidade Feevale,
glauber0wb@hotmail.com¹;
Cezar, Marina Seibert; Mestre; Universidade Feevale,
marinac@feevale.br²;

Resumo

A presente pesquisa tem como objetivo apresentar um recorte da monografia do curso de Moda, que analisa a relação entre o movimento de democratização da moda com o *prêt-à-porter*, e o movimento de democratização da arte, com a Arte Pop. Para tanto, parte-se do apanhado histórico das décadas de 1950 e 1960, do pós-guerra, do *Baby-Boom* e do papel do jovem nas mudanças da época.

Palavras-chave: Arte Pop, *Prêt-à-porter*, Moda, Democratização.

Abstract:

The following research aims to present a fashion's monograph short brief that analyzes the relationship between the action of fashion democratization, such as prêt-à-porter, and the action of art democratization, such as Pop Art. It starts from a historical overview taking place on 1950's and 1960's, referring the postwar, baby-boom and role of the youth on all changes of that time.

Keywords: Pop Art, prêt-à-porter, Fashion, Democratization.

Introdução

A moda assim como a arte passaram por um período de muitas mudanças nas décadas de 1950 e 1960, principalmente em função do aumento da população jovem e da sua força econômica e política que cresciam junto. Afinal, a juventude que viveu o pós-guerra renunciou o estilo de vida e os costumes das gerações anteriores, assim impulsionando o surgimento de novos moldes de negócios e de difusores de informação, a ponto que, moda e arte se tornaram mais acessíveis na

¹ Graduado em Moda; Universidade Feevale.

² Mestre em Moda, Cultura e Arte (SENAC/SP); Doutoranda em Ciências Sociais (Unisinos); Docente na Universidade Feevale.

vida de mais pessoas, deixando de serem feitas apenas para museus, *maisons* e pessoas abastadas.

Anos 1950 e 1960: marcos históricos para a democratização da moda e da arte

As décadas de 1950 e 1960 tiveram uma grande participação dos jovens no mercado de consumo. Fato que foi resultado do *Baby-Boom* – nascimento de muitos bebês em decorrência da volta dos homens da Segunda Guerra Mundial, conforme descrito por Moutinho (2000). Este fenômeno culminou no aumento dos grupos e subculturas jovens, que se multiplicaram consideravelmente na época e conforme Crane (2006), cada um destes grupos impunha sua identidade própria, pois eles queriam “[...] demonstrar que eram o centro do mundo e tinham a intenção de dar a ele nova feição” (MOUTINHO, 2000, p.213).

Esse aumento, no número de jovens e seus novos comportamentos, conforme Mendes e Haye (2003), tiveram um impacto muito significativo na economia, na estrutura social e no comportamento de consumo do final da década de 1950 e no decorrer da de 1960. Essa juventude rejeitava a aparência limpa e o conformismo da geração de seus pais, de forma que cultivavam um visual despojado para si. Lipovetsky (1997, p.120) colabora com a afirmação de que “A moda ganhou uma conotação jovem, [...] que acarretou uma desafeição pelo vestuário de luxo, assimilado ao mesmo tempo ao mundo ‘velho’”.

Surgimento do *prêt-à-porter* e o enfraquecimento da alta-costura

O amadurecimento e a consolidação da indústria de moda ganhou força nos Estados Unidos da América (EUA) com o fim da guerra, que por não ter o território devastado com os combates, pôde logo intensificar o desenvolvimento tecnológico das confecções, dando segmento ao processo iniciado nos anos 1930. Também foram adotadas as tabelas de medidas e tamanhos para vestuário, inexistentes até então, tornando muito mais fácil produzir roupas de qualidade em escala industrial. Assim nasceu o então chamado *ready-to-wear*³, expressão que posteriormente será traduzida, ao pé da letra para o francês, por *prêt-à-porter* pelos empresários franceses Jean-Claude Weill e Albert Lempereur em 1948, após uma viagem para

³ Pronto-para-vestir. Tradução Livre.

conhecer os métodos norte-americanos de fabricação. Fatos estes relatados por Caldas (2004), Moutinho (2000) e Braga (2006) em suas obras.

A necessidade da indústria francesa de buscar conhecimento sobre o *ready-to-wear*, veio das dificuldades financeiras e até conceituais que passavam as casas de alta-costura. Pois, além de perderem muitos clientes na década de 1960, perderam também a autoridade de ditar o estilo e as tendências da estação (CRANE, 2011; LIPOVETSKY, 1997; SVENDSEN, 2010; SANT'ANNA-MÜLLER, 2011).

Sendo assim, conforme Crane (2006, p.273), “Um único gênero de moda, a alta-costura, foi substituído por três grandes categorias de estilo: moda de luxo, *prêt-à-porter* [industrial] e moda de rua.” De forma que após o sistema monopolista e aristocrático da alta-costura, a moda chegou ao pluralismo democrático das etiquetas, afirma Lipovetsky (1997). Porém, levando em conta o pluralismo na moda citado, “Não é absurdo afirmar que ela se tornou mais democrática – mas não se tornou igualitária.” (SVENDSEN, 2004, p.67).

A relação entre a democratização da moda e da arte

A partir do final da Segunda Guerra Mundial, houve uma grande evolução nos métodos de produção, que permitiram a produção em série de diferentes estilos e preços de roupas, tanto nos EUA quanto na França, afirma Boucher (2010). Movimento que também ocorreu no mundo das artes, conforme relaciona Svendsen (2010, p.13):

[...] a essência da obra de arte havia sido radicalmente transformada pelas possibilidades técnicas de reprodução. Enquanto tradicionalmente uma obra de arte se caracterizava por sua singularidade, uma vez que só existia um exemplar dela, agora se tornara reprodutível.

Assim é possível perceber uma analogia com a moda, em que originais únicos (alta-costura) são substituídos por um número infinito de “cópias” reprodutíveis (*prêt-à-porter*). Mas o que é realmente comprado e vendido são as coleções desse último, e também elas têm de ser esteticamente interessantes (SVENDSEN, 2010).

De forma que essa relação fica mais clara se levarmos em conta que certos movimentos artísticos, como a Arte Pop, que teve ligações diretas com a moda, até

por ter esses princípios de reprodução e massificação em comum. Num momento em que “A lógica econômica realmente varreu todo ideal de permanência, é a regra do efêmero que governa a produção e o consumo de objetos” (LIPOVETSKY, 1997, p.160).

E neste ambiente de renúncia às velhas aristocracias, “Começaram então a aparecer *slogans* como ‘tudo é obra de arte’, ou, como o de Beuys, ‘todo mundo é artista’ [...]” (DANTO, 2010, p.139), mostrando a força das livres formas de expressões conforme os artistas da Arte Pop provariam mais tarde. Assim como na moda, pelo *prêt-à-porter* na figura de Mary Quant e Yves Saint-Laurent, responsáveis pela aproximação dos estilistas com o público final e conseqüentemente o surgimento de muitos novos criadores para suprir essa nova demanda na moda industrial (MOUTINHO, 2001).

Porém, a relação entre a Arte Pop e a moda é mais antiga, ela remonta ao início da década de 1950, quando Richard Hamilton, citado por McCarthy (2004, p.8) e Lucie-Smith (1966, p.166), escreveu que a nova arte que surgia deveria ser, “popular, transitória, consumível, de baixo custo, produzida em massa, jovem, espirituosa, sexy, chamativa, glamorosa e um *big business*”, e conforme Smith (1966) salienta, todas esses adjetivos a moda popular já possuía na época, e que a democratização política também levou ao sentimento de que todos tinham o direito de estar na moda, se assim quisesse. Inclusive a arte.

Conclusão

Pode-se considerar que a informação, que passou a ser muito mais difundida na década de 1950 e 1960, foi talvez o grande elo de ligação entre os dois movimentos de democratização. Uma vez que, a nova geração cresceu inundada por anúncios, filmes, revistas, músicas, programas televisão e muitas outras formas de disseminação de cultura que cresciam juntamente com a idade dos jovens da geração *Baby-Boom*, inevitavelmente modificando códigos estéticos, organizações sociais e métodos produtivos. Isso em um momento em que a quantidade roubava espaço da exclusividade e, estar na moda era direito de todos.

Assim, a Arte Pop e o *prêt-à-porter* surgiram quase que espontaneamente em resposta a este contexto, sendo influenciados pelo espírito do tempo que agia naquele momento, no qual, os valores eram a libertação do passado, afirmação

social, recuperação da estima perdida com a guerra e o culto aos bens, aos objetos, ao consumo e ao dinheiro, que, não por acaso, eram temáticas da Arte Pop. Considerado por críticos como o movimento de arte mais crucial do século XX, que potencializou muitas mudanças ocorridas de 1950 à 1970 e conseqüentemente nas décadas seguintes, assim como o *prêt-à-porter*, que também influenciou o segmento de moda nas décadas seguintes ao seu surgimento. Logo, ambos persistem até os dias atuais com muita força, sendo a Arte Pop um estilo artístico ainda moderno e o *prêt-à-porter* uma estrutura de negócio sustentável ainda hoje em dia, sendo ambos, assuntos pertinentes para a área acadêmica e passíveis de aprofundamentos futuros.

Referências

- BRAGA, João. **Reflexões sobre moda**. 2. ed. São Paulo, SP: Anhembi Morumbi, 2006.
- CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: SENAC, 2004.
- CRANE, Diana. **Ensaio sobre moda, arte e cultura**. São Paulo, SP. 2011. 270 p.
- _____. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2006. 499 p.
- DANTO, Arthur C. **Após o fim da arte** : a arte contemporânea e os limites da história. São Paulo, SP: Edusp, 2006. 292 p.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. 294 p.
- LUCIE-SMITH, Edward, **Arte Pop** (Conceitos da Arte Moderna). Rio de Janeiro: J. Zahar, 1966, p.160-169.
- MCCARTHY, David. **Arte pop**. 2. Ed. São Paulo: Cosac Naify, 2002. 80 p.
- MENDES, Valerie D; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX: 280 ilustrações, 66 em cores**. 1. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2003. 314 p.
- MÜLLER, Florence. **Arte & moda**. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2000.
- SANT'ANNA-MÜLLER, Mara Rubia. *Prêt-à-porter*, discussões em torno de seu surgimento e relação com a Alta-costura francesa. In: **Revista Científica de Design**. Londrina, PR: Universidade Estadual de Londrina, 2011. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/viewFile/8856/9267>> Acesso em: 07 out. 2014.
- SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2010. 223 p.