

Organização da Indústria da Moda

Suzana Avelar

Moda, globalização e novas tecnologias

São Paulo: Estação das Letras e Cores

2009

- *Alta costura*
- *Alta Moda*
 - *Demi-couture ou couture essentiel*
- *Prêt-à-porter*
- *Indústria da cópia*

Prêt-à-porter

Histórico

- De acordo com Françoise Vincent-Ricard (1989, p.32) a expressão *prêt-à-porter* foi lançada por Weil em 1948, a partir da expressão “pronto para vestir”, utilizada nos Estados Unidos para descrever a produção e a distribuição americanas, rápidas e eficientes. Na versão americana, não está incluída a idéia de roupa acabada que não precisa de ajustes ou outros retoques.

- Segunda Guerra Mundial - *roupas coordenadas (EUA)*.
- Compra de moldes – revistas femininas – coordenação entre roupas de duas peças (Baudot 2002, p.123).

- A democratização do sistema não se baseia apenas na exclusão de fato da alta-costura, mas sobretudo na promoção concomitante da qualidade da moda do vestuário de massa ... enquanto o *prêt-à-porter* dos costureiros e de 'estilo' representa cerca de 40 por cento do mercado nacional, inúmeros criadores de renome trabalham ou trabalharam como estilistas *free-lance* em firmas de *prêt-à-porter* de grande difusão. (Lipovetsky, 1989, p.114)

- Vendas por catálogos, inaugurada pelos Estados Unidos no final do século XIX e praticada pelas lojas de departamentos em Nova York, Londres, Berlim e Paris.
- Produção sob licença.

- “Se nesse país [Estados Unidos] o *ready-made* é uma indústria que data da segunda parte do século XIX, suas atividades, entretanto, têm, nessa época, mais a ver com a confecção tradicional do que com o *prêt-à-porter* moderno” (Baudot, 2002, p.122).

Quanto ao Maquinário

- Ellen Leopold (1992, 104, 110)
- A introdução da **máquina de costura** se faz primeiramente nas alfaiatarias, mais do que na própria indústria.
- A **máquina de fazer caseado** foi criada em **1862** e a de **pregar botões**, em **1875**. Essas novas técnicas foram seguidas por máquinas que melhoravam o acabamento e não deixavam a costura aparente.
- Novas formas de **passar a ferro** surgiram na indústria só por volta de **1900**, sem contribuir de imediato para o aumento do número de peças produzidas simultaneamente.

- A máquina de corte que prepara muitas camadas de tecido ao mesmo tempo data de 1875, mas de início era dispendiosa e requeria mão-de-obra especializada – assim como outras máquinas que iam surgindo, entre elas a de costura. Além do mais, demorou certo tempo para que fosse possível sincronizar todas as etapas da produção, de tal forma que os estilos pudessem alterar-se constantemente (Leopold, 1992, p.104-7).

- Uma pesquisa feita na década de 1970 mostra que mesmo nessa época apenas 20 por cento do tempo gasto na confecção de uma peça referia-se à costura na máquina; todo o restante era feito à mão (p.105).

Lojas de departamentos - meados do século XIX.

- Produtos tradicionais, simples, roupas brancas, peles, tecidos, roupas de banho, cópias precárias da alta-costura, sem coordenação de coleção e sem a organização das indústrias têxteis envolvidas no processo (Boucher, 1996, p.389; Wilson, 1985, p.197).

- França, 1838 - *Galleries du Commerce et de l'Industrie*, no número 30 do Boulevard Bonne-Nouvelle (Boucher, 1996, p.370).

- ***Bon Marché*** – 1852
- ***Galerie Lafayette*** - 1893
- ***W. Hitchcock and Co.*** – 1839
- ***Kendal Milne*** (Manchester) e ***Bainbridge*** (Newcastle) – 1840
- ***Harrods, Whiteleys, Marshall, Snelgrove e Selfridges***, entre outras – início do século XX (Wilson, 1985, p.204)
- ***Macy's*** -1858
- ***Bloomingdale's*** - 1862.

- Entre as duas guerras mundiais algumas dessas tiveram um crescimento significativo, melhorando sua forma de produção e distribuição: nos Estados Unidos os melhores exemplos são *Sears Roebuck*, *Montgomery Ward* e *J. C. Penney*, ao passo que na Inglaterra destacaram-se *Marks and Spencers*, *British Home Store* e *Little Woods* (Wilson, 1985, p.204-5).

Consumo como entretenimento

- Século XIX, a vida nas cidades maiores:
 - horas *de trabalho* – destinadas ao ganho do salário
 - horas *de lazer* – que muitas vezes implicavam gasto de dinheiro.
- Ir às compras tornou-se um verdadeiro entretenimento (Wilson, 1985, p.194), tanto as mulheres da burguesia como as trabalhadoras bem remuneradas encaravam o consumo como uma verdadeira diversão.

- Até 1929, 96,5 por cento dos produtores de roupas em massa não possuíam mais que um estabelecimento fabril (Leopold, 1992, p.107).
- Negócios pequenos – produção de poucas peças logo, diversificação difícil.

- ***Jobbers***: homens que organizavam os imigrantes para serem contratados em firmas no início do século XIX. A partir da década de 1920, a atuação desse *jobber* cresceu – ele passou a atuar nas decisões sobre o que seria produzido, sobre o preço das peças produzidas, e agora fornecia materiais para os fabricantes. Mais tarde, passou a vender os produtos prontos como um representante de vendas (Leopold, 1992, p.107-8).

- Ellen Leopold chama a atenção para o fato de que a indústria da moda de massa demora a se organizar por ter sido, em seu início, muito dispersa.
- Com o surgimento de *jobbers*, o esquema de produção se fragmenta e foge ao controle do dono da fábrica. Assim, a organização favorece o desenvolvimento padronizado – pois os *jobbers* acabavam controlando várias produções distintas. Para essa autora, o controle da produção e do lucro acontece mais lentamente nesse ramo do que nas indústrias que se organizavam dentro do *fordismo* – o sistema baseado em linhas de montagem de grande escala.

- A moda na verdade já se torna fragmentada no início do século XX. Aquilo que hoje conhecemos por terceirização existia dentro da moda, embora sem uma prévia sistematização para que seu desenvolvimento fosse organizado.

- Na década de 1930, Elsa Schiaparelli, Gabrielle Chanel e Madeleine Vionnet criavam e produziam acessórios que antecipavam o *prêt-à-porter*. No entanto, “produtos manufaturados em massa não levantaram vôo até a segunda metade do século XX” (Boucher, 1996, p.170).

- Lucien Lelong também contribui para a formação do *prêt-à-porter* quando lança uma segunda linha de sua alta-costura, chamada *Edition*, em 1934 (O'Hara, 1998, p.152).

- Produção em massa sob encomenda
- ‘Linhas de preço’, variando proporcionalmente o valor das peças de acordo com o grau de trabalho e com os materiais envolvidos em sua fabricação.
- Obs: a confecção de uma saia era mais fácil do que a de um vestido inteiro. Além disso, envolvia menos tempo e, conseqüentemente, dispensava a participação de um(a) operário(a) mais experiente.

- Após o final da Segunda Guerra Mundial, Marcel Boussac viu-se com um grande estoque de tecidos para roupas militares e teve o ímpeto de transformá-lo em roupa 'civil' (Vincent-Ricard, 1989, p.34), criando assim o que se tornou conhecido como 'tecido de avião'.

- Albert **Lampereur**, também conhecido como Pierre D'Alby, (Baudot, 2002, p.174) é um dos primeiros a criar para **jovens e crianças** sabendo “como responder à clientela jovem”, em 1929.
- A partir de 1950 começa a pensar em produção e distribuição de forma coordenada, tal como faziam os norte-americanos.
- A partir de 1958, Lampereur passa a contratar jovens criadores no intuito de inovar suas coleções: Daniel Hechter, Emmanuelle Khanh, Michele Rosier e Jean-Charles de Castelbajac.

- “Couturiers Associés”, na década de 1950 buscando criar modelos para reprodução em série, que custariam entre quinze mil e trinta mil francos (Grau, 2000, p.27).
- Cada peça possuía duas etiquetas, a dos “Couturiers Associés” e a do próprio criador.
- No início, essa sociedade era composta por cinco nomes: Jacques Fath, Jean Desses, Robert Piguet, Mme Paquin e Carven de Tommaso (mais conhecida apenas como Carven).
- A partir de 1960, reúnem-se com eles Jacques Heim, Mme Grès, Jeanne Lanvin e Guy Laroche. Essa prática repetia uma iniciativa do governo francês sob a invasão alemã, durante a Segunda Guerra Mundial.

- Em 1953, Christian Dior passou a vender licenças para uma loja de departamentos japonesa, a Daimaru, o que levou à criação do “Daimaru Dior Salon”, no mesmo ano.[\[1\]](#)
- O salão do *prêt-à-porter*, 1961 em Paris
- Pierre Cardin (Vincent-Ricard, 1989, p.41, 70, 128) abre o primeiro setor de *prêt-à-porter*, na loja de departamentos *Printemps*, em 1959.

[\[1\]](#) Esse fato é analisado em The Kyoto Costume Institute, 2003, p.526.

- Ives Saint-Laurent alia-se ao empresário Pierre Bergé para fundar sua casa em 1961, e em 1966 abre sua segunda linha, o *prêt-à-porter*, chamando-a de Ives Saint-Laurent Rive Gauche.
- Institucionalização do “Espírito da moda”, de Gabriel Tarde.

Escritórios de estilo

- 1958 por C. de Coux e recebe o nome de *Relations Textiles*
- 1961 por Maïme Arnodin (Lipovetsky, 1989, p.110).
- *A Promostyl*, por Françoise Vincent, nasce em 1966
- 1968 surge *La Máfia*.

Pequenas empresas de prestação de serviço e consultoria, criadas entre o final da década de 1950 e o início dos anos 60, pesquisando comportamento e estabelecendo tendências de moda. Esse serviço vende como produto informações específicas e trabalhadas, que seguem uma ordem: temas, cartela de cor, tecidos, silhuetas e desenhos propostos para uma coleção. Trata-se de uma pesquisa de estilo, voltada principalmente para a produção em escala maior e mais padronizada.

- A função desses escritórios é prestar consultoria às indústrias têxteis, bem como ao setor de confecções.
- Segundo Lipovetsky, “é a partir do começo dos anos 60 que o *prêt-à-porter* vai chegar de alguma maneira à verdade de si mesmo, concebendo roupas com um espírito mais voltado à audácia, à juventude, à novidade do que à perfeição ‘classe’.” (1989, p.110).

Início da consolidação do prêt-à-porter, na década de sessenta:

- *Prêt-à-porter* clássico;
- *Prêt-à-porter* de estilo;
- *Prêt-à-porter* de luxo.

Delpierre (1997)

- André Courrèges:
 1. 'Prototype' (alta costura)
 2. 'Couture future' (prêt-à-porter)
 3. 'Hyperbole' (prêt-à-porter)

Conclusão

- Produção em massa desde o século XIX
- Organização da indústria da moda durante a primeira metade do século XX
- Pensamento moderno reflete a crença em uma única referência tal como a alta costura
- Prêt-à-porter inaugura uma nova forma de capitalismo na indústria da moda

Indústria da cópia

- Até meados dos anos 50, a indústria de massa não criava conceito, apenas copiava a alta-costura.

- Modistas
- Confecção em massa

Garantia de originalidade

- Etiqueta
- Chambre Syndicale
- Produção sob licença

- Christian Dior, década de 1950 :
 - comprar um molde em papel do modelo original (que pouco durava);
 - comprar um molde de lona que dava a garantia de ser uma cópia licenciada, trazendo a etiqueta “cópia do modelo original Christian Dior”;
 - adquirir por um custo alto o modelo original e reproduzir imitações com a etiqueta Christian Dior (Wilson, 1985, p.118) A contradição se coloca desde então, quando questiona-se o que é uma *cópia original* e uma simples cópia.

- The use of different fabrics or colors in individual versions of a given model helped to ensure that such industrial practices went unnoticed. It was also necessary for Worth's business to maintain a large and efficient filing system to account for what gowns were sold to whom for which occasion, so that wealthy clients would not be embarrassed by face-to-face encounters with other women clothed in the same designs.^[1] (Troy, 2003, p.22)

-

^[1] “O uso de tecidos diferentes e de cores exclusivas em uma determinada peça auxiliava a garantir que as práticas industriais passassem despercebidas. Worth organizou um sistema para saber que vestido foi comprado por quem e quando; assim, as clientes não correriam o risco de se sentirem envergonhadas

- Poiret: estabelece uma linha, especialmente criada para os Estados Unidos, trazia etiqueta específica que a denominava 'reprodução autorizada'. (Troy, 2003, p.10)

- Ellen Leopold (1992, p.111-3) define a estrutura dessa indústria antes do evento do *prêt-à-porter*, dividindo-a em quatro estratégias:
 - 1a: produção de roupas em massa, com onze modelos básicos, onde 90 por cento eram variações desses modelos e 11 por cento os básicos;
 - 2a: produção de modelos sob encomenda, temendo variar demais seus modelos - sell-then-make, ao mesmo tempo em que produziam peças iguais. A organização dessa confusa produção reunia entre 80 e 150 operações;

- 3a: após a Segunda Guerra Mundial, produção de peças separadas – substituição de ternos por calças e *blazers*, e de vestidos por saias e suéteres. Era um sistema conhecido como *little tickets item*;
- 4a: introdução de linhas de preço, segmentando o mercado de vestidos em preços diversos. De acordo com o trabalho empregado (mais elaborado, menos elaborado) os preços eram estabelecidos de acordo com o custo de produção da peça, além de favorecer os confeccionistas a determinar os preços, de acordo com as circunstâncias da moda. Trata-se de tendência trazida pela alta-costura – as peças ‘inspiradas’ na alta-costura eram mais caras.

Conclusão

- O “Novo” – legitimação do futuro/ ‘tecnologia’/ emoção/ individualização.
- A contradição se coloca desde então, quando questiona-se o que é uma *cópia original* e uma simples cópia (marcas copiando suas próprias cópias).
- A aceleração da comunicação e dos transportes intensificam a cópia (Leopold, 1992, p.110).
 - Ex: revistas femininas a partir da IIa Guerra Mundial; tecidos mais baratos; modelagem bidimensional

- Intensificação da ‘tendência’.
- Tendência auxilia em (Caldas, 2004, p.40):
 - prevenção de riscos nas vendas;
 - decodificações de paradigmas da sociedade.
- O sucesso de uma marca pode ser medido pela quantidade de cópia produzida?

- **Inversão no processo de criação: renomados criadores vêm trabalhando também para a indústria da cópia. Karl Lagerfeld criando para *H&M*.**
- Produção em massa “perde lugar” para produção artesanal, mix de produtos, customização em massa

Na medida em que as informações são dispostas em *bytes*, a possibilidade de hibridação é infinitamente maior (Kerckhove). As imagens e os contextos são desestruturados e reestruturados de formas diversas e rápidas. Perdem-se aí as referências históricas que imprimiam outro sentido às coisas (Canclini, 2003, p.304).

Do catálogo de apresentação do evento “Hybrid – living in paradox”, do Festival de Arte Eletrônica de 2005. Linz, Áustria. www.aec.at/hybrid.

Tese, pg 67