

A RELAÇÃO DEMOCRÁTICA ENTRE MODA E ARTE NAS DÉCADAS DE 1950 E 1960

THE DEMOCRATIC RELATIONSHIP BETWEEN FASHION AND ART
IN THE 1950'S NA 1960'S DECADES

Glauber Witt Bassanesi¹
Marina Seibert Cezar²

RESUMO

O presente artigo é um recorte da monografia em andamento do curso de graduação de Moda, que tem como objetivo analisar 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. Sua análise parte da importância que o jovem passou a ter na sociedade das décadas de 1950 e 1960, no pós-guerra, bem como, até que ponto a juventude influenciou na economia, na política e na difusão da informação no período. Também busca-se identificar quais foram os motivadores que potencializaram esses movimentos para melhor identificação das relações.

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

ABSTRACT

The following research is 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. The analysis starts from the importance of the youth on society of 1950's and 1960's decades, referring to the postwar and the influence of youth on the economy, politics and the information diffusion on the period. It also seeks to identify what were the motivators of these movements to better identify their relationships.

Keywords: Pop Art. Prêt-à-porter. Fashion. Democratization.

¹ Graduando em Moda; Universidade Feevale. E-mail: glauber@glauverbassanesi.com.br.

² Mestre em Moda, Cultura e Arte (SENAC/SP); Doutoranda em Ciências Sociais (Unisinos); Docente na Universidade Feevale. E-mail: marinac@feevale.br.

1 INTRODUÇÃO

A Arte Pop pode ser considerada um dos movimentos artísticos mais importantes do século XX, tendo até hoje artistas que seguem o estilo. Foi considerado um marco democrático para a arte, assim como o *prêt-à-porter*, porém para a moda. É relevante para este trabalho identificar as relações entre os dois temas e conhecer suas influências e motivadores, bem com levar em conta a importância histórica dos movimentos, para após questionar a respeito de como se articulavam moda e arte nas décadas de 1950 e 1960.

O procedimento técnico utilizado é a pesquisa bibliográfica, que segundo Freitas e Prodanov (2013), é elaborada a partir de materiais já publicados, como livros, artigos impressos ou publicados, dissertações, teses. Internet, entre outros. Como fonte de pesquisa foram usados principalmente livros de moda, sociologia e arte, tanto escritos na época como os mais recentes, devido a necessidade de compreender a realidade da época.

2 MODA E ARTE NAS DÉCADAS DE 1950 E 1960: FATOS HISTÓRICOS E REFLEXÕES

Para relacionar moda e arte nas décadas de 1950 e 1960, deve-se entender um fato marcante do período: o grande aumento no número de jovens e sua maior participação no mercado de consumo, em especial pelo *Baby-Boom* – que foi a grande natalidade em decorrência da volta dos homens da Segunda Guerra Mundial, segundo Moutinho (2001). 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).

Mendes e Haye (2003) salientam que esse aumento no número de jovens e seus novos comportamentos 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. A juventude estava insatisfeita e inquieta, por isso rejeitava a aparência limpa e o conformismo da geração de seus pais, de forma que, cultivavam um visual despojado para si.

Para Lipovetsky (1997, p.120), “A moda ganhou uma conotação jovem, [...] que acarretou uma desafeição pelo vestuário de luxo, assimilado ao mesmo tempo ao mundo ‘velho’”.

Esses novos aspectos da sociedade tiveram reflexo direto no mundo das artes, afinal, “[...] o contexto necessário para a criação de arte pop é o estilo de vida pop, ou melhor, a arte pop é em si mesma um subproduto acidental desse estilo de vida, uma cristalização que ocorreu quase por acaso” (LUCIE-SMITH, 1966, p.165), os artistas tiveram que se alinhar às forças que regiam o mundo e a nova sociedade em que eles viviam.

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).

A partir do momento em que a arte passou a ser inserida na cultura de massa, ela “[...] não podia evitar ser tratada como mercadoria da mesma forma que a lata de sopa, barras de sabão e caixas de cereal” (ARCHER, 2001, p.11). Tanto que Andy Warhol apelidou seu estúdio de “A Fábrica”, além de descrever o modo como seus assistentes o ajudavam na múltipla impressão das imagens por ele selecionadas, como sendo similar a uma linha de produção. A partir disto, é possível estabelecer uma relação entre a arte e a moda do período, afinal, a elaboração e o esmero não eram mais o fator definitivo para o sucesso de um estilista ou de um artista, mas sim a novidade e o impacto. Desta forma, a moda se desgastava muito mais rapidamente do que pelo uso, demonstrando que assim como a arte, se tornara descartável e efêmera. Ao ponto que, a moda acelerou todo o processo de substituição que existia na sociedade de consumo, assim, ajudando a manter a indústria como um todo em atividade. Ao mesmo tempo, o processo de democratização política levou ao sentimento de que todo mundo tinha direito a estar na moda, se assim quisesse, inclusive a arte.

Müller (2000) acredita que o primeiro a fazer uma mixagem entre esses gêneros, sem nenhum tipo de classificação ou preconceito, foi Andy Warhol, afinal, foram incontáveis as suas contribuições para a moda, seja na publicidade, nas vitrines de lojas de departamentos, ou na transposição de suas obras para o universo da moda. Assim como, para Svendsen (2010), na década de 1960 tornou-se imprescindível para os jovens estilistas que se afirmavam, principalmente no mundo do *prêt-à-porter*, estar em sintonia com a arte contemporânea. Exemplificado pelo estilista Saint-Laurent, que fez coleções inspiradas na arte de Mondrian, Andy Warhol e Roy Lichtenstein, sendo os últimos dois, artistas da Arte Pop. Desta forma, deixando claro que a Arte Pop e a moda seguiam lado a lado na época, a ponto de muitas vezes se mesclarem tanto em trabalhos de artistas quanto de estilistas, ou seja, que “A pop art e a moda pareciam feitas uma para a outra” (SVENDSEN, 2010, p.109).

Na maneira que o movimento de democratização da moda, que inegavelmente teve participação de artistas, partiu do topo de uma estrutura social bastante rígida e adaptou-se gradualmente de cima para baixo, tornando-se menos elaborada, menos requintada e menos restritiva ao longo deste caminho. Ao ponto que, esmero e estilo eram considerados quase a mesma coisa, contextualizando que muitas pessoas não tinham nem tempo nem dinheiro para pensar em andar na moda. Porém, foi a máquina que mudou isso, acarretando mais dinheiro e mais lazer para as pessoas, ao mesmo tempo que, incentivou uma lógica própria para o consumo. Pois “Se os homens queriam coisas feitas à máquina, era economicamente essencial que elas fossem fabricadas em grande quantidade” (LUCIE-SMITH, 1966, p.165). Além de que, este desenvolvimento tecnológico industrial estimulou a substituição do objeto individualizado pelo padronizado, repetido em séries ilimitadas, complementa Argan (1998).

Em síntese, na era da reprodutividade industrial, pode-se relacionar arte e moda de maneira direta, observa Svendsen (2010). A obra de arte deixou de ser feita individualmente, para uma possibilidade de ser feita de forma reprodutível. Assim como, a moda passou do feito sob medida da alta-costura para a moda industrial, feita em série. A partir do exposto, justifica-se o interesse que a Arte Pop tem pela reprodução em série, afinal, na essência, este movimento consiste em transfigurar emblemas da cultura popular em arte. Ao ponto

que, para Lucie-Smith (1966), a cultura pop impulsionou uma mudança nas atitudes para com os objetos, pois eles deixaram de ser únicos. Tanto roupas quanto alimentos são feitos aos milhares, idênticos, assim como a maioria das coisas que as pessoas usam, sendo impossível distinguir cada uma delas por características individuais e exclusivas.

Sobre a democratização, reforça-se que “Podemos ver a Arte Pop como parte do impulso democrático que tanto sustentou o fermento artístico dos anos 1960” (MCCARTHY, 2003, p.73) Assim como, para a moda, que o *prêt-à-porter* foi o grande motivador das mudanças nas estruturas de consumo e de criação, tornando a moda democrática e acessível a um número muito maior de pessoas, tal qual a Arte Pop fez com a arte. (BRAGA, 2011).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desta forma, pode-se considerar que a informação, que passou a ser muito mais difundida na época, 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 e organizações sociais. Isso em um momento onde 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 isso, 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. Sendo que na opinião de Danto (2010, p.134), foi “[...] o movimento de arte mais crucial do século.”, 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* como estrutura de negócio sustentável até hoje em dia ainda,

sendo ambos, assuntos pertinentes para a área acadêmica e passíveis de aprofundamentos futuros.

REFERÊNCIAS

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna**: do iluminismo aos movimentos contemporâneos. São Paulo: Companhia de Letras, 1998. 709 pp.

ARCHER, Michael. **Arte contemporânea**: uma história concisa. 1 ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2001. 263 pp.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2006. 499 pp.

DANTO, Arthur C. **Após o fim da arte**: a arte contemporânea e os limites da história. São Paulo, SP: Edusp, 2010. 292 pp.

FREITAS, Ernani Cesar de; PRODANOV, Cleber Cristiano; **Metodologia do Trabalho Científico**: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2 ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013. 277 pp.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. 294 pp.

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, 2003. 80 pp.

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 pp.

MÜLLER, Florence. **Arte & moda**. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2000.

MOUTINHO, Maria Rita. A moda no século XX. Rio de Janeiro, SENAC Nacional, 2001. In.: SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2010. 223 pp.