

As Manequins Americanas de Jean Patou: Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo

Caroline Evans¹

Resumo

A moda e a produção da alta costura francesa da década de 1920 são discutidas aqui a partir da importação de manequins americanas pelo costureiro francês Jean Patou. Introduzidas na alta costura parisiense, o uso dessas manequins era reflexo não apenas de uma intenção de transformação da silhueta francesa, mas também uma proximidade maior com o público americano, através de desfiles cuidadosamente encenados.

Palavras-chave: Manequins. Moda francesa. Desfile de moda.

Jean Patou's American Mannequins: Early Fashion Shows and Modernism

Abstract

The fashion and production of French Haute Couture of the 1920s are discussed here from the importation of American mannequins by the French couturier Jean Patou. Introduced in Parisian Haute Couture, the presence of these mannequins was aimed not only at a transformation of the French silhouette, but also a increases a proximity with the American public, through carefully staged fashion shows.

Keywords: Mannequins. French fashion. Fashion show.

1

Caroline Evans é Professora de História e Teoria da Moda na Central Saint Martins College of Art and Design (Universidade de Artes de Londres). É autora de *The Mechanical Smile. Modernism and The First Fashion Shows in France and America, 1900-1929* (Yale University Press, 2013) e *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness* (Yale University Press, 2003, reeditado em 2007). E-mail: c.evans@csm.arts.ac.uk

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

O foco central deste artigo é um único desfile de moda de duas horas, que aconteceu em Paris em fevereiro de 1925: a coleção outono-inverno de 1925 de Jean Patou. Nenhuma foto do desfile, caso o registro realmente tenha sido feito, sobreviveu, mas há extensos relatos por escrito, tanto de recordações como da imprensa. Este trabalho revela a escolha das modelos pelo costureiro, sua encenação e sua manipulação da imprensa, conectado a um conjunto das mais amplas preocupações sobre comércio, cultura, gênero e trabalho nos anos de 1920. Em particular, o estilo modernista de Patou em modelar os corpos exemplifica a estética Fordista da moda de 1920 e as técnicas de administração Taylorista, que permeavam as casas de costura francesas. Nesse sentido, o modernismo de Patou, mais que pertencer a uma vanguarda artística, era parte de uma racionalização social e econômica do corpo no início do século XX.

Em novembro de 1924, um anúncio apareceu no *New York Times*:

MANEQUINS SÃO NECESSÁRIOS EM PARIS

Jean Patou, o costureiro parisiense, deseja selecionar três tipos ideais de belas jovens americanas que desejem seriamente uma carreira como manequim em seu atelier parisiense. A moça deve ser elegante, esbelta, com pés em bom formato e tornozelos refinados. A partida é em três semanas. Proposta salarial atraente, um ano de contrato e despesas de viagem pagas. A seleção acontecerá através de um júri nos escritórios da *Vogue*, 14º andar, rua 19 oeste com a 44ª. Inscrições na manhã de sexta-feira, das 10h às 13h:30m.

Em resposta, quinhentas jovens moças apareceram nos escritórios da *Vogue*. Um grupo de semifinalistas foi selecionado, e elas foram convidadas a que se apresentassem novamente no salão de festas do Ritz. Ali a seleção final foi feita por um júri, composto por Edna Woolman Chase, redatora da *Vogue Nova York*, Condé Nast, seu editor, a decoradora de interiores Elsie de Wolfe, o fotógrafo Edward Steichen, e o próprio costureiro, Jean Patou. Devido ao grande número de inscritas, o júri selecionou seis manequins em vez das três originais. O jornal *New York Times* de 14 de dezembro de

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

1924, no entanto, divulgou que nove candidatas obtiveram sucesso, mas as fotografias tiradas na chegada à França, em dezembro de 1924, mostram Patou com sete; em fevereiro de 1925, quando elas foram fotografadas com Patou no pequeno palco da Maison Patou em Paris, elas haviam aparentemente sido reduzidas a seis. Somente uma, Lillian Farley, cujo nome profissional era Dinarzade, era manequim profissional que já havia desfilado para Lucile, em Nova York. As outras foram recrutadas da sociedade, do palco e das telas. Carolyn Putnam era uma moça da sociedade, Rosalind Stair uma “manequim jovial que apareceu em filmes com atores famosos”, Dorothy Raynor uma modelo artística que já havia posado para Charles Dana Gibson, Edwina Pru, uma atriz e a ruiva Josephine Armstrong, uma “modelo artística, que... apareceu em filmes” (NYT, 14 de dezembro de 1924).

Apenas uma era loira, as outras tinham cabelos castanho claro ou escuro. Patou evitou manequins com cabelos muito escuros porque acreditava que morenas denotavam uma origem latina, e eles estavam procurando por “um tipo Americano distinto”. Para Patou isto incluiria o “tipo jovem” que era, em contrapartida, como ele mesmo havia colocado, mais joviais que as francesas. Declarou que, enquanto a garota francesa jovem e solteira raramente significava algo na sociedade francesa, na América era o oposto. Em suas palavras: “Tomei jovens para criar vestidos para as jovens americanas. Uma tem somente dezesseis anos, imagine! Mas a mãe vai com ela!” (NYT, novembro de 1924). Era Rosalind Stair; Edwina Pru era pouco mais velha, com dezessete.

Passando por Nova York uma quinzena antes de seu anúncio aparecer nos jornais, ele havia anunciado, da suíte de seu hotel, que estava ali para estudar “as necessidades de estilo da Mulher Americana”. Percebeu que “é inspirador criar para essas mulheres, que possuem um estilo distinto e são muito chiques. Elas têm corpos perfeitamente adequados para vestidos. Eu os nomeei de tipo Silhueta”. Patou então ilustrou com gestos: “as alemãs possuem os corpos assim - rígidos, com movimentos perpendiculares, e ‘as francesas são tão’ - curvilíneas” (NYT, 2 de novembro de 1924). Na audição das manequins, o tipo desejável americano aparentemente foi o sem quadris. Dinarzade conta que Patou ficou curiosamente interessado nos tornozelos finos, o que foi especificado no anúncio; depois “ele se

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

negou a olhar para os quadris ou para a posição onde eles deveriam estar. Nenhum era desejável". Mais tarde, Patou pronunciou que "as Americanas são criaturas encantadoras..., mulheres que possuem tantos interesses e atividades variadas que as mantêm jovens. Elas praticam esportes, e isso faz que elas mantenham esses corpos esplêndidos. E seus pés e tornozelos são os mais perfeitos do mundo" (NYT, 23 de novembro de 1924). Para o *Washington Post* ele declarou: "Quando eu acho que a mulher francesa é especialmente chique é porque ela se aproxima do tipo americano - ela tem aquelas linhas alongadas e elegantes. Os tipos Juno e Diana não são mais belos nos dias de hoje." Mais tarde, no entanto, Patou modificou sua declaração e foi cuidadoso em acentuar a "desejabilidade requintada de ambas as formas arredondadas da Vênus Francesa e do corpo esbelto da Diana Americana" (AV, 163), uma comparação que ele consistentemente invocou em entrevistas:

Eu fui à América procurar minhas manequins por muitas razões técnicas. Em primeiro lugar, há uma grande diferença entre a silhueta francesa e a americana. O esporte fez uma grande diferença plástica. A garota francesa é uma Vênus e a americana uma Diana, com músculos tão bem desenvolvidos, pouco busto e longas pernas. Fui persuadido de que, no Olimpo, Vênus estava vestida como Diana, mas a Diana é a típica 'jovem demoiselle' e a Vênus é a típica mulher.

O debate acerca da "questão racial", como o *New York Times* maliciosamente apelidou as discussões sobre as supostas diferenças entre a mulher francesa e a americana, intensificou-se por muito tempo, mesmo depois que as manequins de Patou deixaram Nova York. Em fevereiro de 1925, o jornal voltou ao ponto num artigo com o título "O Julgamento de Paris":

Paris de Troia não foi mais sério com este assunto do que a Paris dos costureiros de vestidos. Um problema nacional e certamente racial está envolvido. Cada estilo sucessivo promulgado por eles deve ser vestido por todas as mulheres francesas e também por todas as americanas. As alemãs são magras e esguias; mas

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

as francesas, sendo parte do grupo mediterrâneo, são bastante baixas da cintura para baixo (*NYT*, 15 de fevereiro de 1925).

Os jornalistas do *Times* consideraram que a moda da cintura baixa vestia melhor a esguia mulher americana do que a compacta mulher francesa.

O problema é complicado, mas o Sr. Jean Patou tem a solução. Nem por um minuto duvida do que ele chama de 'o triunfo de Diana sobre Vênus'. Para sua mente perspicaz, é mais fácil criar para a Vênus do que para o estilo atual. Então importou um bando de manequins americanas não somente para exibir seus vestidos para os consumidores transatlânticos, mas para 'servir como modelos', em carne e osso, para a mulher francesa (*NYT*, 15 de fevereiro de 1925).

De acordo com Patou, a moda concebida para as manequins francesas perde seu apelo para as clientes americanas; os corpos americanos, assim como seu estilo, são tão diferentes dos franceses que seus desenhos devem ser modelados diretamente nas americanas. Ao promover a ideia de um físico americano como diferente, ele aproveitou um estereótipo já existente. Desde o começo do século as revistas americanas, como a *Vogue* e a *Harper's Bazar*, procuraram diferenciar os dois. Em 1910, no artigo intitulado "Mulheres americanas que eu conheci", o autor francês Marcel Prévost escreveu:

... para nós, europeus, certamente existe um tipo físico das mulheres americanas... não tão pequena, com a pele escura ou mais gordinha, mas... uma pessoa alta, mais esbelta, uma aparência vigorosa... através da higiene e dos esportes e sem dúvida, também, através do sincero e direcionado esforço na corrida em direção à beleza, o tipo real da mulher americana havia sido formado... alta e forte, com uma aparência deslumbrante e vestuário que, aos nossos olhos, encarnam o tipo físico da mulher americana.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Nos anos de 1910 e 1920, a imprensa da moda frequentemente se referiu à necessidade de modificar o corte francês das roupas para as mulheres americanas. Um artigo americano relatou com orgulho nacional a situação inversa, na qual as mulheres francesas estavam “se esforçando heroicamente para moldar seus corpos às linhas americanas”, enquanto os costureiros franceses “continuavam a se aproximar o máximo possível da silhueta esguia para agradar a clientela americana”. Patou também fez esta reivindicação quando retornou aos Estados Unidos e anunciou que a vida mais ativa das mulheres francesas modernas iria, no futuro, treinar seus corpos ao estilo mais “Americano”. No artigo sub-intitulado “A batalha entre os corpos americanos e franceses foi aparentemente ganha pelos primeiros”, ele declarou que, “mesmo na França... o aumento da vida ao ar livre e o desenvolvimento dos membros por causa do tênis, golfe e natação está causando o desaparecimento da última geração de corpos robustos e relativamente baixos” (NYT, fevereiro de 1925).

A distinção, no entanto, era amplamente simbólica e, na medida em que se tornou real, foi baseada no financeiro mais que em atividades ao ar livre. A revista *Fortune* referiu-se à moda dos anos de 1920 em termos econômicos:

Aquelas modas são influenciadas por forças econômicas e sociais - isto é uma declaração dura. Ela cresce de forma emocionante, embora os dados flutuantes dos desfiles de Paris na última década tenham ficado paralelos às flutuações do franco. Foi essencialmente uma luta entre a mulher americana e a parisiense... A mulher americana dominou a moda durante a maior parte da última década. Ela gostava de saias curtas, tão perfeitamente adaptadas à sua vida livre e atlética - e para mostrar suas pernas finas e seus tornozelos. Foi uma moda feminista.

O artigo continua destacando como a moda americana não se adaptava ao físico menos atlético, mais robusto e “feminino” das mulheres francesas, passando diretamente a uma comparação de suas respectivas moedas correntes:

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Mas o franco estava caindo, caindo, caindo por todos esses anos desde 1919 até 1926. A ditadura americana florescia e Paris não ousava expulsar os vestidos tubo e as saias curtas, as quais se tornaram um uniforme da década... Em 1926 o franco afundou, eram trinta e um francos por dólar, e as exportações (e com elas toda a influência americana) atingiram o seu auge.

Nessa linha, o jornalista compara os valores da economia (moeda corrente) a valores culturais (perfis das mulheres), juntando os dois por associação e lembrando ao leitor da base econômica destas supostamente comparações anatômicas.

Tendo selecionado suas manequins, Patou embarcou para a França em 19 de novembro de 1924 no navio francês Paris, seguido pelas manequins depois de uma semana ou mais, no navio Savoie. Philippe Ortiz, diretor da *Vogue* francesa, fez a mesma travessia, mas foi a redatora da *Vogue* americana, Edna Woolman Chase, quem foi fotografada com Patou e seus manequins nas fotos publicitárias tiradas a bordo do navio, em sua chegada ao Le Havre (*NYT*, 19 de novembro de 1924). Ela é a mulher mais à direita na linha das manequins. Patou, ao centro, era extremamente alto e as alturas de suas manequins, que variavam entre 1,76 e 1,80 metro, podem ser medidas em comparação com a dele, que era entre 1,93 e 1,96 metro. Dinarzade, que está mais à esquerda, era a mais alta. Os braços dados das manequins, seus alegres sorrisos, com seus passos rápidos e pés à frente, prefiguravam as formações "*chorus-line*" que Patou em breve iria implantar quando encenasse seu primeiro desfile de manequins no salão de costura.

A imprensa francesa saudou sua chegada com pouco entusiasmo, apesar de ter havido um endosso pródigo de Patou ao tipo americano na imprensa dos Estados Unidos. A importação de manequins americanas para Paris era uma tremenda provocação numa França onde a mulher francesa era considerada a personificação da sedução e elegância, e Paris o centro simbólico da moda e o centro econômico da alta costura. As respostas dos jornais franceses foram ferozes, chauvinistas e protecionistas. Um ano depois, no fim dos contratos das manequins e seu retorno aos Estados Unidos, o jornal francês ainda se mantinha hostil. Uma manequim, Dorothy

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Raynor, lembra que “os jornais parisienses nos ridicularizavam e até os americanos em geral, por presumir que mostrávamos aos parisienses como se vestir melhor”. Ela contou que as manequins francesas não eram exatamente hostis - pelo contrário, elas davam às americanas conselhos úteis de como lidar com avanços inoportunos dos homens franceses nas ruas - mas suas reações eram inevitavelmente influenciadas pelos jornais, e assim reclamavam tanto dos altos salários como dos bustos retos das americanas.

Somente Collete, escrevendo na *Vogue* francesa, era neutra. Segundo ela, “*un aventureux couturier apporte en France une demi-douzaine de mannequins américains*” (um costureiro corajoso importou para a França meia dúzia de manequins americanas). Em contrapartida, comparando-as com as francesas, as quais ela caracterizou como “*doubles, ponettes françaises, latines râblées, dures à la fatigue, rebelles à la maladie*” (robustas, põneis francesas, latinas atarracadas, resistentes ao cansaço, intratáveis a doenças), Collete previu que “*cette escouade d’archanges va, d’un vol chaste que nulle chair ne retarde, entraîner la mode vers une ligne toujours plus svelte*” (este esquadrão de arcanjos, em um voo puro desimpedido pela carne, irá reorientar a moda em direção a uma crescente linha esbelta). Ao se referir à chegada das americanas como um voo puro, Colette lembra a descrição das mesmas como Dianas, dada por Patou; outros contemporâneos caracterizaram a mulher americana como assexuadas em comparação com a mulher francesa. O costureiro Paul Poiret foi mais longe ao descrever a mulher americana com “bonita... mas sem paixão”, e glorificava o uso pelas mulheres francesas de artifícios e maquiagem e um certo “*louche appeal*”: “elas possuem a atração da desobediência. Elas possuem mais energia. Elas podem ser um pouco cansativas - mas são muito agradáveis” (WP, 12 de abril de 1925).

Na tarde de 5 de fevereiro de 1925, as manequins americanas se apresentaram no salão parisiense de Patou na rua Florentin, com o estúdio equipado com um “palco em miniatura iluminado pelos mais improvisados métodos para fotografias”. Não obstante, nenhuma fotografia do evento sobreviveu e é possível que nenhuma fotografia tenha sido tirada. Mas existe um enorme número de relatos por escrito. As manequins “fizeram

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

suas entradas descendo pela rampa”, para dentro do mais decorado dos salões principais. Dinarzade, que esteve no desfile, lembra:

No momento em que passei pela porta para apresentar meu primeiro vestido, eu tive a impressão de entrar em um perfumado estojo forrado de seda, a atmosfera estava fortemente carregada. Os homens em seus justos fraques lustrosos, cabelos besuntados; as mulheres em seus deslumbrantes vestidos de noite, embebidas de joias. Estava tão quente, tão quente, e o ar era sufocante com a mistura dos odores dos perfumes e cigarros. Era quase uma hora quando a coleção acabou... vinte de nós haviam mostrado quinhentos modelos (AV, 166).

De fato, foram cerca de 350. Então, cada manequim desfilou aproximadamente dezoito vestidos em um desfile que durou mais de duas horas. Patou declarou como ele próprio estava maravilhado com suas novas manequins: “Estou encantado com elas. Eu as fiz manter seus trejeitos joviais, ao invés de assumir o andar tradicional das manequins francesas”. Edna Woolman Chase descreveu como “Patou empregou uma exibição bastante carismática”: percebendo que sua audiência esperava distintas diferenças nos vestidos criados para as manequins francesas e americanas, ele abriu o desfile com todas elas vestindo aquelas roupas de algodão que geralmente se usa entre as trocas de roupa, portanto sugerindo que eram todas iguais por debaixo da pele. Chase lembra que, “numa visão publicitária avançada, esta demonstração da forma feminina, qualquer que fosse a diferença de contorno, era composta de cabeça, membros e torso, e era em cima disso que o costureiro deveria trabalhar, o que gerou umas gargalhadas e fez o desfile começar com bom humor”. (AV, 166). O jornal parisiense *Les Echos* destacou uma pequena variação desse relato, dizendo que o desfile não foi aberto por vinte, mas por vinte e cinco manequins vestidas de forma idêntica, porém em duas cores diferentes, cada uma apresentando aos membros da audiência frascos de perfume. O jornal não fez nenhum comentário se as duas cores representavam as duas nacionalidades, de forma oposta ao primeiro desfile da noite, no qual as manequins estavam vestidas de forma totalmente idêntica. É possível que Patou tenha apresentado ambas as

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

versões em momentos diferentes, já que o desfile foi repetido diariamente por um período de várias semanas.

Enquanto não há nenhuma fotografia do primeiro desfile no qual as manequins estavam com roupas idênticas, um fotógrafo do jornal *Le Quotidien*, em 2 de março de 1925, mostrou uma fila de seis manequins americanas vestindo a mesma roupa xadrez usada no primeiro desfile (Figura 3). Ali, a pressa de Patou com as vinte modelos americanas e francesas, identicamente vestidas, planando pelo salão em seu geométrico xadrez, reduziu os corpos das manequins a estampas abstratas pelo fato de fazerem-nas replicar o mesmo visual da fila de apresentação no palco. Que o visual daquela fila de apresentação havia entrado no léxico dos desfiles de moda, a partir de 1920, é evidenciado pelo *Grand Nuit de Paris* da revista *Femina* em 1927, um desfile de moda de caridade anual composto por mulheres da sociedade mais do que por manequins profissionais, as quais foram agrupadas de acordo com similaridades de altura e vestimenta.

Em 1927, o escritor alemão Siegfried Kracauer relacionou a fila de apresentação à produção industrial moderna de massa, argumentando que era uma representação simbólica do sistema capitalista, no qual a identidade visual de cada menina era subordinada a um “ornamento de massa”. As estampas abstratas produzidas pela maioria dos corpos nos estádios esportivos e nos teatros produziam, de acordo com Kracauer, uma imagem das esteiras transportadoras e da linha de produção da fábrica. As atividades de lazer do trabalhador moderno (teatro popular e esportes), ele argumentou, inconscientemente refletia o local de trabalho da organização: a fila de apresentação, portanto, revelava a verdade escondida sobre a natureza materializada e mecânica da sociedade industrial moderna. Quando Patou abriu seu desfile de outono-inverno de 1925, apresentando uma fila de manequins identicamente vestidas, ele imaginou esta problemática no mesmo modo. Apesar da noite luxuosa organizada para o desfile de moda de Patou, com a atmosfera de festa, impregnada com perfume e cigarros, e clientes em vestidos de noite, seu estilo gráfico modernista correspondia ao visual da linha industrial de produção: as manequins em suas vestes xadrezes eram uma visão materializada da padronização do corpo da moderna produção industrial.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

O visual da padronização e estética industrial era comumente percebido como sendo americano. No início de 1923, o *Washington Post* soltou um artigo: "Pela primeira vez os franceses se subordinam às ofertas do comércio", no qual é acentuado que o franco havia caído a um terço do seu valor pré-guerra por volta de 1923, e afirmou que o "Estilo Americano" havia sido dominante nas coleções parisienses agora que Paris estava cada vez mais dominada pelos compradores americanos (*WP*, 29 de abril de 1923). Outro jornalista de moda americano diferenciou "padrões" de "padronização" na vestimenta, declarando que "mulheres estrangeiras, acostumadas à originalidade na vestimenta, estão maravilhadas com a monotonia que as mulheres americanas buscam para si mesmas através da mesma estampa. Elas dizem: nossa 'moda de massa' é atroz!... Na França... a significância da palavra individualidade é instintiva." O artigo citou uma modista francesa que defendia a individualidade na vestimenta, e dizia: "enquanto não podemos padronizar as mulheres, nós iremos padronizar as vestimentas para elas". Era a ideia do corpo americano como padronizado, assim como esportivo, que ligou a escolha de Patou de manequins americanas como a estética do modernismo, especialmente através das formas tubulares e corpos mecânicos da arte e do *design* de 1920, abrangendo a pintura e a escultura de Léger e Duchamp, a arquitetura e teorias de Le Corbusier e a Bauhaus.

Tendo à primeira vista a uniformidade de seus manequins americanos, o desfile de Patou acontecia uma vez à noite em uma atmosfera de festa para clientes privados, e era repetido na luz fria do dia em tardes subsequentes para compradores internacionais, revelando a contradição no coração do comércio da costura francesa. A alta costura tinha dois mercados distintos: venda de vestidos exclusivos para clientes privados e modelos de vestidos para os compradores do mercado de massa copiarem. Patou, assim como todos os costureiros de Paris, foi obrigado a cortejar três diferentes categorias do consumidor americano: primeiramente, o consumidor da alta costura, em segundo, o de luxo, lojas franco-filiais como Bergdorf Goodman com a qual ele mantinha contato próximo, e, por fim, os atacadistas da Sétima Avenida. Enquanto as lojas de luxo compravam o que eram efetivamente modelos afrancesados para cópia, os atacadistas

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

americanos podiam comprar milhares de dólares de modelos que valiam a pena ser reproduzidos, em uma única casa por estação, a fim de se fazerem cópias mais baratas para o mercado de massa.

Dinarzade descreveu a exposição para o comércio que aconteceu no dia seguinte: “Na próxima tarde foi a abertura para os compradores americanos. Eles chegavam em massa. Era uma sensação totalmente diferente da atmosfera de festa que havia prevalecido na noite anterior. Estes homens e mulheres estavam ali para negócios. Os compradores europeus chegaram no dia seguinte e o salão soava como a Torre de Babel” (AV, 167). Os compradores americanos eram os mais importantes, e o *Washington Post* relatou que os costureiros principais mostravam aproximadamente 3.000 vestidos entre essa estação e aquela em que “Paris ficou lotada com os compradores americanos” (WP, 15 de fevereiro de 1925). A partir da semana seguinte, o desfile de Patou superlotava, e “havia dez pedidos para cada convite... todos queriam ver suas manequins americanas em ação. A coleção foi bem recebida pela imprensa americana: um dos muitos elogios foi que suas criações “combinavam o frescor e a simplicidade do gosto americano com o refinamento francês”. Mesmo os jornalistas que sabiam, de coração, que Patou estava vendendo o imaginário americano para os americanos, também sabiam que eles ainda precisavam do selo francês:

Depois de vender o estilo *flapper* americano² em seu próprio meio social, um costureiro parisiense voltou para casa e modificou suas criações para fazer toda a linha da estação caber perfeitamente na sua personalidade, indo mais longe como importar, para que as jovens americanas pudessem usá-las. As reações dos compradores americanos que sentaram para o início do desfile de sua linha americanizada eram de distração e esclarecimento, para dizer o mínimo. Suas atitudes foram uma absurda mistura de desapontamento, consternação e desorientação. Ouviu-se comentários animados em todos os cantos: “Mas isto é exatamente o que nós estamos fazendo em casa por anos!” ou, “Eu não vou comprar isto aqui; eu consigo centenas como este na Sétima Avenida, sem impostos para pagar!”. Ou novamente: “A Smith & Jones no Garment Center

2

Nota do Tradutor: American flapper no original refere-se ao estilo das jovens americanas, que usavam vestidos mais curtos, de modelagem tubular, cabelos curtos, fumavam, dançavam e tinham um estilo de vida mais independente em relação às jovens europeias do mesmo período. Essa roupa característica ficou conhecida como flapper dress.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

tem uma linha melhor destas coisas, as quais eu posso comprar com um quarto do dinheiro!”

Nós olhamos uns aos outros com surpresa. Nós havíamos dormido por todos esses anos? Aqui estava um costureiro que todos nós dependíamos para criar algo novo que cansativamente buscávamos por toda a Europa, e ele de forma completamente intencional nos mostrou o encantamento de nossas próprias ideias. Pobrezinho, ele havia tido, com as mais egoístas intenções, de forma desinteressada nos apresentado nosso próprio mercado.

Todavia, tão conscientemente e tão minuciosamente havia o prestígio do costureiro sido explorado pelas lojas de departamento americanas, já que nenhum dos compradores ousou desprezar sua coleção, mesmo sabendo que comprar seus modelos era definitivamente o mesmo que carregar carvão para Newcastle.”

Tais desfiles eram feitos exclusivamente para compradores, e os clientes privados nunca assistiam; eles eram estritamente segregados e nunca compareciam aos mesmos desfiles, embora em muito poucas casas (não é o caso da de Patou) os clientes pudessem sentar-se perto de jornalistas de revistas do mercado de luxo como a *Harper's Bazar* ou a *Vogue*. Toda a alta costura dependia do auxílio da ilusão de que ambos os clientes, privados e compradores, estavam comprando modelos exclusivos, ou ao menos os direitos de reproduzir um. Assim, a base industrial da alta costura tinha de ser continuamente repudiada e ainda, com o retorno dos reprimidos, emergia na encenação para a elite, nos desfiles noturnos para os clientes privados, pela exclusividade, reproduzindo-os nas suas ligações com a indústria. O mesmo jornal nova-iorquino que divulgava o anúncio de Patou para audições de manequins americanas trazia anúncios diários para uma gama de modas francesas, ou inspirados nas francesas - importações genuínas de vestidos de Patou que valiam \$285, e com desconto \$135 na Russeks da Quinta Avenida, para as “novas interpretações dos Wannamakers” das modas de Paris a partir de \$98 por um casaco de pano feito nos ateliês dos Wannamaker's americanos, que combinavam “as mangas felpudas de Lanvin, a gola longa a qual Chanel era tão afeiçoada, a boca larga a partir do

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

joelho dos casacos de Patou” (NYT, 12 e 13 de novembro de 1924). Assim como o pequeno desfile de Patou atomizou os corpos das modelos em estampas moventes, o mesmo fizeram os costureiros e alfaiates da Sétima Avenida ao pulverizar fragmentos e pequenos detalhes dos modelos de vestidos liquidados das criações de Paris em seus vestuários de produção em massa.

Mesmo os vestidos criados para a coleção de outono-inverno de 1925 de Patou possuíam uma certa uniformidade que combinava com o estilo do desfile. O *Washington Post* escreveu que “o desfile de Patou é internacional, com manequins inglesas, americanas e francesas mostrando as nítidas influências de sua visita a Nova York. Os modelos (os modelos dos vestidos), em todas as exposições, são monótonos devido à falta de novidades exceto nos tecidos e nos enfeites”. (WP, 15 de fevereiro de 1925). O *New York Times* também relatou que “Patou parece ter obtido um bom negócio com a inspiração que as manequins americanas trouxeram com elas. Suas formas de andar e suas saias mostram especialmente bem os corpos magros das garotas americanas”. (NYT, 6 de fevereiro de 1925). Mais tarde, naquele ano, Patou repetiu o efeito já que, em maio de 1925, suas manequins desfilaram na embaixada em Cannes: “Os vestidos de noite são apresentados por cinco jovens garotas; cada vestido, exatamente igual em modelagem, é de cores diferentes, e cada um tem a mesma capa de lamê com pele de raposa negra. O efeito é maravilhoso, e as pessoas aplaudiram.”

Apesar do cenário luxuoso, o estilo de Patou do corpo modernista, nos salões de Paris e Riviera, combinava graficamente com a estética da automação. Assim também acontecia em 1920, com a cenografia e a encenação de desfiles de manequins de outros costureiros, como Jenny e Chéruit, que agrupavam nos palcos os corpos das manequins em abstratas formatações parecidas com maquinários. Nesse caminho, a “tecnologia pesada” da linha de produção foi incorporada ao corpo e à subjetividade através da estética modernista. O efeito visual da repetição e abstração foi utilizada por uma gama de costureiros. Mesmo os mais conservadores, como Paul Poiret, modificaram seu estilo opulento para usar o geométrico moderno do xadrez, como Patou em 1925, e sua industrial, ou fordista,

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

estética de repetição dominou a moda e o *marketing* de meados dos anos de 1920. O pequeno vestido preto da pioneira Coco Chanel foi anunciado pela *Vogue* americana com o título de “o ‘Ford’ da Chanel - o vestido que o mundo inteiro irá usar - é o modelo ‘817’ do crepe preto de chine”, uma referência ao modelo de automóvel Ford T e ao discurso de Henry Ford, que “qualquer consumidor pode ter um carro pintado de qualquer cor, desde que seja preto”. O conjunto de terno da Chanel, de 1926, consistia de uma lisa saia tubular e um cardigã, ambos uniformemente cobertos com um folheado de lantejoulas, a retórica antidecorativa da criadora traduzida em racionalidade do corpo simplificado do modernismo. Apesar da abundância de lantejoulas, a estética da máquina foi exemplificada pelo brilho metálico do terno, das linhas retas e formas tubulares.

Assim, o *design* de moda de 1920 e os desfiles de moda usaram a criação modernista do corpo para mapear a criatividade comercial em uma cultura por meio da linguagem visual da arte e do *design*. Em particular nos desfiles, a matemática da moda era traduzida nas passarelas como sedução visual no momento em que os métodos de negócios se tornavam visuais e eram impressos nos corpos das mulheres. A retórica modernista da linha de produção foi mobilizada na produção cultural para expressar as estruturas industriais que não eram novas mas, antes, datadas de ao menos cinquenta anos atrás. A partir dos anos de 1870, as casas de costura parisienses haviam se tornado cada vez mais burocratizadas, juntamente com as linhas de produção tayloristas, mesmo antes do americano Frederick Winslow Taylor ter completado sua exaustiva pesquisa a respeito da “administração científica do chão de fábrica”, iniciada na Midvale Steel Mills nos anos de 1880. Na mesma década, as casas de alta costura francesas cresceram em tamanho, e inauguraram um novo tipo de organização burocrática que iria persistir bem até o século XX.

O sistema Taylorista foi finalmente publicado nos Estados Unidos em 1911. Essencialmente, ele desqualificava trabalhadores individuais ao alocar cada um deles num conjunto de tarefas físicas, específicas, repetitivas e prescritas, sendo assim, por exemplo, a um trabalhador não era mais permitido usar seu julgamento próprio, ou dar uma pausa para afiar a ferramenta com a qual ele estava trabalhando. A tarefa principal

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

era transferida a um gerente, e a última dedicada àquele que iria afiar a ferramenta. Entre aproximadamente 1910 e 1920, os princípios do Taylorismo se tornaram bem estabelecidos na França, parcialmente devido à sua promoção entusiástica por parte do fabricante de pneus Edouard Michelin. O livro de Taylor foi traduzido em francês, e aplicado durante a Primeira Guerra Mundial nas fábricas governamentais por parte do químico Le Chatelier. Os jornalistas franceses geralmente usavam sua linguagem e conceitos ao descrever as casas de costura, e sua organização interna sugere o porquê.

Um álbum fotográfico relembra perfeitamente a organização e o trabalho interno nos desfiles da casa de costura parisiense Worth em 1927: a equipe feminina chegando ao trabalho, a organização dos ateliers, os estoques e os escritórios administrativos, assim como as cozinhas e as salas de jantar dos trabalhadores. O almoço era servido em três das cinco salas separadas do local de produção, assim, a equipe poderia retornar ao trabalho dentro de meia hora e não teria a necessidade de sair da casa, de acordo com a ideia Taylorista de que este tratamento aos trabalhadores promovia mais eficiência. Isto não era uma escolha ética ou moral, mas sim de negócio. As manequins eram supervisionadas de perto e não era a elas permitido sair do prédio durante as horas de trabalho. O *chef de cabine* de Patou mantinha os olhos nelas até mesmo em casa. Os álbuns de desfiles de Charles Worth mostrava toda a equipe de criação e de administração trabalhando em espaços determinados a eles: os desenhistas em um atelier, os alfaiates e cortadores em outro, a equipe de montagem em um terceiro, os bordadores num quarto e assim em diante. O álbum provê uma evidência visual da maneira na qual, por trás das cenas das casas de costura, havia uma estrita divisão do trabalho que não só facilitava a produção, mas também, e mais importante, militava contra a falsificação por parte da equipe. A poucos empregados era permitido mover-se entre as salas. Ao invés disso, o vestido ou peças do vestuário em andamento na produção eram carregados entre os ateliers pelos poucos privilegiados que atuavam como engrenagens na grande cadeia de produção. Apesar de ser peculiar, dada a natureza artesanal da costura francesa, o sistema do atelier constituía o de modelo de racionalidade, senão de produção industrial, que precedia a

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

linha de montagem criada por Henry Ford em 1913. O sistema também pré-figurava a economia cinética do Taylorismo, embora ele clamasse ser uma ciência, desde que a alta costura francesa a desenvolvera organicamente no final do século XIX como consequência do grande aumento do tamanho e da escala das casas.

Embora o negócio dos costureiros franceses fosse amplamente artesanal, sua conexão com a indústria americana do vestuário era vital: o amparo econômico da alta costura consistia em prover modelos de vestidos para a indústria americana. E enquanto os *chefs* costureiros estavam inconscientemente adotando as ideias Tayloristas, por volta de 1920 costureiros como Patou e Lelong estavam agudamente atentos à relevância para eles de formas de produção industrial contemporâneas como Taylorismo e Fordismo. Um costureiro anônimo entrevistado em 1923 declarou que "*le grand couturier, qui est un artiste, doit être aussi un chef de maison, un directeur de banque, un patron d'usine*" (o grande costureiro, que é um artista, deve também ser o chefe da casa, o diretor de uma empresa, um administrador bancário, um dono de fábrica). De fato, no início de 1901 a revista *Femina* descreveu a casa de Redfern como "*une véritable usine d'élégance*" (uma verdadeira fábrica de elegância). Em 1926, o negócio de Patou havia sido reestruturado, "*aux nouvelles méthodes d'organisation rationnelles et scientifiques... l'organisation de son affaire est complètement industrielle*" (de acordo com o novo, racional e científico método de organização... a organização do seu negócio é completamente industrial). As metáforas bancárias e organizacionais assombravam a casa de costura, tanto quanto o manequim de vime no qual as roupas do século XIX haviam sido apresentadas assombrou a figura do manequim vivo como um misterioso dublê que revelou o coração mecânico do processo capitalista.

Nas casas de costura, as manequins se moviam entre suas cabines nos bastidores, onde fofocavam e conversavam, para a frente do salão da casa, onde apresentavam vestimentas de acordo com a demanda de clientes individuais em um desfile de lazer que desmentia o frenesi e o alvoroço detrás dos palcos. Esse serviço de luxo foi criado para fazer com que o consumidor acreditasse que tinha a atenção individualizada tanto dos vendedores quanto dos manequins; era o oposto do

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

imaginário industrial de Patou, que tratava as manequins como unidades individuais infinitamente reproduzidas. Ainda o mesmo ato de desfilar era uma repetição serial. Comentadores contemporâneos infalivelmente relembram a natureza repetitiva do trabalho da manequim, independente se ela estivesse desfilando para clientes individuais ou compradores internacionais. Eles focaram no fato de que suas ações não eram nem naturais ou individualizadas mas uma *répétition* (que em francês tem um duplo sentido, de performance e repetição). O que os ofendia era a inautenticidade de suas performances. Ponderaram as dificuldades de desfilar os mesmos vestidos dez vezes ao dia para dez clientes diferentes, cada vez como sendo a primeira. Eles agonizavam com o pensamento de que os sorrisos delas, tão sedutores, não eram únicos, mas repetidos para cada cliente, e por isso não poderia ser autêntico. Eles temiam que a manequim era “*un objet*” (um objeto), que tinha “*un sourire industriel*” (um sorriso industrial), e que a casa de costura era não menos que uma grande, bem organizada planta industrial produzindo luxo por metro, com a manequim como seu emblema principal.

A manequim incorporava a contradição entre múltiplas e únicas do que Nancy Troy identificou como sendo a tensão no início do Modernismo, que também se estende pelo coração da alta costura no pré-guerra. Individualmente notável, uma vez em um desfile de manequins ela se tornava parte do “ornamento de massa” que era visualizado por trás das cenas Tayloristas da organização da casa, e suas ligações ocultas com a produção Fordista via suas vendas além mar. Da mesma forma como os movimentos calibrados e padronizados do trabalhador Taylorista os fizeram uma mera engrenagem na administração científica do local de trabalho, também os repetitivos e estilizados gestos das manequins nos desfiles as incorporavam como uma parte viva no maquinário da casa de costura, a grande, coordenada mansão do trabalho regularizado e dividido. Enquanto suas poses apáticas pudessem invocar costura luxuosa e individualismo, a exatidão mecânica de suas performances sugeriam uma moderna racionalização e produtividade. Os desfiles de manequins deste modo revelavam, nas palavras de Kracauer, “componentes significativos da realidade [que tem] se tornado invisível em nosso mundo”.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Os interiores espelhados da casa de costura também adicionavam este efeito, ao refletirem a notável individualidade das manequins ao infinito. A metáfora visual da repetição e duplicação foram assim sendo construídas dentro da fábrica e em protocolos das casas de costura, e foi este conhecimento visual que Patou mobilizou quando abriu seu desfile em 1925 com um rol de manequins vestidas identicamente. Assim como na linha de frente, e também nos desfiles da casa de costura, a individualidade foi renunciada em favor da precisão militar, e é talvez não por acaso que a principal influência de Patou na forma com que ele comandava seu negócio vinha de sua experiência militar de comando e controle na Primeira Guerra Mundial.

Mais do que qualquer outro costureiro situado em Paris naquele momento, Patou favorecia os métodos de negócios americanos mais que os conservadores franceses: "Parisiense como ele é em suas ideias para a criação de vestidos, Jean Patou é conhecido como o mais americano dos franceses em seus métodos de negócios." Charles Creed, o mais novo descendente de Henry Creed, da conservadora casa de costura parisiense especializada em alfaiataria inglesa, elogiou Patou por sua "forte afinidade com a América" e seu "maravilhoso faro para publicidade." Ele descreveu Patou como tendo "animado Paris ao máximo ao importar jovens modelos americanas"; Na realidade, Patou sempre manteve boas conexões com as lojas de departamento americanas. Andrew Goodman, filho de Eddie Goodman da loja de Nova York Bergdorf Goodman, foi aprendiz dele em Paris. Independente de sua promoção de roupas esportivas, uma novidade americana, Patou fez muitas inovações comerciais inspiradas pela América. Ele deu muita atenção ao marketing, encenando seus desfiles de moda "com pequenas mesas cheias de pessoas como em um clube noturno, mordomos andando com sanduíches e champanhe, e batons Patou em carteiras Cartier, como presentes para as mulheres". Instalou um "Bar Americano" no local e tocava música americana em seus desfiles de moda. (NYT, 31 de julho de 1926). Patou usava as agências de imprensa americanas para divulgar sua publicidade ao redor dos Estados Unidos e meticulosamente as colava em seus álbuns. Em uma página desses álbuns de recortes de imprensa da Maison Patou, há um único artigo cobrindo o desfile do outono-inverno de 1925 cercado por recortes de jornais, que demonstram que esta foi divulgada em quarenta e nove jornais diferentes nos EUA, não diferente

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

da forma que o desfile de Patou havia replicado e multiplicado as imagens dos manequins. O orçamento para publicidade de Patou era grande, seus salários altos, e seus preços relativamente baixos. Ele fazia reuniões diárias com sua equipe e dividia os lucros entre os executivos, e estendia este sistema de bônus também às manequins, as quais, como atrizes, eram somente empregadas em contratos sazonais de curto prazo.

Nas palavras de um escritor contemporâneo, comumente empregado os vocabulários de ambos Fordistas e Tayloristas, a principal inovação de Patou no sistema de atelier foi introduzir alguns elementos de “trabalhos por preço e plano de montagem de produção”, enquanto reorganizou sua casa de costura ao lado das outras linhas de “administração científica da planta de criação de vestimentas”. E foi acima de tudo, em seu entendimento do papel da manequim, que Patou revelou uma análise típica Taylorista de sua força de trabalho como seu melhor tino para negócios. De acordo com o mesmo autor, Patou substituiu “o valor de comércio da manequim como uma peça de equipamento necessário” pela sua própria ideia “dela como importante fator nas vendas da organização”. Uma das manequins francesas, Lola Tessier, foi sua funcionária desde o início de dezembro de 1924, e pode ter desfilado junto das americanas no desfile de outono-inverno de 1925. Seu físico não era notavelmente diferente do das americanas. A descrição abaixo sugere que ela pode mesmo tê-las superado em vendas:

Ele (Patou) diz que sua manequim Lola é a melhor do mundo. Ela é uma menina impressionante de se olhar, enquanto em beleza ela é ofuscada pelos cabelos dourados de Gladys, uma manequim escocesa da equipe de Patou. Mas Lola vende vestidos duas vezes mais que Gladys, e Patou diz que ela pode vender seis ou sete modelos para uma única pessoa. A razão é sua grande elegância, qualidade aparentemente espiritual, cujo valor real em francos e cêntimos a eficiência dos departamentos de desfiles de Patou mostra em grandes gráficos de lucros.

Ainda que a elegância de Lola pudesse ser medida verdadeiramente. A manequim, alta e esbelta na realidade, poderia também representar uma alta e esbelta coluna em um gráfico de barras - a mais alta a melhor -, como

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

o “departamento de eficiência” de Patou fez essa tradução de centímetros para cêntimos. O ato de desfilarem foi diretamente convertido em valores econômicos, exatamente como o obsessivo sistema de medição de tempo e movimento de Taylor, que resultou em seu “sistema científico” para aumentar a produtividade dos trabalhadores por meio da regulamentação e racionalização de cada um de seus movimentos. Dessa forma, o corpo da manequim foi diretamente aproximado ao lucro, e seus poderes performáticos entendidos em termos de vendas. Nos Estados Unidos, John Powers, que abriu a primeira agência de modelos em 1923, referia-se às suas modelos como “*commodities*, as quais possuem certos requisitos”, e a si mesmo como um “corretor da beleza”. Por volta de 1930 ele já tinha mais de 400 manequins em sua equipe.

Mas se as manequins se tornaram *commodities* pelos protocolos do desfile, elas também se mercantilizavam - elas eram, como Walter Benjamin descreveu a prostituta no século XIX, “ambas as vendedoras e os produtos”. Na França, as primeiras manequins escandalizaram suas audiências não porque elas apresentavam seus corpos em público, num estado quase de nudez, mas porque elas vestiam roupas de moda por dinheiro, para seus próprios objetivos. Em 1925, Collete descreveu a manequim como um corpo capturado entre a alta e baixa cultura, entre a arte e a indústria. Ela era a “*collaboratrice inquiétante*” (a colaboradora inquietante), “*comme une proie chargée de butin*” (como uma presa encarregada da pilhagem), “*le vivant appât*” (uma isca viva), “*la passive réalisation d’une idée*” (a realização passiva de um ideal), e “*son travail consiste à simuler l’oisiveté*” (seu trabalho consiste na simulação da ociosidade). E ainda ela era também o exemplo primordial de jovem trabalhadora, um tipo moderno, e uma Nova Mulher - um emblema vigoroso da modernidade. Uma fotografia mostra Dinarzade a bordo do navio retornando a Nova York, no início de 1926, depois de seu ano desfilando em Paris. Ela veste o seu próprio acervo de roupas de Patou e, enquanto ainda pode ser “uma presa encarregada da pilhagem”, é também relativamente rica, autônoma, mulher trabalhadora bem sucedida em dois continentes e aparentemente responsável pelo seu próprio destino. A imprensa americana foi mais simpática à ideia das manequins como jovens trabalhadoras, e isso agradou, principalmente quando uma se casou com um milionário. O casamento de Josephine Armstrong, em junho de 1926,

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

com Erskine Gwynne, um primo da família Vanderbilt, recebeu cobertura de mais de trinta jornais americanos com as manchetes: "Como uma jovem trabalhadora ganhou o 'playboy Vanderbilt'".

Ainda a manequim continuava a entrar em conflito com algumas contemporaneidades. Por volta dos anos de 1920 sua aparência homogênea foi garantida por seus vestidos modernistas, cabelos curtos, maquiagem e estilo "mocinha", sendo ela uma modelo profissional como Dinarzade, ou uma mulher da sociedade como aquelas que desfilaram em 1927 no baile de caridade *Femina*. A mesma uniformidade da moda dos anos de 1920 estava perturbando alguns críticos e a aparência da Nova Mulher cada vez mais incomodou os moralistas, precisamente porque, mascaradas com uma maquiagem pesada, com o cabelo ondulado e maneiras melindrosas, a mulher de um respeitável industrialista não mais poderia ser distinguida de uma jovem trabalhadora. Como as joias falsificadas que Chanel popularizou nos anos de 1920, os desfiles de moda juntaram as manequins com as pérolas falsas: muito lustrosas, muito uniformes, e muito perfeitas para serem plausíveis, elas encarnavam a traiçoeira e misteriosa instabilidade das aparências.

O efeito foi aprimorado pelo silêncio quase total enquanto desfilavam. Enquanto era parte do trabalho de uma vendedora falar, incluindo ser fluente em inglês, a manequim permanecia sempre muda no salão (de forma oposta a seus "papos" nas salas de bastidores). De tempos em tempos ela falava com o cliente, mas somente quando era requisitada, e então simplesmente dava o nome do modelo e seu preço. Os manequins de Lucile, que desfilaram em Paris e em Nova York, vinham da classe trabalhadora do subúrbio londrino e a elas nunca era permitido falar, mal podiam sorrir. Quando a jornalista Alison Settle entrevistou Paul Poiret para o jornal londrino *Daily Mirror*, em 1920, eles almoçaram na presença de quatro de suas manequins vestidas uniformemente com um vestido verde e dourado e boinas. A escritora relembra que, quando elas tentavam falar com eles, "Poiret colocava a mão em meu braço, em advertência. 'Não, mademoiselle', ele disse, 'não fale com as garotas, elas não estão aqui'". Definitivamente elas estavam, mas ele estava indicando que pelo menos não socialmente.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Ainda por volta de 1925, as manequins tinham uma presença social e simbólica: elas eram ícones eloquentes da modernidade, mesmo em seu silêncio. Desde o começo do século, jornalistas haviam identificado as manequins como o novo tipo de carreira feminina, distintas daquelas que eram mulheres sustentadas ou atrizes. Enquanto algumas destas descrições eram aduladoras, outras eram tingidas com ambivalência: na imagem da manequim que vestia roupas da moda mais por dinheiro que por prazer, algo que deveria ter sido oculto - a natureza comercial da transação - foi revelado. A imagem da manequim aponta para a comercialização da mulher amável, e o seu próprio olhar a transforma em objeto. No final do século XIX as tecnologias de reprodução levaram ao ápice da imprensa popular, na qual mulheres eram cada vez mais representadas como um espetáculo, e este regime escópico produziu a taxonomia dos tipos femininos que incluía a atriz, a dançarina, a manequim e a *femme du monde*. A própria aparência tornou-se um dispositivo de distanciamento, e a estética industrial providenciou o pacote ideal para o alienado corpo-objeto da Nova Mulher, tanto uma defesa como indício social de um novo “tipo” profissional: frio, indisponível, destacado no trabalho.

Temores sobre os crescentes efeitos de desumanização da máquina podem ser traçados a partir da descrição de Karl Marx, a respeito da alienação do trabalhador, em seus estudos sobre as condições modernas da produção industrial. Aparece grande receio quanto à mecanização da mulher em textos como de Villier de l’Isle Adam, *L’Eve Future*, publicado em 1886. No desfile de moda convergem dois tipos de alienação: a alienação do trabalhador na linha de produção e a forma alienada e alienante da Nova Mulher.

Se, como Jennifer Craik discute, a moda é “o corpo tecnológico do consumidor ocidental”, este é um corpo carregado de contradições. Desde o início do século XX, as manequins foram variavelmente representadas como objeto e sujeito: por um lado, elas podem ser forçadas a ficar de pé por horas como uma estátua viva enquanto o costureiro faz suas criações em seu corpo inanimado. Ainda, pelo outro lado, seu estilo, confiança e exuberância mais que correspondem com a distinção da mulher da sociedade, com a qual elas são frequentemente comparadas. O desfile de moda estava associado com consumo de luxo individualizado, e era também uma simbólica representação da produção industrial moderna.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Este conceito tornou-se visível na ilustração da *Harper's Bazar*, que trazia os novos modelos de outono de Paris para os nova-iorquinos, em 1927, na qual o grupo de manequins se dão as mãos, como as manequins americanas de Patou de braços dados em sua chegada à França. Elas estão dispostas não em uma linha reta, mas ao redor de um ponto fixo que sugere uma engrenagem gigante ou uma roda industrial, que é na verdade um relógio analógico, com os modelos das maiores casas francesas apontando para a hora do dia. A imagem recai sobre a convenção de que havia diferentes vestidos adequados para o dia, a tarde e a noite, enquanto também sugere a inexorável passagem do tempo numa indústria baseada na rápida mudança de estilo. A ilustração combina tempo e movimento em um pictograma, uma conjunção do coração do Taylorismo, e simultaneamente invoca a estética harmoniosa Fordista da moda de 1920, reinventando a "roda da moda" do século XIX. A ilustração foi feita por Grandville em 1840, para sugerir que a produção e o consumo não eram distintos, mas parte de um único e indivisível processo.

No período entre as guerras, a padronização era vista em ambos os lados do Atlântico como uma quintessência da modernidade, e a América, determinante não apenas na produção industrial mas também na vida social e na subjetividade. Sendo assim, o desfile de manequins toca em uma série de contradições de ideias e ideais sobre identidade nacional, mulheres e modernidade. Medos a respeito da crescente mecanização e da mudança do papel da mulher eram projetados na imagem misteriosa da manequim, que era vista como uma nova carreira feminina, fria e distante, diferentemente da aconchegante atriz ou vampiresca *femme fatale*, cuja modernidade era medida por sua aparência brilhante e uniforme nos desfiles. As complexidades visuais e comerciais das apresentações de manequins têm sido implícitas desde o início dos anos de 1900, senão antes. O desfile da coleção outono-inverno de 1925 de Patou simplesmente tornou visível a conexão via uma estética industrial que, por volta de 1920, havia se tornado moda. Nas primeiras três décadas do século XX, no qual a profissão de modelo - ou manequim - se tornou estabilizada, a modelo foi uma cifra de muitas tensões comerciais, culturais e nacionais da modernidade do início do século: entre criatividade e negócio, entre França e América e entre consumo de elite e produção de massa.

Referências (Fontes Primárias: revistas e jornais)

American Vogue, nº 163

American Vogue, nº 166

American Vogue, nº 167.

Daily Mirror, 1920.

Femina, 1901.

Fortune, década de 1920

New York Times, 2 de novembro de 1924.

New York Times, 12 e 13 de novembro de 1924.

New York Times, 19 de novembro de 1924.

New York Times, 23 de novembro de 1924.

New York Times, 14 de dezembro de 1924

New York Times, 6 de fevereiro de 1925.

New York Times, 15 de fevereiro de 1925.

Vogue Paris, 1925.

Washington Post, 29 de abril de 1923.

Washington Post, 15 de fevereiro de 1925.

Washington Post, 12 de abril de 1925.

Recebido em 08/03/2016

Aprovado em 26/09/2016