

Autobiografias de designers de moda como ferramentas para pesquisa histórica
Fashion designers' autobiographies as tool for historical research

Alessandra Vaccari

Professora adjunta de História da Arte Contemporânea – Università luav di Venezia

alessandra.vaccari@iuav.it

Tradução Jennifer Esteves

Revisão Kárittha Bernardo Macedo

Resumo

Os designers de moda constituem uma parte da moda ocidental moderna e estão entre as mais intrigantes e controversas figuras. A moda é um sistema centrado no design, mas que tende a excluir o designer do discurso teórico e histórico. Em outros campos das produções culturais, artistas e arquitetos deram um enfoque crucial - por meio de seus escritos - sobre os principais temas em suas áreas, contribuindo assim para desenvolvê-los na historiografia e na literatura. No caso da moda, ao contrário, o material textual que os designers de moda produzem é considerado promocional para eles próprios, para suas coleções e para sua marca. Esta interpretação é aceita pela indústria da moda, bem como pelos estudos de moda, que reconhecem a contribuição extremamente limitada dos designers à historiografia e à crítica. Este trabalho pretende discutir o papel histórico e contemporâneo das explanações dos designers no campo da moda. Levando-se em consideração as publicações de estilistas de moda do século XX e XXI, o trabalho explora relatos autobiográficos de designers de moda sobre sua entrada no mundo da moda, com especial atenção a sua educação e aos períodos como aprendizes¹. Também se apresenta uma visão sobre as dificuldades que os designers encontram na gestão de sua imagem pública.

¹ NT: Na França, muitos jovens que não fazem ensino superior entram em um sistema de formação vocacionada (direcionado ao trabalho) ou se tornam aprendizes de algum ofício através da *apprentissage*. O programa que forma os aprendizes engloba pessoas geralmente entre dezesseis e vinte e seis anos que completaram o ensino básico, proporcionando uma formação geral, teórica e prática, e os certifica

Palavras-chave: Designer de moda; autobiografia; autoria; autoexpressão; história da moda.

Abstract

Fashion designers represent a constitutive part of modern western fashion and are among the most intriguing and controversial of its figures. Fashion is a system centered on design, but tends to exclude the designer from theoretical and historical discourse. In other fields of cultural production, artists and architects have provided a key focus – by means of their writings – on major themes in their fields, thus contributing to developing them into historiography and literature. In the case of fashion, on the contrary, the textual material that fashion designers produce is considered as promotional to the designers themselves, their collections, and their brand. This interpretation is accepted by the fashion industry as well as by fashion studies, which acknowledge the severely limited contribution that designers themselves make to historiography and criticism. The paper intends discuss the historical and current role of designer-based explanations in the field of fashion. Taking into consideration fashion designers' writings from 20th and 21th centuries, the paper explores fashion designers' autobiographical accounts of their entry into the world of fashion, with particular attention paid to education and apprenticeship. It also provides insight into the difficulties that designers experience in managing their public image.

Keywords: *Fashion designer; autobiography; authorship; self-expression; fashion history.*

Introdução

profissionalmente. A *apprentissage* é uma combinação de aprendizagem na prática, com disciplinas oferecidas um ou dois dias por semana (um mínimo de 400 horas por ano em um centro de treinamento de aprendiz (*centre de formation d'apprentis/CFA/ CFA*). O período como aprendiz dura de um a três anos, dependendo do tipo de profissão e a qualificação requerida. Na carreira voltada à criação de moda, percebe-se uma grande importância dessa etapa na formação dos designers.

A moda ocidental moderna tem dado grande importância à individualidade dos designers, sendo muitas vezes narrada através de uma sequência de suas histórias de sucesso. A alta-costura em particular foi vista à luz de estilistas famosos como Worth, Paul Poiret (1879-1944), e Christian Dior (1905-1957). Livros como “*Worth: Father of Haute Couture*” (“Worth: Pai da Alta-Costura”, 1980a) e “*The History of Haute Couture, 1850-1950*” (“A História da Alta Costura”, 1850-1950), ambos escritos pela historiadora de moda Diana de Marly (1980b), são exemplos influentes desta abordagem. Os museus europeus e estadunidenses têm contribuído significativamente para essa abordagem histórica, através de exposições que adotam uma perspectiva monográfica focada na influência individual e no papel cultural dos designers de moda, seja no passado ou no presente. Um exemplo disso é a polêmica retrospectiva de Yves Saint Laurent (1936-2008), organizada pelo *Costume Institute* do *Metropolitan Museum of Art de Nova York* em 1983, com curadoria da ex-editora da *Vogue* Diana Vreeland (SAINT LAURENT *et al.*, 1983). Seu caráter provocativo e perturbador, se deve ao fato de ter sido a primeira exposição de museu dedicada a um designer de moda ainda vivo - e ativo (CLARK e FRISA, 2012).

De acordo com a historiadora de moda estadunidense Valerie Steele (1998, p. 330), “os mitos podem persistir por anos sem contestação” no campo da história da moda. Em 1987, o historiador de arte italiano Arturo Carlo Quintavalle expressou toda sua frustração após perceber a impossibilidade de desmascarar os mitos da moda através das palavras dos próprios estilistas. Quintavalle escreveu:

Eu acabei conhecendo muitos protagonistas do passado e do presente da alta-costura (bem como do *prêt-à-porter*) em Roma e Milão nos últimos anos. Inicialmente, eu procurei aprender história com eles - na verdade, diferentes histórias - pois eu pensei que só eles poderiam falar sobre a nossa moda [Italiana] de forma consistente e com abundância de provas. No entanto, apesar de serem jogadores, e geralmente jogadores importantes, no cenário da moda, eles contam histórias já envoltas em mitologias (QUINTAVALLE, 1987, p. 49).

Steele e Quintavalle implicitamente se referem ao processo barthesiano da mitificação da modernidade, no qual os pressupostos são tomados sem questionamento, transformando "a história em natureza" (BARTHES, 1973, p. 131).

Autobiografia profissional

A moda moderna estabeleceu uma relação simbiótica com as memórias pessoais e profissionais dos designers - uma simbiose que é multifuncional (VACCARI, 2012;

VACCARI, 2013). Por um lado, as autobiografias têm um papel promocional para os designers e para as marcas com seus nomes, ou para as quais o designer é diretor criativo; por outro, elas representam o papel público que a cultura de moda ocidental atribuiu ao designer, que começou com a figura célebre do costureiro. Por ambos os motivos, as autobiografias profissionais têm desempenhado um papel fundamental na construção - às vezes em tom de desculpa - do designer de moda como uma figura central da moda moderna. O fato de que os designers de moda começaram a explorar o gênero autobiográfico no início do século XX, testemunha o status e a popularidade que eles já tinham alcançados nessa época. Os *insights* profissionais e pessoais encontrados nas memórias escritas dos costureiros fornecem aos seguidores e críticos de moda um quadro para a interpretação do seu trabalho.

No século XX a moda narrou a ascensão dos designers de moda, ao popularizar o modelo biográfico sobre o qual a história da arte se baseou. O modelo, que está enraizado na obra seminal *“Lives of the Most Eminent Painters Sculptors and Architects”* (“As vidas dos mais eminentes pintores, escultores e arquitetos”) escrita por Giorgio Vasari em meados do século XVI, estabelece uma relação causal entre a vida dos artistas e suas obras. Já Sigmund Freud é creditado com a introdução da abordagem psicobiográfica em *“Leonardo da Vinci and a Memory of His Childhood”* (“Leonardo da Vinci e uma lembrança de sua infância”) (KRAUSS, 1985), enquanto que em *“Cezanne’s Doubt”* (“A dúvida de Cézanne”), Maurice Merleau-Ponty (1964) tratou da experiência artística do pintor através da relação entre o mundo perceptivo e expressão artística.

Desde o final dos anos 1960 a validade da abordagem biográfica tem sido cada vez mais questionada. *“La mort de l’auteur”* (“A Morte do autor”) de Roland Barthes apareceu em 1968 e *“Qu’est-ce qu’un auteur”* (“O que é um autor?”) de Michel Foucault em 1969. Estas duas obras vieram revelar a ingenuidade dos historiadores no uso dos dados biográficos como prova na interpretação de uma obra de arte. Em seu ensaio, Foucault define a “função-autor” como um complexo de fenômenos históricos e sociais inter-relacionados que respondem ao sistema que os regula, os institucionaliza e os interpreta, ao invés da realidade do próprio indivíduo. Visto dessa perspectiva, o designer de moda é mais que um indivíduo de fato: a figura do designer serve como um *tropo* da modernidade, através do qual discursos sobre moda podem se desenvolver e difundir. Os relatos dos próprios estilistas - incluindo as autobiografias que eles, seus

escritórios de imprensa ou escritores fantasma escrevem - podem lançar luz sobre tais discursos.

Os historiadores têm uma relação problemática com as autobiografias em virtude da sua motivação ou da natureza auto justificadora, como Eric Hobsbawm (2002, p. xii) reivindica na introdução de sua própria autobiografia: "Se você não quer entender o século XX, leia as autobiografias dos autojustificadores, os conselhos para sua própria defesa, e de seus anversos, os pecadores arrependidos. Todos estes são inquiridos *post-mortem* em que o cadáver finge ser o legista". De acordo com Hobsbawm, escritores autobiográficos são aqueles

Cuja vida pública lhes confere o direito de chamar suas autobiografias de 'Memórias', geralmente homens e mulheres que têm ações para registrar ou defender em um palco público mais amplo, ou que viveram perto de grandes eventos e aqueles que tomaram decisões que os afetaram (HOBSBAWM 2002, p. xi).

A partir do fortalecimento da abordagem positivista no final do século XIX, os críticos e historiadores passaram a interrogar a veracidade das memórias escritas. Uma tarefa importante tornou-se a de verificar as informações sobre a vida de artistas e escritores, como no caso de Casanova e Goldoni (NEPPI, 2010, p. 145-52). Com seu ensaio seminal "*Le pacte autobiographique*" ("O pacto autobiográfico") (1975), o crítico literário francês Philippe Lejeune mostrou que seria ingênuo buscar fatos reais nas memórias escritas. Lejeune apresentou aos críticos uma nova estrutura para a interpretação de textos em primeira pessoa, destacando como esse gênero possui um nível diferente de "verdade individual, pessoal e íntima", através do qual os autores comprometem-se a expressar e comunicar o sentido pleno da sua existência ao leitor (LEJEUNE, 1996, p.42). Seu argumento demonstra até que ponto os discursos autobiográficos dos designers de moda podem ser legitimamente reabilitados como ferramentas de investigação histórica, e analisados proveitosamente para compreender as representações verbais de moda.

No século XX, as autobiografias profissionais eram geralmente focadas em eventos e realizações que marcaram a carreira dos designers, embora incursões no reino íntimo ocorressem com frequência. Em seu prefácio à autobiografia póstuma de Jean-Philippe Worth (1856-1926), filho do fundador da lendária Casa de Worth, Ruth Scott Miller (1928, p. v) estigmatizou as biografias dos costureiros do final da década de 1920 como cada vez mais "confessionais", uma mistura de vida privada e de fofocas sobre os clientes, que os parisienses designaram como "*portierisme*". "*Discretions and*

Indiscretions” (“Discrições e indiscrições”), o título da autobiografia de Lucille (1863-1935) publicada em 1932, exemplifica bem a mescla de vida, trabalho, fofocas e revelações que vieram a caracterizar as incursões dos jovens costureiros no gênero.

A Paul Poiret se atribuiu o crédito de ter sido o primeiro costureiro a escrever sua autobiografia. Sua obra renomada “*En habillant l'époque*” (“Vestindo uma época”) data de 1930, embora três anos antes ele tivesse escrito “*Popolôrepô. Morceaux choisis par un imbecile et illustrés par un autre*” (“Popolôrepô. Excertos escolhidos por um imbecil e ilustrados por outro”), um livro concebido em conjunto com o ilustrador Pierre Fau. Poiret não criou o gênero autobiográfico em 1930, mas “*En habillant l'époque*”, logo tornou-se seminal por popularizar os designers de moda autodidatas. Ele deu às futuras gerações de designers um ponto de referência, transmitindo a visão do costureiro como um intérprete inovador da cultura contemporânea.

Dedicado a sua mãe, a autobiografia de Poiret inclui retratos fotográficos do autor em diferentes idades e reproduções de alguns projetos e documentos, entre os quais o programa para um concerto da câmara de música ilustrado por Bernard Naudin e o convite que Raoul Dufy criou para a extravagante festa “*The Thousand and Second Night*”², ambos organizados por Poiret em 1911. As mais de trezentas páginas seguem uma ordem cronológica que se estende desde a infância até as tensões financeiras do final dos anos 1920 e a consequente falência. Seu período como aprendiz é objeto de dois capítulos específicos, “*Chez Doucet*” (“Às Doucet”) e “*Chez Worth*” (“Às Worth”). As viagens são outro tema recorrente da autobiografia de Poiret, juntamente com as personalidades notáveis da época, o contexto cultural parisiense de moda e as vanguardas artísticas de seu tempo, como o cubismo.

De modo geral, eu acredito que tomei emprestado pouquíssimos elementos dos artistas do meu tempo. A tendência dominante, o cubismo, que há trinta anos tem exercido um esmagador domínio ditatorial, não me permitia aplicar seus princípios na minha área. Eu não estava alheio às pesquisas de Picasso, mas eu sempre as considerei como exercícios de estúdio e especulações mentais que não deveriam ter ido além de um círculo de artistas, e que o público não deveria ter conhecido. [...] Eu sou incapaz de avaliar sem uma certa antipatia o papel desempenhado por este artista [Picasso], o qual, pessoalmente, eu gosto muito, mas que na história terá a triste responsabilidade de ter desviado muitas ovelhas e de ter embriagado excelentes entusiastas. Quantos artistas verdadeiramente apaixonados por um ideal mais humano ele tirou de nós, em troca de dois ou três talentos que ele talvez tenha nos revelado dentro dos estreitos limites do cubismo (POIRET, 2009, p. 96).

² Nota da Revisora: “Mil e duas noites”, foi uma famosa festa à fantasia oferecida por Paul Poiret para apresentar suas novas criações dentro do cenário da dança oriental. [Ver: CAMPBELL, Thomas P. Instituto do Traje. In: **The Metropolitan Museum of Art Guide** (Portuguese). Nova Iorque: The Metropolitan Museum of Art, 2012. p.393].

Através de sua argumentação sobre Picasso e o cubismo Poiret posicionou-se como um perito sofisticado *vis-à-vis* com seus leitores, mas acima de tudo, como um intérprete das implicações complexas da arte e do comércio na alta-costura. É com base nestas implicações que Ilya Parkins (2011, p. 8) definiu Poiret (bem como Schiaparelli) como "sujeitos modernos de um tipo muito particular - artistas-industriais".

A divisão de 'eus' do autor

Em sua "*Autobiography as De-facement*" (Autobiografia como Des-figuração), Paul de Man (1979, p. 920) afirma que a literatura autobiográfica "pode conter muitos fantasmas e sonhos, mas estes desvios da realidade permanecem encravados em um sujeito cuja identidade é definida pela incontestável legibilidade de seu nome próprio". De acordo com Lejeune (1988, p. 195), o carácter distintivo de uma autobiografia conta com a assinatura que simbolicamente representa o autor e que o leitor/consumidor reconhece e admira.

A divisão entre o narrador e o personagem principal é uma peculiaridade da autobiografia de Elsa Schiaparelli (1890-1973). Publicada em 1954, "*Shocking Life*" ("Vida Rosa Pink") viola a identificação convencional entre o autobiógrafo e o autonarrador. Além da narração em primeira pessoa, Schiaparelli referia a si mesma na terceira pessoa, às vezes pelo apelido de "Schiap". Ao fazer isso, ela complicou a ilusão autobiográfica e estabeleceu um diálogo de vários níveis com o leitor. Sua autobiografia traz o seguinte *incipi*³: "Eu apenas conheço Schiap de ouvir dizer. Eu só a vi em um espelho. Ela é, para mim, uma espécie de quinta dimensão" (SCHIAPARELLI, 1954, p. ix). A historiadora e teórica de moda Caroline Evans comentou esta abertura, enfatizando o carácter arbitrário da mudança entre a primeira e terceira pessoa. Depois de comparar a autobiografia de Schiaparelli com a do artista francês Claude Cahun, Evans destacou que "o livro de Schiaparelli é ostensivamente mais comercial, e mais mainstream, no entanto, é brincalhão e intrigante, cheio de dispositivos de distanciamento que servem para realçar o carácter eventual e precário da identidade" (EVANS, 1999, p. 23).

Ao reduzir "Schiaparelli" para "Schiap", a autora ironicamente reduziu a conotação de autocelebração de sua assinatura. Schiaparelli joga com uma palavra em

³ Nota da revisora: Termo em latim que indica as primeiras palavras de um texto.

italiano, sua língua materna - "*schiazza*" - que é depreciativo e informalmente usado para abordar as pessoas incompetentes e profissionalmente sem valor. A literatura era seu interesse mais antigo, que ela manifestou em seu livro de poesias "*Arethusa*", em 1911, e ao longo de sua carreira na moda através da constante atenção especial que dava para a nomeação de suas coleções e produtos, por exemplo, chamando sua primeira fragrância para homens de *Snuff* (fungada). Schiaparelli publicou sua autobiografia no final de sua carreira na moda, ao mesmo tempo que ela fechou sua *maison* em 1954. Nas décadas seguintes, sua marca existia unicamente para as fragrâncias que ela licenciou, até o empresário Diego Della Valle relançar sua marca em 2012. No mesmo ano, a ficção autobiográfica de Schiaparelli se tornou tema de uma série de oito curtas-metragens dirigidos por Baz Luhrmann para a exposição do *Costume Institute*, "*Schiaparelli and Prada: Impossible Conversations*" ("Schiaparelli e Prada, conversas impossíveis") (Metropolitan Museum of Art, Nova York, 2012). O conteúdo de "*Shocking life*" foi livremente adaptado e interpretado nos filmes pela atriz Judy Davis, como Schiaparelli em uma conversa simulada com outra designer de moda italiana, Miuccia Prada (b. 1949).

Significativamente intitulado "*Christian Dior et moi*" ("Christian Dior e eu"), a autobiografia de Dior de 1956 oferece outro exemplo da mudança na narração entre a primeira e a terceira pessoa e a divisão de "eu" do autor. O costureiro francês Christian Dior (1957, p. 9-11) foca o prólogo de seu livro na interação entre o "eu" público e o "eu" privado.

Afinal, o passado de Christian Dior tem apenas dez anos de idade, e confesso que para mim o mais interessante disso tudo é a virada que ele pode dar amanhã.

Você vai perceber a partir disso que há dois Christian Diors; e eu estou falando agora de Christian Dior, o designer de moda, da *Maison Christian Dior*, n. 30, avenida Montaigne, nascido em 1947. Foi com a intenção de dizer a verdade sobre o segundo, o Christian Dior de dez anos de idade, que o primeiro Christian Dior decidiu escrever este livro. [...]. Eu não estou muito confiante sobre a minha forma de lidar com o problema dos dois Christian Diors - Christian Dior, o homem aos olhos do público, e Christian Dior, o indivíduo privado -, que parecem estar cada vez mais e mais distantes. [...] O meu conterrâneo, Gustave Flaubert, em um de seus romances defendeu um personagem diante de um tribunal com estas palavras ousadas: "Eu sou Madame Bovary." E foi Christian Dior, o costureiro, que me envolveu em uma situação semelhante, eu certamente devo defendê-lo até meu último suspiro: "Eu sou ele". Quer eu goste ou não, minhas esperanças e sonhos mais íntimos estão expressos em suas criações (DIOR, 1957, p. 9-11).

Alguns anos antes, em 1951, Dior já tinha experimentado uma forma diferente de gênero autobiográfico assinando a sua breve "*Je suis couturier*" ("Sou um

costureiro”), embora reconhecendo uma autoria secundária da editora de moda Alice Chavane e do escritor Élie Rabourdin.

As autobiografias de Dior e de Schiaparelli refletem a organização hierárquica do sistema da alta-costura do século XX, que coloca o designer de moda em seu ápice. Na segunda metade do século XX, a noção de individualidade do designer começou a ampliar-se, cada vez mais abrangente à equipe de criação, em um processo que caminhava lado a lado com o conceito de autoralidade apontado por *Foucault*. Parecendo fazer uma alusão ao livro de Dior, *Christian Dior et moi* (Christian Dior e eu), o designer holandês Alexander van Slobbe fez uma declaração aberta sobre o design de moda como um trabalho coletivo em 2010, com “*Alexander van Slobbe: And... And... And...*” (“Alexander van Slobbe: E... E... E...”): “Eu não posso pensar exceto em termos de autoria coletiva [...] tenho a sorte de ser capaz de me cercar de pessoas que trazem cada qual um toque diferente à minha prática de design, aprofundando meu pensamento sobre a próxima coleção” (VAN SLOBBE *et al.*, 2010; BERG, 2011).

Tornando-se um designer de moda

A escolha da moda como uma profissão e meio de autoexpressão é um tema recorrente em relatos autobiográficos dos designers de moda. Em alguns casos, a decisão é descrita como resultado de uma reflexão profunda; em outros casos, como resultado de acontecimentos ou mesmo circunstâncias casuais. A hipótese de um encontro casual e inesperado com a moda não leva em conta como tal mundo é acessado, mas reforça a ideia da moda como um "sistema mágico", ecoando a definição dada por Elizabeth Wilson (2003, p. 157). Exemplos de designers de moda que consideravam ter caído na profissão "por acaso" incluem Emilio Pucci (1914-1992) (GARLAND, 1962), Giorgio Armani (b.1934) (ARMANI, 2014), e Christian Lacroix (b.1951) (LACROIX, 2006). A autoproclamada entrada fortuita no mundo da moda implica em uma não - ortodoxia - ou pelo menos heterodoxia - quanto a formação profissional e ao caminho de alguém.

Diana Crane (1999, p. 65) pôs em evidência como as designers do sexo feminino que inovaram na moda, frequentemente, começaram sua carreira como “outsiders”, enquanto que os designers do sexo masculino foram “insiders” desde o início. De

acordo com Crane, *outsiders* são “os designers que não foram treinados na indústria da moda, seja através de um período como aprendiz ou em uma escola reconhecida, bem como os designers que buscam carreiras fora indústrias da moda”. Os *outsiders* incluem figuras emblemáticas como Coco Chanel (1883-1971), Mary Quant (b.1934), e Vivienne Westwood (b.1941), os quais tiveram uma formação pouco convencional e trouxeram para o sistema perspectivas externas muito especiais. Em contraste, os *insiders* tiveram uma formação convencional e/ou educação - com uma maior ênfase no conhecimento técnico – e basearam a sua abordagem inovadora em mudanças dentro das tendências e práticas internas da indústria da moda.

O designer italiano Gianfranco Ferré (1944-2007) destacou que a escolha da moda como uma profissão é sempre planejada e ponderada, e não tem nada a ver com o acaso. Seu livro de memórias, publicado em francês sob o título “*Lettres à un jeune couturier*” (“Cartas a um jovem costureiro”), em 1995 quando foi diretor criativo da *maison* Dior, abre com a seguinte reflexão: "Primeiro de tudo, você deve saber que ninguém entra no mundo da moda por acaso. É uma escolha e, como no caso do teatro, a pessoa tem que ter em conta que as críticas ensinam, e, em seguida, refletir" (FERRE, 1996, p. 5).

Em suas memórias, a designer de moda inglesa Sylvia Ayton (b. 1937) viu a moda como uma oportunidade para fugir da vida provinciana e se rebelar contra as convenções. Este tipo de autoconsciência frequentemente apresenta um elevado grau de coerência entre os interesses juvenis em moda e uma carreira profissional subsequente nesse campo. É uma narrativa que impulsionou o aumento de adolescentes no cenário da moda e da música nos anos 1960, tendo Londres como seu epicentro. Ayton, por exemplo, explicou como ela teve o desejo de se rebelar realizado quando se mudou para Londres e abriu a *Fulham Road Clothes Shop*, junto com sua amiga e colega Zandra Rhodes. Por outro lado, o trabalho posterior de Ayton como diretora de design da Wallis foi motivado pelo seu interesse em marcas de alta-costura. Nos anos 1960-1970, Wallis produziu cópias de baixo custo da *couture* parisiense para o mercado de moda urbana britânica. O trecho a seguir é o *incipit* do artigo de 2005 que Ayton escreveu para o *Costume*, o jornal da *British Costume Society*:

Esta é uma história sobre a minha vida como uma designer de moda e a relação de amor e ódio que eu tive com a *couture*. Primeiro como estudante de moda na década de 1950, depois como uma jovem designer com um negócio compartilhado na década de 1960 e, finalmente, como designer de uma empresa a partir dos anos 1970 a 2000, fui influenciada pelos grandes

ModaPalavra E-periódico

designers das casas de alta-costura britânicas e francesas. A relação de amor e ódio que eu tive com a *couture* me incentivou a desenhar e produzir o tipo de vestuário pelo qual milhares de clientes da *High Street* vão se lembrar de mim para sempre. [...]. Os meus amigos estavam usando versões de lojas de departamento deste *look* com meias, cintos, luvas e boinas; eles estavam usando os mesmos estilos que suas mães. Senti que algo estava errado, eu não queria me vestir como a minha mãe; eu era jovem e rebelde.

Eu rejeitei a normalidade muito cedo, eu odiava viver no subúrbio de *Gants Hill*, eu odiava papel de parede e cortinas estampadas, e eu até odiava a ideia de casamento. Eu vivia em meu próprio mundo e, como uma princesa de contos de fadas, eu queria fugir, para ser independente e livre das roupas adultas, dos cabelos com permanente e, do horror dos horrores, boinas (AYTON, 2005, p. 117).

A moda é uma forma cultural, o que facilita a expressão da criatividade, a transgressão dos papéis sexuais e de gênero e a resistência à discriminação e à opressão quanto à homossexualidade e ser *queer*. Jean Paul Gaultier (b.1952) - geralmente reconhecido como o epítome dos designers de moda abertamente gays - explicou como moda foi uma revelação para ele e realizou o desejo de autoafirmação:

Na escola, eu era uma criança solitária, na minha própria concha, rejeitado, deixado de fora dos jogos dos meninos. Eles devem ter percebido em mim uma sensibilidade diferente. Eu compensava me interessando por cinema, por teatro. Eu via um monte de TV. [...] eu gostava de tudo que tivesse a ver com performances, como patinação artística, o único esporte que eu gostei! Havia fantasias. Luta romana também. Eu já tinha visto um show de variedades no *Folies Bergère*, onde dançarinos nus desciam suspensos por cordames com penas. No dia seguinte, na escola, eu desenhei uma dançarina com meias arrastão e penas de avestruz. A professora, que era geralmente muito legal comigo, fez-me ficar na frente da classe. Ela me bateu nos dedos com uma régua, colou o desenho nas minhas costas, e me fez passar por todas as salas de aula. Aquilo deveria ter me traumatizado. Mas mostrou-me a minha vocação. De repente, os alunos olhavam para mim de forma diferente. Tornei-me divertido para eles. O desenho tinha me integrado. Eu já não era a garotinha que não joga futebol. Na parte familiar, meus pais me apoiaram, e minha avó lia as cartas para mim, prevendo um futuro maravilhoso para mim. Isso me reforçava na minha escolha (GAULTIER, 2011).

As razões por trás da escolha de uma carreira de moda é um tema recorrente não só nas autobiografias dos designers de moda, mas também nas entrevistas. Gaultier narrou a história de sua infância e a entrada na indústria da moda em várias versões ligeiramente diferentes durante sua carreira, adaptando-a a vários contextos ou analisando aspectos específicos.

A descrição de Gaultier de sua infância segue o caminho que, de acordo com Christopher Breward, homens costureiros dos anos de 1950 e 1960 estabeleceram em suas "*auto/biografias queer*". Breward observou que

Com uma análise retrospectiva freudiana, é surpreendente como muitos dos costureiros partilham memórias de uma infância comum, aquela em que o menino sensível herda as habilidades práticas ou visionárias de uma tia ou

avó que fazia vestidos e passa uma carreira escolar solitária e com perseguições, desenhando vestidos imaginários e retratos de estrelas de cinema em seus livros de exercícios (BREWARD, 2013, p. 121).

Período como aprendiz

Educação e formação profissional são temas centrais dos escritos autobiográficos dos designers de moda, pois estão profundamente implicados na construção narrativa da identidade dos designers, bem como em seus ideais e em sua abordagem da moda. Em particular, a relação com o mestre de uma *maison* de alta-costura é um tema que os designers frequentemente abordam ao descrever seu aprendizado. Poiret desenhou um entusiástico retrato do proprietário e fundador da *Maison Doucet*, cuja aparência e comportamento em sua primeira reunião na casa de Doucet em 1896, ele lembrou em detalhes.

Ele estava perfeitamente lindo e elegante, extremamente cuidado em cada detalhe. Sua barba sedosa, estava já branca, mesmo que ele só tivesse quarenta e cinco anos nessa época. Ele usava um terno cinza, cujo forro formava pequenos losangos concêntricos, e suas polainas brancas cobriam em parte os sapatos engraxados de tal forma que eu jamais tinha visto igual. Eu soube após que esse brilho era obtido por um processo especial, que exigia que seus sapatos fossem colocados ao forno para serem assim brilhante, cada vez que ele os usava (POIRET, 1930, p. 25-6).

Ara Frenkian (1902-1983) lembrou de como sua admiração pela *House of Jenny* e sua proprietária, Jeanne Adèle Bernard (1872-1962), precedeu seu período como aprendiz naquela *maison*.

Há muito tempo, eu tinha uma caderneta, na qual eu colava os modelos de vestidos que eu amava, recortados da *Vogue*, *Harper's Bazar*. Assim, eu tinha guardado com admiração um desenho de Madame Jenny vestida por ela mesma (FRENKIAN, 1988, p. 8).

Nascido na Romênia, mas de origem armênia, o jovem Ara Frenkian viajava frequentemente para Paris, onde seus avós possuíam uma joalheria. Com sua mãe, ele finalmente se estabeleceu na capital francesa em 1916, onde frequentou a escola *Janson-de-Sailly* e, mais tarde, a *École des Beaux-Arts*. Ele começou a trabalhar na alta-costura em 1925, inicialmente e brevemente na *maison* Cyber e mais tarde na Jenny, na *Champs-Élysées*, onde permaneceu até que o proprietário vendeu o atelier na década de 1930. Frenkian abriu sua própria *maison* em Paris em 1931, que ele dirigiu até 1960. No prefácio de seu livro sobre a carreira na moda de Frenkian, Jean-Claude Barrié enfatizou a importância da escrita autobiográfica do costureiro, pela visibilidade que o lançamento provocou sobre Jenny, uma das mais famosas casas de moda de Paris do século XX,

cujo trabalho, no entanto, vinha sendo negligenciado pelos historiadores de moda. Barrié explicou que

Até o momento, nada foi escrito sobre Madame Jenny e sua célebre casa de moda. Um remédio para essa omissão foi finalmente fornecido por Ara, uma testemunha e um jogador chave da época, que foi seu assistente e ele próprio um costureiro talentoso (BARRIÉ, 1988, p. 3).

Os escritos autobiográficos dos designers de moda oferecem uma oportunidade digna de reflexão sobre o papel dos assistentes, um tema que a história da moda tem particularmente negligenciado. Em um artigo para uma conferência em 1950, o designer de moda francês Pierre Balmain (1914-1982) recordou seu período como aprendiz na *maison* Molyneux. De acordo com Balmain, começar como aprendiz em uma casa de moda de renome, ainda era o ponto de entrada mais comum em uma carreira de moda em meados do século XX. Balmain considerava o período de aprendiz como uma parte da tradição da alta-costura passada de geração em geração. No contexto da alta-costura, essa visão é particularmente associada com designers de moda que fundamentam o seu elevado nível de habilidade no conhecimento técnico. Madeleine Vionnet (1876-1975), por exemplo, foi aprendiz da *maison* parisiense de *Callot Soeurs* e de Jacques Doucet antes de iniciar a sua própria casa de moda em 1912, enquanto Pierre Cardin (b.1922) foi aprendiz na Dior no início do 1950, e Oscar de la Renta (1932-2014) aprendeu com Cristóbal Balenciaga.

Na passagem seguinte, Balmain entrelaça lembranças e experiências atuais, refletindo sobre a empatia e emoção envolvida na relação mestre-colaborador:

Na última semana, em meu escritório, eu vi entrar um jovem – 17 anos – tímido, que, com essa audácia dos tímidos, me mostrou seus desenhos. Ele os tentava vender. Eu tinha começado a lhe dizer que nós nunca os compramos, quando, de repente, em minha memória surgiu uma cena totalmente correspondente. No escritório de Molyneux, em outubro de 1934, um jovem estudante mostrou ao Mestre seus desenhos – seus esboços – e viu, inesperadamente, lhe ser ofertado um lugar naquela prestigiosa Maison. O jovem estudante, era eu. E quando eu pensei que naquela mesma manhã, última sexta-feira, a Maison Molyneux tinha anunciado seu fechamento, eu não consegui resistir à fatalidade do fato e, então, eu dei àquele jovem a mesma chance que me tinham dado uma vez. Em seguida, disse-me: quanto inelutável é a vida que faz acontecimentos parecidos se repetirem, e se mais tarde eu fecharei a Maison Balmain eu poderei dizer que ajudei alguém como no passado me ajudou o Capitão Molyneux; sim, nessa corrida de bastão, quem passa a vez forma a geração seguinte nos mesmos ideais, então, eu poderei dizer que esse garoto, por sua vez, permite ao nosso maravilhoso *métier* de brilhar por muito mais tempo; esperarei ter sucesso (BALMAIN, 1950, p. 3-4).

Balmain não nomeou seu jovem empregado, embora ele possa ser o dinamarquês Erik Mortensen (1926-1998), que começou a trabalhar na *maison* pouco

antes do documento ser escrito. Quando Balmain morreu em 1982, Mortensen assumiu como diretor de arte e levou a casa de moda até 1990, mantendo a continuidade de sua identidade estética.

O designer belga Martin Margiela (b.1957) esperou durante três semanas na porta de Jean Paul Gaultier para cumprir seu propósito de ser recrutado. Entrevistado pela revista *Numéro* em 2004, Gaultier alegou que ele teria feito o mesmo no início de sua carreira para se tornar assistente de Yves Saint Laurent.

Imagem pública

O designer de moda se tornou uma figura a ser cultuada e também um objeto de hostilidade, logo que os designers começaram a ser percebidos como o epicentro da moda na segunda metade do século XIX. A historiadora de arte Anne Hollander apontou como "desde Worth e Poiret, e mais tarde Chanel, que expressavam vocalmente e de forma fervorosa a responsabilidade pessoal por seus trabalhos", a crítica da loucura da moda foi transformada em

Hostilidade para com os designers, acompanhada naturalmente por seu homólogo, o culto aos designers. [...] Designers (e não, como anteriormente, os tolos seguidores de modismos) poderiam, assim, ser considerados pelos críticos da moda como inteiramente responsáveis pelas peculiaridades da modalidade (HOLLANDER, 1978, p. 357).

Poiret participou do debate sobre a dialética culto/hostilidade em seu livro "*Art et phynance*" ("Arte e finanças"), escrito após sua casa ir à falência. Poiret denunciou a campanha de difamação montada contra ele e contou que ele, conseqüentemente, sentia-se constantemente ameaçado pelas marés da opinião pública. Ele explicou, por exemplo, que teve que usar uma vara para apontar as mudanças a serem feitas nas roupas que as manequins vestiam para evitar acusações de assédio sexual (POIRET, 1934, p. 158).

A década de 1980 foi uma década gloriosa para o designer de moda, mas também foi tempo de evidenciar muitas das contradições que a sua figura encarnava. Em seu livro de 1990, a especialista em moda Nicoletta Bocca registrou o declínio do poder supremo dos designers de moda na Itália, onde sua ascensão tinha sido uma peculiar história de sucesso. Ela também testemunhou a crescente necessidade de repensar a profissão dos mesmos de uma forma mais objetiva, além do brilho de sua imagem pública. Bocca (1990, p. 6) instigou "a necessidade de refletir sobre os valores

e significados de uma profissão ‘comum’ - capaz de unir a poesia com design - e de entender suas peculiaridades”.

No mesmo ano, o designer de moda Franco Moschino (1950-1994) fez a seguinte declaração sobre a tensão de suportar o fardo de estar sob escrutínio público:

Meu pesadelo é agora, ele me segue dia após dia ... É o pesadelo de ser Moschino. A obrigação frequente em desempenhar o papel do *stilista*. Eu não sou um criador de moda. Meu pesadelo é tornar-me isso, ou ser isso de alguma forma. Perguntei-me muitas vezes qual é a diferença entre apresentar-me disfarçado em modos mais ou menos oficiais, burgueses, enquanto eu faço o meu trabalho, ou com o meu rosto com uma expressão extasiada, como em uma capa de um disco, com o Golfo [de Nápoles] no fundo ... Bem, eu acho que a taxa de vergonha seria maior no caso do *stilista*. O pesadelo é enfrentar a crueldade, o medo que eu sinto todos os dias quando as pessoas me dizem “você é um *stilista*”. O *stilista* é quem tem que impressionar. Como Pippo Baudo [*showman* italiano], ou o mago Silvan, ou o homem de boa aparência na história do retrato, o *stilista* tem que ganhar a intimidade da “Sra. Qualquer Uma” ou despertar a sua imaginação quando ela compra um vestido, ou a da senhora na Via Monte Napoleone. [...] Eu realmente não quero trabalhar como um *showman*... Vender é um negócio sujo. Quando eu vendo roupas interpretando o apresentador de TV, o *showman* (sem mesmo cantar canções napolitanas), eu não vendo apenas roupas, eu me vendo (MOSCHINO, 1990, p. 253).

Há designers que têm construído a sua imagem pública, contando versões notavelmente diferentes de sua história de vida, chegando ao ponto de recriá-las ou até mesmo fabricá-las, e às vezes as dividindo em vidas mutuamente conflitantes. Este é o caso de Coco Chanel, que, de acordo com seu biógrafo Edmonde Charles-Roux (1974, p. 12), passou a vida inteira moldando sua própria lenda, trabalhando incansavelmente para “apagar suas origens” e transformar-se no “enigma que ela soube ser aos olhos de todos aqueles que se aproximaram”.

O costureiro napolitano Federico Emilio Schuberth (1904-1972), uma das principais figuras da moda italiana durante a *dolce vita* dos anos 1950 e 1960, propositalmente, nunca esclareceu durante toda a sua vida se ele descendia de uma arquiduquesa austríaca, ou do famoso compositor Franz Schubert, ou se ele tinha sido extremamente rico antes de abrir sua *maison* em Roma. Ambos, Chanel e Schuberth, são emblemáticos de como complicar deliberadamente suas memórias, pode despistar os outros da trilha de suas vidas pessoais reais.

O advento de plataformas sociais do século XXI, como o *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* implicou uma mudança dramática na forma como os designers de moda representam sua vida profissional e pessoal, demorando-se em detalhes de suas atividades diárias, alimentando informações sobre o progresso do seu trabalho criativo em curso, e compartilhando imagens de seus amigos. Parece que nada é resguardado

ModaPalavra E-periódico

dos seus seguidores e que a conta-própria tornou-se um evento ao vivo. O estilista britânico Alexander McQueen (1969-2010) publicou os seguintes tweets nos dias que precederam o seu suicídio em 11 de fevereiro de 2011:

estou aqui com minha garota annie tinkerbelle desejando kerry a escócia, feliz aniversário em Nova Iorque, você tem 40 agora menina nós achamos que é hora de diminuir o ritmo.

[07:07, 09 de fevereiro via web]

ANJOS DO INFERNO & DEMÔNIOS
PROLÍFICOS!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

[12:40, 07 de fevereiro via web]

a noite de domingo de uma semana terrivelmente de merda, mas meus amigos têm sido ótimos, mas agora eu tenho que me recompor de alguma forma e terminar com o

[12:38, 07 de fevereiro via web]

La reine Margot

[14:21, 03 de fevereiro via web]

mas a vida deve continuar!!!!!!!!!!!!!!!

[11:47, 03 de fevereiro via web]

Eu estou avisando meus seguidores que a minha mãe faleceu ontem se ela não me tivesse nem vocês descanse em paz
mãeXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

[11:46, 03 de fevereiro via web].

Conclusões

Autobiografias, entrevistas e mensagens são alguns dos meios pelos quais os designers de moda nos contam sobre os aspectos da sua vida profissional e da sua identidade pessoal, e pelos quais eles escrevem e subscrevem uma história da moda e suas narrativas. A tese aqui é que o reconhecimento crítico das palavras dos designers como fontes primárias pelos estudos de moda, pode contribuir com a superação da discriminação cultural contra a moda. Também ajudará a entender o papel histórico que a abordagem biográfica desempenha no campo da moda, como ocorreu na história da arte, arquitetura e literatura. Além disso, estimulará o crescimento de um corpo teórico de conhecimento com o qual a história da moda poderia trabalhar e se identificar. Irá, eventualmente, incentivar o desenvolvimento da pesquisa, contrabalançando assim a importância que o ensino de moda adquiriu em nível internacional acadêmico.

Referências

ARMANI, Giorgio. *I cretini non sono mai eleganti: Giorgio Armani in parole sue*. Milano: Rizzoli Etas, 2014

AYTON, Sylvia. “A Love-Hate Relationship with Couture”, *Costume*, 39, May, pp. 117-27. 2005

BALMAIN, Pierre. *Des rapports de l'architecture avec la couture*. Paris: Serin, 1950

BARRIE, Jean-Claude. “Préface”, in Ara Frenkian, *Un artisan de la haute couture*, Librairie: Mira Impression, pp. 3-4. 1988

BARTHES, Roland. *Mythologies*. London: Paladin, 1973

BOCCA, Nicoletta (ed.). *Moda: poesia e progetto. Percorsi della creatività*, Milano: Domus Academy, 1990

BREWARD, Christopher. “Couture as Queer Auto/Biography”, in Valerie Steele (ed.), *A Queer History of Fashion From the Closet to the Catwalk*. New Haven: Yale University Press, pp. 117-33. 2013

CHARLES-ROUX, Edmonde. *L'irrégulière*. Paris : Jules Tallandier-Le cercle du nouveau livre, 1974

CLARK, Judith; FRISA, Maria Luisa. *Diana Vreeland after Diana Vreeland*. Venezia: Marsilio, 2012

CRANE, Diana. “Fashion design and social change: Women designers and stylistic innovation”, *Journal of American Culture*. XXII, 1, Spring 1999, pp. 61-9. 1999

DE MAN, Paul. “Autobiography as De-facement”, *MLN*, XCIV, 5 December, pp. 913-30. *MLN* is currently published by The Johns Hopkins University Press, 1979

DE MARLY, Diana. *Worth: Father of Haute Couture*. London: Elm Tree Books, 1980

_____, , *The History of Haute Couture, 1850-1950*. London: Batsford, 1980

DEL BON, Flavia; AERNI, Michael; “Alles wieder offen”, *Doing Fashion Paper*, I, 1 2012, pp. 162-7. 2012

DIOR, Christian. *Christian Dior et moi*, Paris:Dumont, 1956

_____, *Christian Dior and I*, New York: Dutton, 1957

DIOR, Christian, CHAVANE, Alice, RABOURDIN, Élie. *Je suis couturier. Christian Dior: propos recueillis par Alice Chavane et Élie Rabourdin*. Paris : Éditions du Conquistador, 1951

BOTTERO, Amelia, CALABRI, Vittoria, FERRI, Edgarda. *Gotha della moda italiana*. Milano: Il pungolo, pp. 158-9. 1992

EVANS, Caroline, “Masks, Mirrors and Mannequins: Elsa Schiaparelli and the Decentered Subject”, *Fashion Theory*, III, 1 February, pp. 3-31. 1999

FERRÉ, Gianfranco, *A un giovane stilista*. Milano: Pratiche, 1996

_____, “Creatività e metodo di lavoro”, in Id., *Lezioni di moda*. Venezia. 2009

FOUCAULT, Michel, “Qu’est-ce qu’un auteur?”, *Bulletin de la Société Française de Philosophie*, LXIII, n. 3, pp. 73-104. 1969

FRENKIAN, Ara, *Un artisan de la haute couture: Ara*, Libourne, Mira Impression, 1988.

GARLAND, Madge, *Fashion*. London: Penguin, 1962.

GAULTIER, Jean Paul. “Le chevauchée fantastique”, *Numéro*, n. 52, April, pp. 236-40. 2006

_____, “Jean Paul Gaultier, fashion designer”. Disponível em: <<http://www.carlabrunisarkozy.org/en/jean-paul-gaultier-fashion-designer-2/>> last accessed: 22 June 2011. 2011

HOBBSAWM, Eric. *Interesting Times: A Twentieth-Century Life*. New York: Pantheon Books, 2002

HOLLANDER, Anne. *Seeing Through Clothes*. New York: The Viking Press, 1978

KRAUSS, Rosalind E. *The Originality of the Avant-Garde and Other Modernist Myths*, Cambridge: Mass.-London, MIT Press, 1985

LACROIX, Christian, , *Fashion in Motion: Christian Lacroix*, Victoria & Albert Museum, London. Disponível em: <<http://www.vam.ac.uk/content/articles/f/fashion-in-motion-christian-lacroix/>>. 2006

LEJEUNE, Philippe. “The Autobiography of Those Who Do Not Write”, in Id, *On Autobiography, Theory and History of Literature*, LII. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1988

_____, 1996 [1975], *Le pacte autobiographique*, Paris : Seuil, 2010

McQueen, Alexander. Disponível em: <<http://twitter.com/Mcqueenworld.>> last accessed: 11 February 2010.

MERLEAU- PONTY, Maurice. “Cezanne’s Doubt”, in Id., *Sense and Non-Sense*, translated by Hubert and Patricia Dreyfus. Evanston: Northwestern University Press, pp. 9-25. 1964 [1948]

MOSCHINO, Franco. “Il Sogno di Franco Moschino”, *Vanity Fair*, Italian edition, November, pp. 250-3. 1990

NEPPI, Enzo. “L’autobiografia come spia”, *Levia Gravia*, XII: *Studi sull’autobiografia*, pp. 145-52. 2010

PARKINS, Ilya. “Early Twentieth-Century Fashion Designer Life Writing”, *Comparative Literature and Culture*, XIII, 1, <http://docs.lib.purdue.edu/clcweb/vol13/iss1/7> [last accessed 30 March 2014]. 2011

POIRET, Paul, , *Popolôrepô. Morceaux choisis par un imbécile & illustrés par un autre*. Paris : Jonquières. 1927

_____, *107 recettes ou curiosités culinaires recueillies par Paul Poiret, président honoraire du club des “Purs Cent”, suivies de quelques pages de publicité gratuite, par Sébastien Voirol*. Paris: Jonquières, 1928

_____, *En habillant l’époque*. Paris, Grasset. 1930

_____, *Art et phynance*, Paris, Lutetia. 1934

_____, *King of Fashion: The Autobiography of Paul Poiret*. London: V&A Publishing, 2009

QUINTAVALLE, Arturo Carlo. “Moda: le tre culture”, in Gloria Bianchino *et al.* (eds), *La moda italiana. 1. Le origini dell’alta moda e la maglieria*, Milano, Electa, pp. 11-56. 1987

SAINT LAURENT, Yves *et al.* *Yves Saint Laurent*. New York: Metropolitan Museum of Art and Clarkson N. Potter. 1983

SCHIAPARELLI, Elsa. *Shocking Life*. London: Dent. 1954

SCOTT MILLER, Ruth. “Foreword”, in Jean-Philippe Worth, *A Century of Fashion*, Boston, Little, Brown and Company, pp. v-vii. 1928

STEELE, Valerie. “A Museum of Fashion is More Than a Clothes-Bag”, *Fashion Theory*, II, 4, December, pp. 327-36. 1998

VACCARI, Alessandra. *La moda nei discorsi dei designer*. Bologna: Clueb. 2012

_____, Writing on Fashion: The designer view, in Verbeke, Johan, Pak, Burak (eds.), *Knowing (by) Designing Conference*, Ghent/Brussels, Luca; Leuven, Ku. 2013

BERG, Nanda Van Den. “Designer Alexander van Slobbe Talks to Nanda van den Berg”, *Fashion Practice*, III, 2, 2011, pp. 265-84. 2011

SLOBBE, Alexander Van; *et al.* *Alexander van Slobbe: And... And... And...*, Amsterdam: Veliz, 2010

GORDON, Lucy Wallace Duff, *Discretions & Indiscretions*. London: Jarrolds, 1932

ModaPalavra E-periódico

WILSON, Elizabeth. [1985], *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, London, I.B. Tauris. 2003

WORTH Jean-Philippe. *A Century of Fashion*. Boston: Little, Brown and Company, 1928