

Dior no Seridó: o mimetismo da moda nas fronteiras entre o global e o local (sertão potiguar, anos 1950)

Dior on Seridó: the mimicry of fashion on the boundaries between the global and the local (1950s sertão potiguar)

João Quintino Medeiros Filho¹

RESUMO: O artigo ora lido tenta condensar aquilo que se escreveu como resultado da pesquisa desenvolvida ao longo do Mestrado em História, Cultura e Sociedade, na Universidade Federal de Campina Grande, concluído no ano de 2014. O estudo busca a relação entre o estilo *New Look*, criado em Paris, e a moda usada pelas mulheres da região do Seridó, sertão potiguar, Nordeste do Brasil, especificamente no município de São João do Sabugi, nos anos 1950. Partindo de uma variada tipologia de fontes – iconográficas, impressas, orais e materiais – lidas em sua horizontalidade, a pesquisa sugere que o estilo de vestir construído por Christian Dior sofreu adaptações no lugar sertanejo, decorrentes tanto do gosto local quanto das circunstâncias.

PALAVRAS-CHAVE: Moda. Roupa. *New Look*. Christian Dior.

SUMMARY: The present article tries to condense what was written as a result of the research developed during the Master's Degree in History, Culture and Society, at the Federal University of Campina Grande, completed in 2014. The study looks for the relationship between the New Look style, created in Paris, and the fashion used by women from the Seridó region, Sertão Potiguar, Northeastern of Brazil, specifically in the municipality of São João do Sabugi, in the 1950s. Starting from a varied typology of sources - iconographic, printed, oral and material - read in its horizontality, the research suggests that Christian Dior's style of dressing has undergone adaptations in the sertanejo place, due to both local taste and circumstance.

KEY WORDS: Fashion. Clothes. New Look. Christian Dior.

Enquanto prática cultural pretensamente hegemônica, caracterizada pelas mudanças constantes na maneira de cobrir e decorar o corpo, a moda tem despertado como uma temática interessante da vida das populações, possível de ser investigada, interpretada,

¹ Mestre em História pela Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: jqmf@uol.com.br

problematizada pela História. Através deste estudo, pretendeu-se erigir um olhar sobre a reinvenção da moda francesa no sertão potiguar, especificamente na localidade de São João do Sabugi – município da região do Seridó¹, no sertão do Rio Grande do Norte – que foi construído historicamente a partir da pecuária e do algodão.

Ao optar-se pelo tema, a escolha recaiu sobre a temporalidade dos anos 1950, por ser esta uma época especial para a análise das mudanças cíclicas dos modos de vestir, sendo o período em que, para romper com a moda em vigor, recorreu-se a um retorno ao passado, ao buscar referências no século XIX. O caráter cíclico da moda está aí muito bem demonstrado. Além disso, coincidentemente, é essa a época em que o espaço escolhido como *locus* da pesquisa está em plena fase de construção de sua urbe, após afirmar-se enquanto território autônomo.²

Procuram-se situar os objetivos deste trabalho, em termos gerais, no sentido de entender os padrões da moda que se seguiam em São João do Sabugi, durante os anos 1950, analisando a sua coerência com o difundido estilo de vestir da época no mundo ocidental, especialmente o chamado *New Look*³ de Christian Dior. Se esse estilo, em especial, foi o primeiro a bafejar todo o planeta, ultrapassando fronteiras, conforme a concepção de Caldas (1999), de que maneiras essa tendência foi consumida num espaço recôndito?

A investigação procurou conhecer os procedimentos relativos aos materiais empregados para a confecção de roupas e quais as adaptações que se faziam para alcançar efeito parecido àquele das revistas. Como se substituíam os tecidos não encontrados ou caros demais? A moda difundida a partir de um centro era rigorosamente copiada ou astuciosamente adaptada?

Existe um notável exemplo de adaptações. Nos anos 1950, a saia-corola⁴, lançada em Paris em 1947, por Dior, era a marca da vestimenta feminina, sendo característica inconfundível da moda da década. Para armá-la, Dior recorreu ao tule⁵, que propiciava efeito parecido ao que se conseguia no século XIX, com o artifício da crinolina⁶. Já as mulheres sabugienses elevavam suas saias engomando-as com grude e deixando-as secar nas bocas dos potes de cerâmica ou em balaios de fibra vegetal. Tal criatividade permitia a imitação da última moda, fazendo ressaltar a silhueta⁷ do *New Look*.

Intentou-se buscar aproximação com as motivações que conduziram a moda a não se reproduzir integralmente no Seridó, tal qual foi pensada em Paris. As alterações em termos de comprimento, tecido e acessórios criavam, certamente, um arremedo de Dior, mas é provável que seja difícil falar de uma moda sertaneja, ingênua e antiquada, perdurando na

região durante a época estudada. A moda desse período, considerada pelos especialistas no assunto como *revival* daquela do século XIX, é, também no sertão potiguar, afetada de romantismo e feminilidade, cheia de babados, godês, plissados, laços, rendas e frufus. A década é para o mundo ocidental um tempo de otimismo e de conformismo, a moda expressava essa tendência e a mulher sertaneja deixava-se conduzir pelas novidades ditadas a partir de um centro difusor, mesmo que imitadas a seu modo e dentro de determinadas condições.

Nos anos 1950, o município de São João do Sabugi contava com 4.494 habitantes, sendo somente 920 na zona urbana.⁸ Diante das oportunidades que a cidade oferecia para o desenvolvimento do espetáculo da moda, crê-se que o teatro era acanhado e o espetáculo tímido, destacando-se as festas religiosas, as cerimônias escolares de conclusão de grau e os domingos, dias de reunião social no lugar, quando a comunidade ia à missa e, depois, ao passeio na pracinha ou a outros passeios.

Para estudar a moda no cenário sertanejo desses anos, é preciso considerar uma série de limitações para a sobrevivência e a renovação do efêmero, num mundo de dificuldades práticas para tal. Num mundo onde a luta pela vida mostrava-se uma batalha difícil de ser vencida, havia lugar para o passageiro, o supérfluo, o frívolo? Certamente, o *New Look* que vingou em São João do Sabugi foi aquele possível, o que se leva a questionar a pretensa hegemonia da moda.⁹

As fontes para esta pesquisa foram basicamente as fotografias, garimpadas nas coleções de flagrantes guardadas por famílias e por pessoas, que revelam as silhuetas ideais a partir dos trajes usados no período. As bases iconográficas deste estudo assentam-se sobre uma centena e meia de fotografias coletadas em vários acervos particulares de São João do Sabugi, desde somente 01 (um) registro imagético até 23 (vinte e três) deles, reunidas entre os anos de 2012 e 2013.

Além das fotografias, utilizou-se fontes orais nesta pesquisa, sendo possível contar com depoimentos de pessoas que viveram em São João do Sabugi durante a década de 1950, selecionadas a partir de critérios qualitativos, “como a posição dos entrevistados no grupo e o significado de sua experiência” (ALBERTI, 2010, p. 172).¹⁰ De acordo com os objetivos da pesquisa, escolheu-se trabalhar com a entrevista temática, utilizando perguntas abertas, organizadas dentro de um roteiro flexível. Optou-se por entrevistar mulheres na faixa etária entre 75 e 85 anos, e essa preferência se mostrou indispensável por causa da especificidade do tema, uma vez que para a construção da silhueta-ampulheta do *New Look* (vista nas

fotografias) era preciso lançar mão de vestimentas invisíveis – anáguas, calcinhas e sutiãs, assunto de estrito conhecimento feminino.

Visando identificar os elementos que contribuíram para a imitação da moda no meio rural sertanejo, especialmente em São João do Sabugi, durante o período em estudo, dando respostas às indagações, bem como ampliando os conhecimentos acerca do tema e de suas relações com os conceitos de cultura e gênero, procurou-se devassar os guarda-roupas das memórias de quem viveu o período e mergulhar nos baús de retratos das famílias sabugienses, sempre ancorados nas construções teóricas dos estudiosos da moda, nomes como Gilles Lipovetsky (1997), Gilda de Mello e Souza (1996) e Rita Andrade (2008).

Na definição do *corpus* documental desta pesquisa, somaram-se os periódicos impressos à iconografia e aos relatos orais, elegendo como fonte a principal revista feminina dos anos 1950, *Jornal das Moças*. A inserção da revista *Jornal das Moças* veio a responder a indagação de como o *New Look* aparecia num periódico brasileiro voltado para a mulher. Diante da impossibilidade de se fazer uma leitura de todos os exemplares da revista, publicados ao longo da década estudada, optou-se por dois números por ano, sendo um do primeiro semestre e outro do segundo.¹¹ Desse modo, foi possível perceber-se um quadro de mudanças e permanências na difusão do estilo de vestir criado por Dior no transcurso de uma década.

Enfim, um vestido de casamento, usado na comunidade rural Riacho de Fora, no município de São João do Sabugi, em 1955, entrou na composição do quadro geral das fontes pesquisadas para o conhecimento da relação entre o *New Look* e o que se vestia no lugar durante a década em estudo.

Tais encaminhamentos em relação às fontes estiveram fortemente relacionados com os objetivos deste trabalho, em que se intentou perceber a releitura de um estilo de vestir difundido a partir da capital mundial da moda, Paris, num lugar do sertão potiguar, São João do Sabugi.

Tecidos e linhas: das estratégias do centro às táticas das bordas

Por moda entende-se um conjunto de ajustes e adaptações periódicas nos estilos de vestimenta, bem como nos acessórios e demais tipos de ornamentação pessoal, colocados em circulação em nível regional ou universal, “a mobilidade frívola erigida em sistema permanente” (LIPOVETSKY, 1997, p. 10). O conceito pode, ainda, ser empregado para as

variações ocasionais acontecidas em diversos setores, na sociedade, na política, na ciência, entre outros. O interesse deste trabalho, porém, é falar de moda enquanto processo transicional entre estilos de vestir e exibir-se.

Conforme escreveu Alison Lurie (1997, p. 20), “o vocabulário das roupas inclui não apenas peças de roupas, mas também estilos de cabelos, acessórios, jóias, maquiagem e decoração do corpo. Teoricamente, pelo menos, esse vocabulário é tão ou mais vasto do que o de qualquer língua falada [...]”. Como já se afirmou, essa fala não é audível, e o seria, se fosse considerado o farfalhar dos tecidos e o tilintar das jóias como mensagens inequívocas, facilmente perceptíveis.¹² Falar pela roupa é, se assim compreende-se, escapar da mudez. Uma linguagem que, entre tantos interesses velados, tem debatido longamente sobre a distinção entre os sexos.

Fazendo-se um estudo sobre o alcance do sistema da moda numa pequena localidade do sertão norte-rio-grandense, não se pode desdenhar a existência de uma importante evidência desse sistema enquanto objeto material, a roupa. O vestido de noiva usado no sítio Riacho de Fora, município de São João do Sabugi, em 1955, é um produto da moda sistemática que se difundia pelo mundo através das revistas, sendo a sua leitura essencial para a compreensão do sistema que o gerou, pois a roupa

permite entranhar a carne e a alma numa rede de conexões que ultrapassam a vulnerabilidade da matéria, posto que corpo e roupa estão submetidos às forças de degradação. Ao mesmo tempo, entretanto, está na matéria (tecidos, linhas, botões, etc.) e em sua articulação (formas, o arranjo dos materiais) a potência que gerou a roupa. A autonomia dos materiais como tecidos permite um desdobramento que ultrapassa o tempo da moda ou o tempo de uso do produto em que foi transformado (ANDRADE, 2008, p. 19).

A roupa é o resultado da combinação de uma diversidade de materiais – tecidos, metais, plástico, entre outros – articulados a partir da seleção de uma forma determinada. Se o sistema da moda a constrói para durar pouco, certas propriedades físico-químicas dos materiais empregados podem subverter esses planos, fazendo-a sobreviver por mais tempo, encaminhando-a para uma reutilização, para uma nova circulação social ou para servir como documento numa pesquisa histórica.

Por vezes mais longevos que os seus usuários, os objetos materiais podem dizer profundamente sobre o passado, fazendo convencer da densidade daquilo que contam.

Crendo nisso, aceitou-se somar o vestido de noiva de 1955 ao elenco de fontes desta pesquisa, sabendo que essa decisão tornaria mais complexa a lida, principalmente em face de que

Estudar objetos, como as roupas e os tecidos de que são feitas, exige certas habilidades que diferem do modo de análise de outros tipos de documentos, como os textuais e iconográficos. Analisar um vestido não é o mesmo que analisar a sua fotografia, assim como não seria o mesmo analisar a sua descrição. O vestido enquanto objeto material, enquanto *coisa*, tem uma série de características que lhe são próprias, e cuja articulação constitui um artefato singular (ANDRADE, 2008, p. 27).

Na perspectiva de compreender a relação entre a moda parisiense e o modo de vestir numa localidade do sertão potiguar, este trabalho caminha no sentido de fazer uma “leitura horizontal” das fontes (LIMA; CARVALHO, 2011, p. 50), envolvendo distintas tipologias de documentos, indo desde as imagens dos acervos familiares às imagens e textos das revistas da época, passando pela oralidade de testemunhas da História e pela própria roupa. Uma metodologia passível de fazer enxergar as práticas sub-reptícias de rebeldia das consumidoras de moda que se conformavam a uma silhueta ideal, mas sorateiramente escolhiam outros materiais, outras soluções que não aquelas do sistema dominante.

O estudo que se faz sobre a moda num município norte-rio-grandense, durante os anos 1950, parte da ideia de que o *New Look* criado por Christian Dior influenciou no modo de vestir de milhares de mulheres em todo o planeta. Para abordarmos essa problemática, fomos buscar nos aportes de Michel de Certeau o referencial teórico necessário ao entendimento de que a silhueta da nova mulher que Paris procurava criar foi também buscada em rincões distanciados desse centro de elegância e *glamour*, mas não como atitude de passividade, sobretudo porque o uso da nova tendência de exibição da figura precisou ser adaptado aos gostos e às posses das usuárias locais.

Segundo Certeau (1999), uma cultura faz-se compor por “combinatórias de operações” a incluir, de um lado, as estratégias de ação da ordem dominante e, de outro, as táticas com as quais os meios populares usam essa produção difundida pelas elites. O modo como agem os chamados “consumidores” nos leva a pensá-los como “usuários”, pois que não são perfeitamente dominados pela cultura ditada de cima e dela se dispersam pelas maneiras particulares de empregar os produtos impostos, exercendo também o seu poder.

O estudioso citado encontrou tais combinatórias de operações em atos como ler, conversar, habitar e cozinhar, práticas cotidianas que “produzem sem capitalizar”. Motivando-se pelo olhar desse autor, também se enxergou no vestir a manipulação de uma representação por praticantes que não a fabricaram. Na distância interposta entre o produto de moda lançado em um centro de poder (Paris) e as consumidoras desse estilo de cobrir o corpo (mulheres sabugienses dos anos 1950), de uma produção da imagem (*New Look*) a essa produção secundária escondida nos processos de sua utilização, fez-se uma “bricolagem com e na economia cultural dominante, usando inúmeras e infinitesimais metamorfoses da lei, segundo seus interesses próprios e suas próprias regras” (CERTEAU, 1999, p. 40).

Conforme afirmou Rita Andrade, na recorrência à intervenção dos consumidores desses produtos, “os sujeitos que vestem e criam as roupas e tecidos não são espectros submetidos passivamente à moda”, mas antes “resistem à sua hegemonia inventando soluções que dêem conta de modos sensíveis de vestir o corpo” (2008, p. 134). Uma “atividade de formigas” (CERTEAU, 1999, p. 40) modifica a cultura imposta sem deixar de usufruí-la, lançando mão de procedimentos, bases, efeitos e possibilidades, até certo ponto subvertendo os planos originais definidores de um estilo de vestir para adaptá-lo a outras realidades, expectativas e situações.

No caso das mulheres de São João do Sabugi, no sertão do Rio Grande do Norte, durante o período compreendido no decênio de 1950, não se dispõe de dados comprobatórios para bradar-se a notícia de que usaram trajes Dior adquiridos em Paris, com etiquetas anunciando *status* nos avessos. As usuárias sabugienses do *New Look* foram beneficiadas pela difusão da cópia, quando as revistas daqueles tempos traziam impressas em suas páginas as imagens da silhueta em voga como ideal estético atingido através da moda, o que possibilitava a produção de arremedos daquilo que se fabricava como Alta Costura do outro lado do Atlântico. Isso era possível porque havia “margens de manobra permitidas aos usuários” (CERTEAU, 1999, p. 44), fazendo com que o formato do corpo imitando uma ampulheta fosse mantido, sendo alterados os materiais de confecção das roupas e os artificios utilizados para darem o mesmo efeito, como também os acessórios que acompanhavam esse “novo” *New Look*.

Modificando-o sem deixá-lo, como diria Michel de Certeau, as consumidoras das cópias do estilo ditado por Paris lançavam mão de táticas para dialogarem com a última moda, mesmo que seus interesses e desejos não fossem nem determinados nem captados pelo sistema onde se desenhava. Apesar de informar que o *New Look* atingiu os cinco

continentes, a estatística não consegue abarcar as práticas criadas aqui e alhures a manipular o estilo, já que “deixa fora de seu campo a proliferação de histórias e operações heterogêneas que compõem os *patchworks* do cotidiano” (CERTEAU, 1999, p. 46, grifo do autor).

Se o uso ou o consumo da cultura construída em nível global é dependente de táticas astuciosas, intelectualmente caracterizadas mais por decisões do que por discursos, igualmente essa mesma cultura se apresenta através de estratégiasmeticulosamente pensadas e previstas. Na construção de sua teoria, Michel de Certeau (1999, p. 99-100) opõe essas duas categorias – estratégias e táticas – como operações que se combinam, definindo as primeiras enquanto dispositivos a serviço de “um sujeito de querer e poder”, sito num lugar próprio ou institucional, a possibilitar o cálculo ou a manipulação das relações de forças, e sendo as segundas as ações inesperadas determinadas “pela ausência de um próprio”. Pode-se entender que, no caso deste estudo, encontra-se o sistema da moda ou a moda parisiense enquanto instituição secular, sendo Christian Dior seu agente, como esse “próprio” perfeitamente isolável, a espargir estrategicamente um tipo específico de conhecimento, a saber, certo conceito de beleza e elegância feminina.

Sem fronteiras claras a dizer-lhe o que lhe seria próprio, as táticas vão sendo engenhosamente articuladas na outra ponta desse processo de produção e consumo da cultura. Segundo Certeau (1999, p. 47), “pelo fato de seu não-lugar, a tática depende do tempo, vigiando para ‘captar no vôo’ possibilidades de ganho”, aguardando as oportunidades ideais que possam ser tidas como ocasiões propícias. Produzidas sem capitalizar ou gerar estatísticas, tais ações astuciosas se caracterizam por sua opacidade ou quase-invisibilidade, perpetradas em surdina, dependendo das circunstâncias, contrariamente à moda divulgada de maneira espetacular. Nesta compreensão, o consumo do *New Look* de Christian Dior, em São João do Sabugi da década de 1950, feito através da produção de cópias por costureiras locais, atendendo ao gosto das mulheres de então, valeu-se de táticas que pirateavam a silhueta ditada por Paris.

Tomando esse pensamento como liame para o estudo feito sobre a moda num município do interior brasileiro durante o período proposto, quando se sugere que o estilo *New Look* de vestir popularizou-se a ponto de atingir as mulheres sertanejas, vê-se que o distanciamento entre quem produz e quem consome esse produto cultural não é somente social, econômico ou geográfico. O afastamento dá-se basicamente em relação aos modos de utilização do produto, quando as operações subvertem o estoque disponibilizado, pela

substituição de materiais, pelas adaptações necessárias, pela combinação diferenciada que se faz entre roupas e acessórios, pela atitude em relação às roupas.

As atitudes em relação ao vestir são completamente diferenciadas entre a imagem elaborada que se distribui a partir de Paris e aquela que se fabrica no outro lado do processo, em São João do Sabugi. Se para Dior, o *New Look* deveria ser complementado por “escarpins, chapéus e luvas” (SABINO, 2007, p. 462), em São João do Sabugi parece não ter havido preocupação com esses detalhes da composição, mesmo que uma proteção para a cabeça pudesse ser providencial numa região de sol a pino como o sertão potiguar.

Uma organizada pelo postulado de um poder, outra determinada pela ausência do mesmo, a estratégia e a tática valem-se, respectivamente, do lugar e do tempo para se contraporem no jogo de produção e consumo da cultura. A habilidade dos gestos do “fraco”, tentando subverter a ordem estabelecida pelo “forte” (CERTEAU, 1999, p. 104), ancora-se nas comunidades tradicionais, circunscrição onde exerce o seu poder com legitimidade.

Essas deambulações procuraram articular o conceito de moda com aqueles definidos por Michel de Certeau – estratégias e táticas – na tentativa de esboçar uma base teórico-metodológica para o destriçamento da temática, o arremedo de Dior nos anos 50 do século XX. Sem dúvida, a dinâmica da moda desenvolvida na época permitia a inventividade de suas consumidoras sertanejas, num lugar com fortes características do mundo rural, mas essa constatação não exclui o vislumbre dos tímidos contornos de um espaço em lenta transformação, quando a moda era uma das conexões com o exterior, com o global, com o moderno.

Vestidos e anáguas: dos croquis de Dior às cópias sertanejas

Para saber como um estilo de vestir lançado em Paris, no ano de 1947, foi mimetizado numa localidade sertaneja, o caminho pode ser o mundo das revistas femininas e de atualidades, cujos procedimentos de impressão permitiam que, no período estudado, mais imagens e em melhor qualidade possibilitassem uma perfeita visualização das roupas fotografadas. A aquisição de revistas era uma prática existente na localidade sertaneja recém-emancipada politicamente, propiciando uma imitação da última moda a partir da observação de uma iconografia da elegância difundida nesses periódicos. Além disso, à troca de fotografias com parentes distantes igualmente pode ser creditado o trabalho de divulgação da cultura dominante, incluindo a moda.

Talvez, durante a década de 1950, ninguém em São João do Sabugi tenha chegado a vestir um traje etiquetado como Christian Dior: pelo menos não se conseguiu encontrar vestígios de que isso tenha ocorrido, tampouco se aventa que tal fosse possível. As mulheres sabugienses vestiram a silhueta-ampulheta, característica do *New Look* criado pelo estilista francês, com cinturas comprimidas e corpos justos a evidenciar seios apontando para frente, cujo equilíbrio com a parte de baixo do corpo se dava através de saias armadas, resultado de delicada arquitetura. Não se vestiu a *griffe* Dior, mas a sua cópia ou o seu arremedo.

A produção de cópias está na emergência mesmo do sistema da moda, pois teria sido a imitação de outrem que obrigou os elegantes a renovarem com constância os padrões indumentários. O que Gilles Lipovetsky (1997, p. 41) chama de “mistura das condições de vestuário” se caracteriza, para ele, como “um movimento lento e limitado de democratização da moda”, o que faz lembrar as leis suntuárias¹³, que “proíbiam as classes plebéias de copiar os tecidos, acessórios e até as formas do vestuário nobre”, prescrevendo minuciosamente, através de decretos monárquicos, as formas de distinção social vistas na indumentária. Tais proibições, forçadas por multas e ameaças, nunca se tornaram eficazes, fazendo crer que as transgressões foram muitas.

Mesmo que os burgueses tenham copiado os seus trajes da nobreza, nem tudo lhes agradava, o que fez aparecer uma moda paralela à dos cortesãos, por volta do século XVII, mais moderada e prudente, menos excêntrica e desconfortável. Dessa ponderação aprende-se que:

O mimetismo da moda tem de particular o fato de que funciona em diferentes níveis: do conformismo mais estrito à adaptação mais ou menos fiel, do acompanhamento cego à acomodação refletida. É incontestável que a moda se diferenciou em função das classes e estados, mas apreendê-la tão-somente nesses termos deixa a escapar uma dimensão essencial do fenômeno: o jogo de liberdade inerente à moda, as possibilidades de nuances e gradações, de adaptação ou de rejeição das novidades (LIPOVETSKY, 1997, p. 42).

É o que se pode ver ao debruçar-se sobre as fotografias das mulheres sabugienses da década de 1950, em que ostentam a silhueta conseguida através do estilo inventado por Dior: ali estão a cintura apertada, a saia ampla e armada, os seios apontando para o horizonte, mas há detalhes do conjunto que não conferem com a proposta original, o que se credita à “estrutura relativamente maleável” da moda, permitindo “efeitos de matiz” ou “combinações

complexas de recusa e de adoção” (LIPOVETSKY, 1997, p. 43). Isso foi possível porque, no dizer de Lipovetsky, a moda avançou como sistema inseparável do individualismo, permitindo às pessoas a liberdade para “rejeitar, modular ou aceitar as novidades”, cuja adesão ou rechaço é “questão de gosto privado, de escolha, de disposição pessoal” (1997, p. 43).

Seriam “ondas de imitação”, de acordo com a assertiva de Lipovetsky (1997, p. 40), a possibilitarem a difusão da moda desde o seu surgimento, no século XIV: “enquanto a corte tem os olhos fixados no rei e nos grandes senhores, a cidade toma exemplo nos moldes em vigor na corte e na nobreza”. Essa circularidade na “esfera do parecer” não teria a ver com a coação social ou o controle coletivo, pois a moda estaria servindo como “instrumento de representação e afirmação” ou como “signo de pretensão” (LIPOVETSKY, 1997, p. 24, 40).

Entre os “eixos” da criação de modelos originais e da reprodução industrial levada a cabo pelas confecções, sempre existiram a “pequena e a média costuras”, o que permite falar de originalidade e reprodução, mas também de cópia e adaptação. Na década de 1950, “60 por cento das francesas vestiam-se com costureiras ou faziam seus vestidos”, o que se tornava possível “a partir dos ‘moldes’ à venda nos magazines ou difundidos pelas revistas de moda” (LIPOVETSKY, 1997, p. 70). A imitação da Alta Costura francesa se propagava em ondas, desde Paris, passando pelas confecções e as revistas de moda, impressas nos grandes centros urbanos, e chegando aos lugares ignotos, reproduzidos e adaptados pelas costureiras locais.

Enquanto as elites consumiam a moda tida por exclusiva, a maioria da população copiava “por meio dos croquis e fotos divulgados à farta pelas revistas femininas em todo o mundo”, fazendo recrutar um “exército de costureiras anônimas” ou mesmo “as próprias donas de casa”, que “continuavam a prover a maior parte dos trajes das famílias de classe média” (PRADO; BRAGA, 2011, p. 187). A pequena costura dava conta de copiar e adaptar às condições locais as tendências internacionais de moda, aproveitando o que era adequado e desejável, descartando o que não ficava bem por razões do clima ou do decoro, acrescentando o que se fazia plausível.

Ao deter-se sobre a centena e meia de fotografias recolhidas entre os guardados de algumas famílias de São João do Sabugi, identificando inicialmente a silhueta-ampulheta, que define o *New Look* de Christian Dior, percebe-se que, de um lado, há uma semelhança notável entre a vestimenta local e a parisiense, com ambas se amparando no equilíbrio busto-cintura-quadril, porém, de outro, elas parecem se afastar em alguns detalhes, sendo a parte de cima

da roupa a que mais atrai o olhar crítico nesse aspecto. A leitura iconográfica destaca a repetição de mangas com um discreto bufante na grande maioria das imagens, característica que não se consegue encontrar como predominantes nem nas imagens da Linha Corola criadas em Paris, nem naquelas impressas nas páginas das revistas femininas brasileiras.

Nas 150 (cento e cinquenta) fotografias estudadas, categorizaram-se as individuais (corpo inteiro e busto), as imagens de duplas (mistas e femininas) e de grupos (mistos ou femininos), contando em seu total 419 (quatrocentos e dezenove) *looks* de mulheres, sendo que, desses, 349 (trezentos e quarenta e nove) apresentavam sinais evidentes do *New Look* de Christian Dior, o que resulta num percentual de 83%.

De um total de 349 trajes com características do *New Look* encontrados nas fotografias estudadas, 149 (cento e quarenta e nove) possuíam mangas bufantes. Tal construção criava outro foco para o olhar, os ombros, que haviam sido o atrativo da moda típica dos tempos de guerra, somado ao conjunto busto-cintura-quadril, creditado ao estilo criado por Dior. Voltando às imagens de moda lidas em 19 (dezenove) edições da revista *Jornal das Moças*, encontrou-se somente uma fotografia em que a modelo veste um traje de mangas bufantes (07 ago. 1952, p. 27), daí concluir-se, a respeito desse elemento do *New Look* usado em São João do Sabugi, tratar-se mesmo de concessão do estilo francês ao gosto local, ou de pirataria local da moda difundida a partir de um centro.¹⁴

A compreensão é de que o detalhe das “mangas fofas” dos vestidos e blusas usados pelas mulheres sabugienses, ao longo da década de 1950, é uma adaptação da tendência francesa, tornada internacional, aos melindres do gosto local, o que na percepção de Andrade (2008, p. 42) são “formas de subverter o estilo consagrado e de fazer dele um instrumento da construção de si e não de um fim em si mesmo”. Essas roupas singulares, híbridas de última moda e formas tradicionais, eram o resultado da eficácia do trabalho das costureiras ou das exigências de gosto das usuárias, confirmando que “O poder de vestir as novidades, mas de não se subordinar, ao contrário, manter-se criativa diante delas, era uma poderosa arma no convívio social” (ANDRADE, 2008, p. 111).

Entende-se que o uso frequente de “mangas fofas” nas indumentárias das mulheres de São João do Sabugi, na década de 1950, se deva, por um lado, ao controle que se fazia sobre a exposição dos ombros femininos, e por outro, ao gosto local por essa característica do detalhe, que parecia rejeitar os tipos de manga então em voga: “japonesas curtas ou longas, raglãs, cavas caídas ou americanas” (CHATAIGNIER, 2010, p. 134). Esse modelo de manga feita com panos franzidos na cava ou no braço – ou mesmo em ambos – parece ser uma

sobrevivência da moda típica da década anterior, quando predominaram “vestidos leves de algodão, com mangas ligeiramente afofadas” (CHATAIGNIER, 2010, p. 126).

A fidelidade às mangas bufantes, uma sobrevivência da moda dos anos 1940, parecia atender às exigências do pudor local, considerando ser aquela uma sociedade de bases agrárias, em que sobreviviam os valores da família patriarcal. A vigilância sobre as mulheres se manifestava principalmente através dos pais, sendo correto aconselhá-las a respeito de suas atitudes, inclusive em relação ao vestuário. Vestidas adequadamente, as chamadas “moças de família” eram tidas como as mulheres ideais para “um casamento-modelo” e “uma vida de *rainha do lar*” (BASSANEZI, 1997, p. 610).

Falando sobre isso, Lipovetsky é brilhante em sua afirmação de que “Pensar a moda exige que se saia da história positivista e da periodização clássica em séculos e decênios”, já que o sistema em que se organizou o parecer é constituído por “fluxos” e “refluxos”, “ondas amplas” e “rupturas”, “continuidades” e “descontinuidades”, em que “comportamentos individuais e sociais, valores e invariantes constitutivos da moda não cessaram de reproduzir-se” (1997, p. 25). Desse modo, é perfeitamente compreensível que uma tendência da moda internacional tenha sido pirateada numa localidade sertaneja, distante dos grandes centros, onde a moral dominante ou quaisquer outros motivos desaconselhavam a sua adoção pura e simples, mas a liberavam através de concessões.

As práticas de copiar e adaptar a moda lançada pela Alta Costura nos anos 1950 integram o processo definido como “democratização da moda”, que tanto fez surgir o *prêt-à-porter*, quanto se utilizou dos meios de comunicação de massa para espalhar as muitas possibilidades e opções de organização da aparência. O que antes era considerada uma “produção única e sofisticada”, agora podia ser reproduzida através de moldes facilmente encontráveis nos encartes das revistas femininas, cujas páginas estavam repletas de orientações em relação ao corte e à costura de roupas, visíveis em imagens fotográficas e desenhos.

A saia rodada e armada tinha voltado à moda pelas mãos de Christian Dior, através do chamado *New Look*, um estilo que ainda marcava a cintura e delineava os seios. A partir de 1947, a tendência ganhou o mundo, tendo Paris como núcleo irradiador, e chegou ao sertão potiguar, perdurando durante a década de 1950. Em qualquer parte do mundo, a mulher que desejasse vestir essa moda precisava seguir à risca as sugestões e cuidados para a construção de uma arquitetura corporal, ou inventar novos artifícios para tal, já que “A silhueta

ampulheta exigia o uso de acessórios sob a roupa para modelar o corpo” (BLACKMAN, 2011, p. 196).

Em Paris, a saia proposta por Dior tinha o seu efeito conseguido através das estruturas de armar, feitas de tule e colocadas sob os vestidos, distanciando as bainhas das saias dos corpos de quem as vestiam. No século XIX, época de onde Dior herdou o estilo romântico e oneroso, conseguia-se o volumoso resultado utilizando-se a crinolína¹⁵ para elevar as longas saias.

Em São João do Sabugi, durante os anos 1950, a maneira encontrada para armar os vestidos e conseguir a mesma silhueta de mulher idealizada por Christian Dior foi utilizar uma saia de tecido barato endurecida com uma solução feita de água e goma de mandioca – o grude, uma espécie de cola.¹⁶ Segundo Maria do Patrocínio Fernandes, conseguia-se tal arquitetura com “umas saias assim de três babados, de morim, [...] aí botava no grude, forrava ou um pote ou um balaio, e abria ela em cima e botava no sol; quando secava ficava bem armadona, aí não precisava nem passar, porque se passasse ela podia amolecer” (2012).

Ermita Assis (2012) refere-se a outras possibilidades em relação à produção da saia de armação da década de 1950. Para ela, outros tecidos, além do morim, podiam ser usados em sua confecção, não carecendo tampouco utilizar o grude para endurecê-la, bastando valer-se de uma “água de goma”. Vejam, pois:

Faziam as saias de morim ou de um tecido mesmo, um tricolinezinho assim fino, bem largas as saias, com elástico na cintura; aí às vezes enfeitava mesmo com bico, com renda, (...) mas botava numa água de goma, mesmo assim que ficava bem armadinha; aquela água ficava quase como um grude, mas era fino; depois estendiam num pote (...). Aí, depois, vestiam assim mesmo, sem passar, porque se fosse passar, aí o ferro mesmo já abrandava aquele grude da saia (ASSIS, 2012).

Percebe-se nessas falas a existência de duas espécies de engomado: uma é aquela utilizada para proporcionar um efeito levemente enrijecido das peças, conseguido através da borrifação de água de goma de mandioca no tecido para ser passado pelo ferro; outra é a empregada para armar as saias do *New Look*, com anáguas endurecidas, banhadas em grude de goma de mandioca, que não eram mais passadas. Passar o ferro reduzia o efeito que se queria atingir, abrandava a arquitetura, fazendo murchar a saia.

As anáguas de armar as saias externas eram por vezes embelezadas “com bico, com renda” (ASSIS, 2012), à guisa de românticas roupas íntimas, mesmo que sua principal função fosse dar um efeito arquitetônico ao traje inspirado no *New Look* de Dior. Os relatos parecem querer negar a assertiva de que havia uma contradição entre o externo e o íntimo na construção do traje feminino sertanejo, pois apesar de serem executadas em tecidos menos nobres (morim, algodãozinho, tricoline) as peças que guardavam os segredos femininos mais preciosos eram ornadas com delicados e ricos materiais.¹⁷

A adoção do engomado nas anáguas do *New Look*, em São João do Sabugi, nos coloca diante de outra adaptação da moda difundida a partir de um centro, pela recorrência a uma feitura tradicional da armação de saias. É bem provável que esse tipo de artifício fosse empregado aqui cem anos antes, tendo sobrevivido na memória e recuperado agora, quando se mostrava necessário. É possível que ainda fosse utilizada a água de goma para dar forma a panos e roupas quando da emergência do *New Look* e suas saias que imitavam corolas. Então, eis que na ausência de tule para elevar as indumentárias femininas sertanejas dos anos 1950, a “astúcia” foi ressuscitar uma “arte de fazer” do século anterior.

Mas era necessária uma trindade de peças íntimas para propiciar às mulheres sabugienses dos anos 1950 a silhueta-ampulheta tão desejada: anágua, calcinha e sutiã (ou corpete). A primeira elevava a saia ampla do vestido; a segunda comprimia a barriga, graças ao seu cóis alto ou pala¹⁸; o terceiro delineava os seios, por causa de sua estrutura pespontada ou seus enchimentos. Zélia Fernandes da Costa detalha essas peças mais íntimas do vestuário feminino dessa década:

calça de tecido, [...] com renda de almofada. [...] sutiã [...], todo pespontado para ficar armadinho, bonitinho. Usava-se o sutiã e, depois, para ficar com o corpo bonito, fazia-se o corpete, o sutiã pregado no corpinho, e nesse corpinho de cintura botava quatro casas. Fazia-se a calcinha de tecido e botava quatro botões para botar as casas, para ficar a pessoa toda em ponto fixo (2012).

A combinação de elementos de um estilo e de outro num mesmo traje, bem como a adaptação em relação aos materiais empregados, vem confirmar a complexidade dos estudos sobre moda, principalmente se atentar-se para o seu caráter de expressão individual, num tempo em que se nota enormemente a democratização das formas de aparência. Se se alude a uma ditadura da moda, como explicar que um ponto não focal do estilo *New Look* – os ombros – pudesse ser realçado em face da moralidade local ou da preferência das mulheres

de São João do Sabugi nos anos 1950? Para Gilles Lipovetsky (1997, p. 25), as rupturas em moda “não implicam automaticamente transformação completa e novidade incomparável”, já que, por vezes, “processos se repetiram e se prolongaram”, mesmo que em pequenos detalhes.

Essa é a chamada moda “ponderada”, que Lipovetsky encontrou no começo do século XVII, paralela ao modo de trajar da corte e típica do “homem correto” da burguesia. Noções de “prudência”, “medida”, “utilidade”, “limpeza” e “conforto” faziam recusar o extravagante da moda dos palácios, filtrada pelos critérios de classe. Para esse autor, “O mimetismo da moda tem de particular o fato de que funciona em diferentes níveis: do conformismo mais estrito à adaptação mais ou menos fiel, do acompanhamento cego à acomodação refletida” (LIPOVETSKY, 1997, p. 42).

No exercício de comparação entre o Dior original e o seu arremedo, pode-se perceber que o *New Look* foi manipulado pelas mulheres sabugienses, fossem elas costureiras ou suas clientes consumidoras, de maneira a adequá-lo à realidade local. As roupas, produto do sistema da moda, eram engendradas ao longo da década de 1950, em São João do Sabugi, de modo a darem a impressão de atualidade, sem, no entanto, causarem escândalo ou mal-estar.

Em contrapartida às estratégias de que a moda lançava mão para se fazer vigorar, as táticas locais inscreviam sua arte de fazer com tecido, linha, metal, plástico e outros materiais, metaforizando a ordem dominante e fazendo-a funcionar em outro registro, como ensinou Michel de Certeau (1999). O que se ditava era escrito de outra forma, mais próxima, mais real, mais possível.

Se fora necessário vencer o percurso de Paris a São João do Sabugi para tornar presente o *New Look* nos principais eventos sociais do pequeno e novo município, era preciso cumprir a trajetória das festas ao cotidiano para fazer visível o estilo criado por Christian Dior em todas as ocasiões. Percorrendo trilhas, fazendo concessões, deixando-se adaptar: assim, a moda foi-se democratizando e o sonho se tornou um entretenimento popular.

Chuleio: penúltimas costuras

As leituras realizadas para esta pesquisa – nos livros, nos periódicos, nas imagens, nas entrevistas, num vestido de 1955 – permitem afirmar que o estilo *New Look*, criado por Christian Dior, em Paris, no ano de 1947, foi acompanhado pelas mulheres de São João do Sabugi, no sertão potiguar, ao longo dos anos 1950. Entretanto, o jeito de vestir marcado

pela silhueta-ampulheta foi adotado com moderação, de acordo com o gosto e os recursos locais, atento às exortações familiares, preocupado com a imagem de mulher tida por ideal naquele tempo e lugar: a moça de família, depois esposa e mãe.

Desse modo, o *New Look* encontrava-se mesclado da maneira de exhibir-se típica dos tempos anteriores à sua invenção, era híbrido de si mesmo e do fora de moda, com mangas bufantes, peito estufado, cintura prensada e saia arrogante de volume. A ponderação ao adotar as vogas em matéria de vestimenta fazia-se perceber em São João do Sabugi do pós-guerra, havendo um diálogo entre a razão e a emoção, o que motiva a cantar que a moda é menos ditadura e mais democracia.

Então, acessando a silhueta que vogava no mundo durante a década de 1950, sugerida pelo estilista Christian Dior, as mulheres sabugienses, sendo elas as próprias usuárias ou suas costureiras, lançavam mão dos artifícios possíveis para atingirem o formato de corpo vestido com o qual se sonhava. As estratégias intentadas pelo sistema da moda para se fazer hegemônico eram burladas em São João do Sabugi, através das adaptações ou adequações às normatizações da sociedade local ou pelas substituições de materiais caros ou difíceis de serem encontrados. Ao invés de grandes decotes, por exemplo, era preferível cobrir o colo e adornar os ombros com mangas fofas, como se fizera nos anos anteriores. No lugar do tule para a providência de elevar as saias, conseguia-se efeito análogo utilizando-se anáguas engomadas com grude ou passadas na água de goma.

A busca e a observação de fotografias catadas nas coleções de algumas famílias de São João do Sabugi, com o intuito de escrever-se uma História da Moda para os anos 1950, fizeram-nos deparar com flagrantes fotográficos em que se sentiu ecoar o *New Look* ainda na década de 1960. As próprias imagens das revistas também autorizam a dizer que o estilo criado por Dior, em 1947, não sobreviveu somente até meados dos anos 1950, nem apenas até o último ano dessa década, mas ultrapassou a membrana imaginária que separa os decênios e fez morada transitória na década seguinte.

Às mulheres, era permitido insinuar com o auxílio de artifícios: enchimento nos sutiãs e nas saias, compressão da cintura e do estômago. Os cuidados íntimos com a construção de uma figura ideal, externada nas roupas, gritam de como deveriam se comportar, atendendo a padrões e expectativas. A moda, enquanto dimensão da cultura, disponibilizava o seu vocabulário de peças, formas e cores para a ereção das identidades de gênero. A década de 1950 viveu o último ato dramático da sexualização do vestuário, texto que se escrevia desde o século XIV, quando o sistema da moda se fez inaugurar.

A escrita desta narrativa sobre as teias do sistema da moda nos anos 1950 – considerando suas linhas fortes e os seus nós rompidos, percebendo a conexão entre o internacional e o local, borrando o texto com as maquinações estratégicas e as piratarias das margens – não teve qualquer intenção de ser definitivo. O *New Look* se mostrou para as mulheres dos anos 1950 como uma opção de vestir, entre outras linhas e estilos; escolhido como ideal por muitas delas, em São João do Sabugi passou por uma adequação ao gosto e às posses. Se ditado, foi escrito com outras palavras.

Referências:

- ALBERTI, Verena. Fontes orais: histórias dentro da História. PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes históricas**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010, p. 155-202.
- ANDRADE, Rita Morais de. **Boué Souers RG 7091**: a biografia cultural de um vestido. 224 f. Tese (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.
- ASSIS, Ermita Lucena Santos de. Entrevista [São João do Sabugi-RN, 2012]. Entrevistador: João Quintino de Medeiros Filho. 1 fita cassete.
- BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das Mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997. p. 607-639.
- BLACKMAN, Cally. **100 anos de moda**. Tradução de Maria Bresighello. São Paulo: Publifolha, 2011.
- BOUCHER, François. **História do vestuário no Ocidente**: das origens aos nossos dias. Tradução de André Telles. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- CALDAS, Dario. **Universo da Moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. vol. 1. 4. ed. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis-RJ: Vozes, 1999.
- CHATAIGNIER, Gilda. **História da Moda no Brasil**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- COSTA, Zélia Fernandes de Lucena. Entrevista [São João do Sabugi-RN, 2012]. Entrevistador: João Quintino de Medeiros Filho. 1 fita cassete.
- FELIPE, Maria Gorete. **Dicionário de terminologia do vestuário**. Natal: EDUFRN; Campina Grande: EDUEPB, 2011.
- FERNANDES, Maria do Patrocínio. Entrevista [São João do Sabugi-RN, 2012]. Entrevistador: João Quintino de Medeiros Filho. 1 fita cassete.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI**: o dicionário da língua portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FREITAS, Alberto Mendes de. **São João do Sabugi**: sinopse. Mossoró: Coleção Mossoroense, 1959.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Enciclopédia dos Municípios Brasileiros**. v. 17. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1960.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro: Editora Jornal das Moças, n. 1938, 07 ago. 1952.

LIMA, Solange Ferraz de; CARVALHO, Vânia Carneiro de. Fotografias: usos sociais e historiográficos. In: PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tânia Regina de (Org.). **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2011, p. 29-60.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Tradução de Ana Luíza Dantas Borges. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MEDEIROS FILHO, João Quintino de. **Arremedando Dior**: a moda do New Look em São João do Sabugi-RN (anos 1950). 242 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande-PB, 2014.

MORAIS, Ione Rodrigues Diniz. **Seridó norte-rio-grandense**: uma geografia da resistência. Caicó: 2005.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da Moda**. 4. ed. Tradução de Glória Maria de Mello Carvalho. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

PRADO, Luís André do; BRAGA, João. **História da moda no Brasil**: das influências às autorreferências. 2. ed. Barueri-SP: DISAL, 2011.

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas**: a moda no século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

Notas:

¹ Localizada no semi-árido nordestino, a região do Seridó potiguar está dividida, segundo o IBGE, em duas microrregiões geográficas, sendo elas Seridó Ocidental (municípios de Caicó, São João do Sabugi, Ipuera, São Fernando, Timbaúba dos Batistas, Jardim de Piranhas e Serra Negra do Norte) e Seridó Oriental (municípios de Currais Novos, Acari, Carnaúba dos Dantas, Cruzeta, São José do Seridó, Jardim do Seridó, Ouro Branco, Santana do Seridó, Parelhas e Equador) (MORAIS, 2005, p. 27).

² São João do Sabugi teve sua emancipação política declarada em 23 de dezembro de 1948, desmembrando-se do município de Serra Negra do Norte, através do Decreto-Lei nº 146, sancionado por José Augusto Varela, Governador do Estado do Rio Grande do Norte (FREITAS, 1959, p. 17).

³ Ao ver a nova coleção de Christian Dior, em 12 de fevereiro de 1947, a exclamação de Carmel Snow, editora da revista Harper's Bazaar, acabou por cunhar a expressão *New Look*

(Novo Olhar), rebatizando a *Ligne Corolle* (Linha Corola) apresentada pelo estilista francês. O exagerado estilo de vestir, caracterizado pelo excesso de tecidos gastos na confecção de volumosas saias, atravessou a década, perdurando pelo menos até 1955. (SABINO, 2007, p. 462).

⁴Uma das marcas do estilo *New Look* era a saia com a forma da corola de uma flor, a “silhueta bailarina” tão desejada por Christian Dior (BLACKMAN, 2011, p. 176), também chamada de “silhueta ampulheta” (FELIPE, 2011, p. 232). O efeito era conseguido com saias amplas, cortadas em círculo – godê completo ou godê duplo – que se abriam “como flores a partir de corpetes justos e cinturas bem finas” (Idem).

⁵Feito de gaze ou seda – e no século XX também de náilon, “o tule é um tecido fino de malha hexagonal”, normalmente usado para confeccionar saias de bailarinas. Provavelmente surgiu no século XVIII, em Tulle ou Toul, na França (O’HARA, 1992, p. 270).

⁶Segundo Marcos Sabino (2007, p. 204), crinolina era uma urdidura dos fios da crina dos cavalos tecidos juntamente com fios de algodão, compondo uma peça rígida usada para sustentar as anáguas, por volta de 1840, o “que garantia o visual armado das saias dos vestidos”. Pelo peso e incômodo que causava, a crinolina foi substituída, uma década após, “por uma armação composta por tiras verticais de algodão e barbatanas de baleias e, depois, por fios de arame horizontais e concêntricos”.

⁷Em moda, a palavra silhueta é utilizada há décadas, “referindo-se sempre ao novo contorno do corpo ao adotar as criações sugeridas pelos estilistas” (SABINO, 2007, p. 552).

⁸Fonte: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, *Enciclopédia dos Municípios Brasileiros*. Vol 17. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1960, p. 148. Os dados são imediatamente posteriores aos anos 1950, razão pela qual se infere não ter havido grandes alterações.

⁹Gilles Lipovetsky afirma que, partindo da Alta Costura, “aparece uma moda hipercentralizada, inteiramente elaborada em Paris e ao mesmo tempo internacional”, entre os séculos XVII e XVIII (1997, p. 73). O “poder ‘demiúrgico’ do costureiro”, instaurado com Charles Worth, no século XIX, leva à difusão da ideia de que “Paris dita a moda”, realidade que perdura cem anos depois, no tempo do *New Look* (p. 73).

¹⁰Sendo assim, “os entrevistados são tomados como unidades qualitativas, e não como unidades estatísticas” (ALBERTI, 2010, p. 172).

¹¹Em relação ao ano de 1950, não se encontrou um exemplar dessa revista relativo ao primeiro semestre.

¹²No estudo que fez sobre o vestido Boué Souers, Rita Andrade (2008, p. 90) informa que para a “análise de materiais têxteis [...], os sons produzidos pelo toque e manejo das peças podem auxiliar no reconhecimento ou identificação de materiais”, sendo que “aquilo que se ouve do material pode ser um elemento relevante de distinção”.

¹³Essas normatizações visando livrar os trajes aristocráticos da imitação perderam o seu caráter segregativo em 1620, quando os gastos continuaram sendo alvo de interdições, sem

restringir-se aos estados ou condições sócio-econômicas. No entanto, somente após a Revolução Francesa, foi declarado o “princípio democrático da liberdade de vestuário”, em decreto da Convenção de 1793, que veio tornar legal uma prática de mais de duzentos anos (LIPOVETSKY, 1997, p. 41).

¹⁴ Num catálogo de moda Lana Lobell, descoberto na fazenda Pedra-e-Cal, encontraram-se alguns *looks* com *puffed sleeves* (mangas bufantes, tradução nossa), mas o estado do impresso e a ausência de capa não permitiram identificar o ano da publicação nem os números de suas páginas. Pelas imagens, supomos tratar-se da década de 1950.

¹⁵ Para obter o efeito de armação das saias expandidas, apareceu a crinolina, em 1841, como uma “subssaia” produzida pelo trançamento das crinas dos cavalos (BOUCHER, 2012, p. 357). Para Sabino, o termo crinolina advém da “junção de crino e lino (linho)”, sendo o modelo original substituído em 1850, “por uma armação de tiras verticais e barbatanas de baleia e, depois, por fios de arame horizontais e concêntricos”, somente abandonada, em suas várias versões, no ano de 1867 (2007, p. 204).

¹⁶ Há que se diferenciar dois tipos de grude: o “doce feito com goma seca e coco ralado” (mais parecido com bolo) e a “Espécie de cola para ajustar e unir peças de madeira, etc”, produzida com goma de mandioca e água (FERREIRA, 1999, p. 1012).

¹⁷ Durante sua adolescência, o autor deste trabalho escutou, por vezes, sua mãe Dodora Moraes (1930-2012) falar de como usar sua primeira anágua nesse formato lhe impressionou, a ponto de, ao sentar-se, subir a barra da saia de fora até mostrar o bico de renda da saia de armar, encantando-se por minutos nessa tarefa.

¹⁸ A pala “é a parte superior de uma peça de roupa”, de onde ela se desenvolve (O’HARA, 1999, p. 199).