

O TERNO: QUESTÕES E REFLEXÕES

Luisa de Almeida Magalhães Simão; Mestranda em Design: Universidade Anhembi Morumbi
luisasimao@live.com

Cristiane Mesquita; Professora Dra. do PPG em Design: Universidade Anhembi Morumbi
cfmesquita@anhembi.br

Resumo

O presente artigo propõe uma reflexão sobre o valor do traje moderno na herança cultural da moda contemporânea. Através de um estudo a respeito da existência do terno, há cerca de dois séculos, bem como dos significados sociais que a ele são atribuídos, o objetivo deste trabalho é discutir como a moda contemporânea dialoga com a tradição do terno sob medida e de que maneira essa tradição se perpetua até os dias de hoje.

Palavras-Chave: valor simbólico; terno; moda; herança cultural

Introdução

No momento em que o corte masculino clássico, conhecido por alfaiataria, foi criado, em meados do século XIX, as técnicas manuais e artesanais de produção ainda eram um dos únicos, senão o único recurso para a construção do vestuário da época. Tal limitação, considerando as inúmeras possibilidades produtivas advindas da era industrial que hoje nos são comuns, fez nascer algo que há muito se perdeu, de um valor imensurável, de uma poesia que agrada aos olhos e ao espírito: a autenticidade.

O que chamamos de “autêntico” está, naturalmente, atrelado à exclusividade. A roupa feita sob medida, possui características que a determinam como única, e a ela é atribuído um valor que vai muito além de sua materialidade, um valor que refere-se a sua autenticidade.

A definição de auraⁱ, proposta por Walter Benjamin, facilita a compreensão do que chamamos de autenticidade. Aqui, esse conceito está relacionado ao objeto único para um corpo único. O terno entra em cena para ilustrar essa relação entre objeto e corpo, entre roupa e memória.

Pode resumir-se essa falta no conceito de aura e dizer: o que murcha na era da reprodutibilidade da obra de arte é a sua aura. O processo é sintomático, o seu significado ultrapassa o domínio da arte. Poderia caracterizar-se a técnica de reprodução dizendo que liberta o objeto do domínio da tradição. Ao multiplicar o reproduzido, coloca no lugar de ocorrência única a ocorrência em massa. (BENJAMIN, 1992, p. 79)

Nesse sentido, perceber o valor intrínseco inerente ao ternoⁱⁱ sob medida, facilita a continuidade de nosso estudo para a compreensão dos seus valores simbólicos e dos significados que lhe foram atribuídos, e que, em grande medida se mantém até os dias de hoje.

A mudança de valores proveniente da transição da peça única, feita sob medida, para a peça reproduzida em larga escala, com o advento da reprodutibilidade, gerou uma série de transformações no comportamento do consumidor e na maneira como ele passa a se relacionar com as peças de roupa. Compreenderemos quais são os signos que o terno carrega que nos remetem à sua tradição e origem e que, mesmo diante de suas adaptações, de sua apropriação pelo vestuário feminino, de seu caráter formal e permanentemente evolutivoⁱⁱⁱ, se perpetua e se relaciona tão intimamente com a pluralidade da moda contemporânea e com a fragmentação de nosso tempo.

Valor simbólico do terno

Foi-se o tempo em que a funcionalidade de um produto bastava para que este fosse consumido. O design centrado no objeto e voltado única e exclusivamente para atender a

critérios objetivos de seu consumidor, dá lugar ao design centrado no ser humano, o que significa grandes mudanças na pós-modernidade. Nasce uma preocupação com a maneira através da qual vemos, interpretamos e convivemos com os artefatos^{iv}. A materialidade dos signos^v que envolvem o objeto, em especial, o terno, passam a ser de suma importância.

Os símbolos são os instrumentos por excelência da integração social: enquanto instrumentos de conhecimento e de comunicação, eles tornam possível o consensus acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social: a integração lógica é a condição da integração moral. (BOURDIEU, 2009, p.10)

Em uma sociedade industrial onde os objetos são programados para serem obsoletos em um tempo determinado, o terno continua a se afirmar como um objeto clássico, atemporal. Os artefatos que povoam nossos corpos não o fazem mais pela nossa necessidade e sim, pelos elementos simbólicos que a eles atribuímos. Além de forma e função, passam a ser recheados de significados que definem o lugar social do indivíduo. Nossos pertences nos revelam, são a extensão de nossos desejos e escolhas e, porque não, de nossos corpos, compondo nossa identidade.

Segundo Cardoso (1998), devemos considerar que os produtos desenvolvidos a partir de um determinado processo podem ser investidos de significados que não são restritos aos percebidos através da sua natureza. Os seus produtos não oferecem apenas soluções para necessidades objetivas dos usuários, já que estes também possuem necessidades subjetivas, provenientes de seus desejos, anseios e expectativas. Logo, um objeto adquire significados que vão além de suas questões estruturais e funcionais, e cumpre assim variadas funções^{vi}.

O terno apresenta, desde seu nascimento, características simbólicas que até hoje são vigentes. Expressam masculinidade, mas não restringem o corpo como a armadura ou gibões da Renascença. Possui caimento fácil e esconde a superfície do corpo de modo bastante completo, o que o faz ter a reputação de inexpressivo, em uma época de músculos trabalhados e quase nudez dos corpos. (HOLLANDER, 1996, p. 144-145)

O terno faz surgir um imaginário que atrai quem o porta e, gradualmente, constitui um padrão de vestuário civil para o mundo inteiro, sugerindo competência, articulação, prudência e desprendimento. O traje permanece sexualmente poderoso e com sua força intacta, dividindo a cena com outras maneiras de vestir, mas permanece como “um espelho da moderna auto-estima masculina”, nas palavras de Hollander (1996, p. 76). De acordo com a autora, o terno possui um caráter abstrato e apresenta uma mensagem de continuidade formal que é profundamente satisfatório no mundo contemporâneo, por isso o seu não desaparecimento e a mudança do seu campo de atuação também para o universo feminino e casual, o que trouxe

transformações em seus diversos significados. Para a mesma autora, se trata de um objeto de circulação social, que transita em espaços e tempos variados e através dele percebemos as relações que permeiam sua trajetória. Sua longevidade se dá pelo fato de a alfaiataria masculina mostrar a autoridade, a força simbólica e emocional dos valores de perpetuação, além de permanecer a mesma enquanto passa por mudanças internas constantes e, diante deste cenário, em vez de perder força ou aceitação, adquire maior virtude e nova valorização ao longo de sua vida. Os ternos masculinos feitos nos moldes da alfaiataria provam ser infinitamente dinâmicos e detentores de um vigor elegante próprio.

A permanência do terno deve-se também ao fato de que as roupas são uma espécie de memória, uma segunda pele que nos faz reviver sensações, nos faz lembrar, nos remete e nos representa. O terno foi culturalmente e socialmente moldado, transformando-se quando necessário, mantendo sua estrutura original por ser essa a principal emissora dos significados que nele estão impregnados.

O poder particular da roupa para efetivar essas redes está estreitamente associado a dois aspectos quase contraditórios de sua materialidade: sua capacidade para ser permeada e transformada tanto pelo fabricante quanto por quem a veste; e sua capacidade para durar no tempo. (STALLYBRASS, 2000, pg. 65)

Ao terno são atribuídos significados de diversas naturezas. Sabemos que a base estética que deu origem ao ideal moderno de elegância masculina procurou imitar a elegância e a eficiência da natureza clássica. De acordo com Richard James, alfaiate inglês de Savile Row, o homem expressa-se através de seu terno. Por ser a roupa mais masculina que já se viu e de uma versatilidade significativa, capaz de trazer anonimato e, ao mesmo tempo, visibilidade àquele que o veste, demonstra respeitabilidade e define, quase sempre, os acessórios que o acompanham.

Na reflexão de Nicholas Antongiavanni (2006), o terno é para o homem o que sua casa é para sua vida, ou seja, é, de certa forma, um abrigo, uma proteção para o corpo e uma armadura diante das relações sociais que se estabelecem. Veste-se um uniforme de batalha, um uniforme que assemelha e distingue ao mesmo tempo, sempre com o intuito de proteger, resguardar e ao mesmo tempo, exaltar as características daquele homem.

De fato, há algo no vestuário masculino que o torna mais moderno. Talvez por possuir uma superioridade estética, uma “maturidade” em seu design extremamente satisfatória. Suas formas são visivelmente mais avançadas, e estabeleceram, dessa maneira, a permanência do terno durante tantos anos nos códigos do vestir. Ele é associado, por tais motivos, ao poder, à capacidade intelectual, à seriedade e ao profissionalismo. Isso pode ser comprovado pela apropriação feminina do vestuário masculino, quando estas precisam emanar maior credibilidade e competência profissional. Com maior ou menor deliberação, segundo Simmel,

“o indivíduo cria, muitas vezes, para si mesmo uma conduta, um estilo que se caracteriza como moda pelo ritmo de sua manifestação, de seu fazer-se valer e sobressair” (2008, p. 47).

O desejo dos homens de parecerem descontraídos marcou todo o desenvolvimento do terno. O conceito de “moderno” significava uma forma abstrata sugerindo um envelope que se ajustava folgadoamente ao corpo, demonstrando seu caráter confortável e utilitário. Esse ideal masculino era feito de partes separadas, dispostas em camadas e destacáveis com braços, pernas e troncos visivelmente indicados oferecendo grande mobilidade física e ajustando-se ao corpo estático e em movimento.

Segundo Hollander (1996), desde 1800, as roupas masculinas mostravam-se variáveis e expressivas, fluidas e criativas. A diferença, no entanto, é que surgem de maneira consistente. Os detalhes modificam-se constantemente mas sua estrutura se mantém a mesma. O paletó tradicional, por exemplo, se mantém, o que muda são suas lapelas, seus detalhes como botões, bolsos, etc.

O itinerário percorrido pela indumentária masculina, de acordo com Gilda de Mello e Souza, em vez de estar sujeito a ciclos, a um ritmo estético de expansão de um determinado elemento decorativo levado ao limite máximo, se simplifica progressivamente, tendendo a cristalizar-se num uniforme (1987, p. 64).

Da era artesanal à era industrial: adaptações

Há dois séculos o terno se faz presente no complexo contexto da moda, se adaptando como lhe é possível às suas incansáveis mutações e renovações. A alfaiataria, da mesma maneira, em meados do século XIX, vê-se diante de um novo cenário produtivo proveniente da Revolução Industrial, passando por inúmeras mudanças que marcariam para sempre sua história. A invenção da máquina de costura, há mais de 150 anos, marca o início de um período de transformações, diminuindo consideravelmente o trabalho, para muitos considerado enfadonho e cansativo, de costurar à mão, gerando maior eficiência produtiva. Para a alfaiataria, o uso do maquinário representou uma maneira de otimizar o trabalho e conferir-lhe maior precisão e qualidade, além da possibilidade de se produzir em massa, gerando maior acessibilidade.

A mecanização do trabalho é o outro grande fator que define a industrialização, e uma série de inovações tecnológicas entre o final do século 18 e início do 19 foi permitindo o aumento constante da produtividade na indústria têxtil a custos cada vez menores em função da rapidez da produção e da diminuição da mão-de-obra. (CARDOSO, 2008: 27)

De acordo com Hollander (1996), ao longo do século XIX, o prestígio da roupa sob medida se mantinha na Inglaterra e na França, enquanto as roupas prontas para vestir despontavam nos EUA. A indústria do pronto para vestir desenvolveu-se naturalmente neste

contexto, melhorando significativamente a sua qualidade. O vestuário sob medida perde a dimensão de uma arte para a maioria da população, para se circunscrever a uma clientela cada vez mais selecionada, exigindo uma nova relação entre o alfaiate e o cliente.

A industrialização trouxe novas possibilidades e flexibilidade em relação às novas técnicas produtivas, como foi dito, à modelagem das peças e à própria execução, além de inaugurar o nascimento do que entendemos hoje por design. Os trajes produzidos em massa foram criados com um padrão tão alto de design, que chegaram a ser comparados com aqueles estabelecidos pela alfaiataria de antes (HOLLANDER, 1996).

As exigidas transformações pelas quais a alfaiataria passou, não se limitam, no entanto, apenas ao aspecto produtivo. Ocorreram mudanças no comportamento do consumidor. Houve uma transferência de responsabilidades: o alfaiate que confeccionava a roupa sob medida tinha um olhar crítico pelo cliente, afinal tinha que manter o status de bom profissional. A roupa pronta para vestir, por sua vez, passa somente pelo crivo do cliente, que estabelece seus padrões estéticos pessoais, sendo o único que pode julgar o caimento e a qualidade do traje que irá adquirir. O ato de comprar se tornou corriqueiro, o acesso aos produtos, muito mais possível, fazendo com que a experiência de compra do consumidor se tornasse bastante diferente da antiga experiência, onde esperar semanas ou meses por um traje, era normal e aceitável.

Como as roupas eram feitas de maneira exclusiva, não pensava-se em um padrão único de medidas e nem em um design que atendesse a todos. A fita métrica como conhecemos hoje, dividida em centímetros, foi inventada pelos próprios alfaiates, em 1820, com a finalidade de se produzir mais de um traje por vez. Antes disso, cada cliente tinha sua própria tira de medidas, com marcações específicas para seu corpo. Observou-se, no entanto, semelhanças nas proporções de alguns corpos masculinos, e que, dessa maneira, seria possível produzir várias peças ao mesmo tempo, para corpos semelhantes (HOLLANDER, 1996, p. 137).

Toda a ostentação que antecedeu a Revolução Francesa foi substituída pela simplicidade e pelo conforto da era industrial. O vestuário masculino tornou-se mais sóbrio, influenciado por pela moda inglesa. Essa simplicidade se estende até os dias de hoje. O cenário contemporâneo, de roupas feitas em larga escala, permitiu que bons ternos, trajes antes restritos a camadas sociais abastadas, tivessem maior flexibilidade, se adequando às mudanças produtivas e às exigências de seu público cada vez mais diverso.

Mesmo com as constantes mudanças de gostos e ideais, relativas à moda, as formas da alfaiataria masculina ganham força e valorização ao longo de sua vida e nos servem até os dias de hoje, sendo periodicamente remodeladas pela moda.

O advento da industrialização e a incapacidade de competir com a rapidez de produção e os baixos preços das lojas, tornou o serviço do alfaiate caro e de elite. A roupa pronta para vestir ganhou visibilidade por ser cada vez mais comum e mais barata. Os avanços tecnológicos contribuíram para a disseminação do *prêt-à-porter*, possibilitando um aumento significativo

no padrão de qualidade das roupas prontas. O resultado: alfaiates antes imprescindíveis na sociedade, encontravam-se em vias de extinção.

Esses profissionais resistiram por algum tempo por serem ainda necessários nas fábricas que se formavam. Precisavam ensinar a técnica e os segredos da alfaiataria para que a confecção em larga escala pudesse acontecer. Mas por volta de 1940, os alfaiates que monitoravam as fábricas foram substituídos por administradores e, a partir de 1950, as mudanças trouxeram uma redução no trabalho humano resultando em uma queda no tempo de produção e na melhoria da qualidade dos produtos (MUSGRAVE, 2009).

A produção em série desencadeou o início da extinção das alfaiatarias, no entanto, outros fatores têm contribuído igualmente para esse fato. Um dos maiores problemas que impedem a perpetuação do ofício do alfaiate é a falta de continuadores nos ateliers. A imagem pouco atrativa que as alfaiatarias foram adquirindo, gerou desinteresse das camadas mais jovens que possivelmente, garantiriam sua continuidade. Além disso, para agravar ainda mais o quadro, se trata de uma profissão que exige um longo período de aprendizagem e não oferece uma estrutura organizada de formação profissional.

A situação descrita, acaba por prolongar uma crise generalizada na atividade. Os poucos alfaiates qualificados, por serem raros, encontram sempre empregos sem dificuldade, mas os jovens, cada vez mais desinteressados, preferem atividades relacionadas ao *prêt-à-porter*, onde são mais restritos, com menos possibilidades de expressão da sua criatividade, mas também auferem, em geral, melhores salários do mercado de moda. Os jovens querem estudar ou optam por trabalhar em atividades que lhes pareçam mais atrativas e com mais possibilidades de progressão. Optam, por exemplo, pela área de estilismo, ao invés da área de alfaiataria.

A resposta aos desafios que hoje atravessa esta profissão, que se passa pela formação profissional, não pode ser desligada de uma adequada promoção que restitua antes de mais nada o seu prestígio, de forma a ser assumida como uma arte entre outras artes.

Considerações finais

Pensar a moda é pensar o corpo e suas possibilidades. O corpo como suporte, dialoga com o terno desde o seu surgimento, e este constrói sobre aquele variadas formas e sentidos, gerando significações sociais e culturais na história da moda.

A moda, segundo Hollander, “ao enfatizar a proposta de um corpo individual, ilustra a idéia de que a sexualidade, com sua dependência da fantasia individual e da memória, governe a vida de cada pessoa” (1996, p. 51). Para Castilho, “O corpo sempre se oferece como suporte gerador de significação, articulador de um discurso que permite a ação da plasticidade da decoração corpórea nas situações de interação, presentificação e representação pelo contato que determina valores positivos e negativos que podem ser, em linhas gerais, polêmico ou contratual, implícito ou explícito” (2005, p. 141).

Nas palavras de Castilho, “quando utilizados pelo grupo masculino, certos trajes assumiam significados específicos, como a glória na hierarquia militar, civil ou religiosa. No conjunto, a indumentária masculina conferia aos homens o poder, a grandeza, a riqueza, a dignidade no contexto de uma determinada coletividade” (2005, p. 115).

O sujeito, assim, constrói um discurso sobre o seu corpo, que lhe dá competência para protagonizar diferentes programas narrativos que se manifestam pela composição e articulação das formas constitutivas de sua proposta de parecer, e, com isso, poderá atuar em diferentes papéis no contexto social. (CASTILHO, 2004, p. 183)

Em concordância, na reflexão de Simmel: “Este significado da moda é o que a leva a ser adotada por homens refinados e originais: utilizam-na como máscara. A obediência cega às normas do geral em tudo o que é exterior é para eles o meio consciente e deliberado de reservar a sua sensibilidade e os seus gostos pessoais; querem a tal ponto guardar estes para si que se opõe a uma exibição que os tornaria acessíveis a todos” (2008, p.43).

Vemos, dessa maneira, que, através do diálogo entre a moda e o corpo, o terno é capaz de gerar inúmeras significações ou re-significações que perpassam aspectos sociais, sexuais, estéticos, entre outros. O antagonismo de sentidos relacionado à busca pela individualização e, simultaneamente, pela aceitação social, acompanham a evolução do traje moderno.

NOTAS

- i** “Manifestação única de uma lonjura, por muito próxima que esteja”. (BENJAMIN, Walter. Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política. Relógio D’Água Editores, 1992. p. 81.)
- ii** Os termos “terno” ou “traje” são utilizados para nomear o conjunto clássico de paletó, calça e colete, originado no século XIX.
- iii** HOLLANDER, Anne. O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. (p. 14)
- iv** Palestra proferida pelo Prof. Klaus Krippendorff durante o P&D Design 2000 (IV Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design), realizado em outubro de 2000, na FEEVALE, Nova Hamburgo – RS.
- v** BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Elfos Ed.; Lisboa: Ed. 70, 1995. (p. 58)
- vi** DENIS, Rafael Cardoso. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. Artigo, 1998.

Referências

- ANTONGIAVANNI, Nicholas. **The Suit**. NY: HarperCollins Publishers, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos Ed.; Lisboa: Ed. 70, 1995. (p. 58)
- BENJAMIN, Walter. **Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política**. Relógio D'Água Editores, 1992.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2009.
- CASTILHO, Kathia. **Moda e Linguagem**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.
- Corpo e moda: por uma compreensão do contemporâneo** / Ana Claudia de Oliveira, Kathia Castilho, organizadoras. – Barueri, SP: Estação da Letras e Cores Editora, 2008.
- DENIS, Rafael Cardoso. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos**. Artigo, 1998.
- HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. (p. 14)
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero. A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.
- SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- MUSGRAVE, Eric. Sharp suits. United Kingdom: Pavilion Books, 2009.
- PIRES, Dorotéia Baduy (org.). **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. São Paulo: Edições Texto & Grafia, 2008.
- STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.
- Palestra proferida pelo Prof. Klaus Krippendorff durante o P&D Design 2000 (IV Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design), realizado em outubro de 2000, na FEEVALE, Nova Hamburgo – RS.
- Artigo publicado pela **Revista Dobras**. MOTTA, Eduardo. Fevereiro de 2009. Pg. 31.