

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – UNIRIO

LUCIANA QUINTANILHA ANDRZEJEWSKI

MEMÓRIA E MODA: NOVAS RELAÇÕES, SIGNIFICADOS E MODOS  
DE DISTINÇÃO NO RIO DE JANEIRO DE PEREIRA PASSOS

Rio de Janeiro  
2006

LUCIANA QUINTANILHA ANDRZEJEWSKI

MEMÓRIA E MODA: NOVAS RELAÇÕES, SIGNIFICADOS E MODOS DE  
DISTINÇÃO NO RIO DE JANEIRO DE PEREIRA PASSOS

Dissertação apresentada ao programa de  
Pós-Graduação em Memória Social da  
Universidade Federal do Estado do Rio  
de Janeiro (UNIRIO) para a obtenção do  
título de Mestre em Memória Social.

Orientador: Dr. Nilson Moraes

Rio de Janeiro  
2006

**LUCIANA QUINTANILHA ANDRZEJEWSKI**

**MEMÓRIA E MODA: NOVAS RELAÇÕES, SIGNIFICADOS E MODOS DE  
DISTINÇÃO NO RIO DE JANEIRO DE PEREIRA PASSOS**

Dissertação apresentada à Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Memória Social.

Aprovada em

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Nilson Moraes  
Universidade do Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Vera Lúcia Doyle Dodebey  
Universidade do Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Junia G. C. Guimarães e Silva  
Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro – Divisão de Documentação  
Escrita e Especial

Andrzejewski, Luciana Quintanilha

Memória e Moda: novas relações, significados e modos de distinção no Rio de Janeiro de Pereira Passos / Luciana Quintanilha Andrzejewski – Rio de Janeiro, 2006.

152 f.

Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-graduação em Memória Social), Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

1. memória. 2. moda. 3. comportamento. I. Título.

à *Flávio de Sá Andrzejewski*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço principalmente ao professor e orientador Nilson Moraes, por ter acreditado neste trabalho desde o início, pois sem o seu apoio, humor e sabedoria eu não teria conseguido. A prof.<sup>a</sup> e coordenadora Vera Dodebei, agradeço a ajuda no método, organização e dicas preciosas para a conclusão deste trabalho e por ter aceito o convite sem maiores restrições de participar da banca. Um agradecimento em especial à pesquisadora Junia Guimarães, que fez parte do processo de construção da pesquisa deste quando era somente uma idéia e também, por ter sido a responsável direta pelo meu interesse no tema. Aos pais e amigos, agradeço por terem compreendido minha ausência e em especial ao meu marido, agradeço a paciência, o carinho, e cumplicidade das noites mal dormidas.

Aos colegas da turma do Mestrado de 2004, pela força nos momentos difíceis. À Vera Aragão uma dessas pessoas que a gente não esquece jamais e para as amigas de todas as horas Priscilla Arigoni e Vivianne Mendonça eu gostaria de fazer um agradecimento especial, pois passamos incríveis momentos de total empolgação como também de desespero, sempre unidas e mesmo em alguns momentos à distância torcemos muito para que tudo acabasse bem.

Agradeço ainda, por alguns Anjos que passaram por meu caminho ao longo deste processo, contribuindo para o enriquecimento deste trabalho, como Vera Lima da Reserva Técnica do MHN e a queridíssima Kathia Castilho, com todo o seu conteúdo intelectual, acessibilidade e pela pessoa admirável que é.

“Acho que este preâmbulo não é inútil pois se quero comunicar alguma coisa esta noite é justamente a idéia de que há lucros científicos ao se estudar cientificamente objetos indignos.”

(Pierre Bourdieu, 1983)

## RESUMO

As reformulações do Rio de Janeiro no início do século XX encontraram na moda um elemento irradiador para conseguir, em parte, o objetivo de "europeizar" a cidade. O modo de vestir como demonstração de poder e status transformaram a roupa num símbolo de comunicação contendo palavras e signos próprios. A proposta é demonstrar pela moda, memórias da vida cotidiana das classes dominantes, sendo a roupa a forma material de representar os acontecimentos que marcaram as transformações da Capital e o imaginário social de uma época.

A construção de imagens atrativas que pudessem produzir vantagens competitivas é idealizada por muitas cidades (até hoje), formando um consenso em torno de que a economia local deve adaptar-se às forças externas do mercado e que as políticas públicas devem facilitar estas mudanças, que as ações devem ressaltar as vantagens comparativas construindo imagens de bons locais para os negócios e que devem ser valorizadas a coalizão das forças públicas e privadas para guiar e promover o seu desenvolvimento econômico. Essa busca leva a elaboração de planos estratégicos nos quais mesclam-se formas de elevar a auto-estima da população – construção de uma imagem vendável do local; promoção de territórios de oportunidades; exploração das potencialidades locais como negócios, maximização das infra-estruturas pela dinamização e revitalização urbana. Nesse contexto o desenvolvimento urbano aproxima cultura e economia.

Os novos modos comportamentais divulgados pela imprensa através dos textos, das ilustrações, charges e fotografias são variáveis importantes na adequação de um novo modo de ser. Regenerar a cidade foi um dos recursos utilizados pelo governo para atrair uma nova perspectiva para um novo modo de vida.

Por essas razões que a análise deste objeto se torna válida, pois gera a compreensão do modo de agir e pensar da sociedade em questão. A moda segue os preceitos morais, econômicos, políticos, religiosos e tecnológicos. Como um parâmetro social em sintonia com as aspirações de cada época – Está intimamente ligada à história do homem.

Palavras-chave: Memória. Moda. Rio de Janeiro



## ABSTRACT

The reconstruction of Rio de Janeiro in the beginning of the century XX found in the fashion an element radiate to get, partly, the objective of "Europeanizing" the city. The way of dressing as demonstration of power and status transformed the clothes in a communication symbol containing words and own signs. The proposal is to demonstrate for the clothes, memoirs of the daily life of the dominant classes, being the clothes the material form of the events that marked the transformations of the Capital and the imaginary acting social of a time.

The construction of attractive images that could produce competitive advantages is idealized by a lot of cities (until today), they formed a consensus around that the local economy should adapt to the external forces of the market and that the public politics should facilitate these changes, that the actions should emphasize the comparative advantages building images of good places for the businesses and that they should be valued the coalition of the public and private forces to guide and to promote the local economical development. That search takes the elaboration of strategic plans us which they mix forms of elevating the high esteem of the population; construction of a marketable image of the place; promotion of territories of opportunities; exploration of the local potentialities as businesses, maximization of the infrastructures for the catalyst and urban refreshing. In that context the urban development approximates culture and economy.

The new manners behavior published by the press through the texts, of the illustrations, political cartoons and pictures are variable important in the adaptation in a new way of being. To regenerate the City it was one of the resources used by the government to stop to attract a new perspective for a new life way.

For these reasons, an analysis of this language generates the understanding in the way of to act and to think of several times. The Fashion follows the economical moral precepts, politicians, religious persons and technological, as social parameter in syntony with the aspirations of the time – It is intimately linked the man's history.

keywords: Memory. Fashion. Rio de Janeiro

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	Avenida Central. Augusto Malta (07/10/1906).....	66
FIGURA 2	Avenida Central. Augusto Malta (s/d).....	67
FIGURA 3	“As diferentes fases da Avenida”, Agosto de 1903.....	72
FIGURA 4	Interior de uma loja na Avenida Central.....	74
FIGURA 5	“A obra do progresso”, (10/01/1906). BN.....	76
FIGURA 6	“Curioso contraste: ahi estão cinco filhas da mesma mãe (Prefeituras!!!! Acreditam?) , pois isso quer dizer que até para as ruas há ironia da sorte!” . BN. (03/04/19010).....	78
FIGURA 7	“Grita para ahi, grande megera!...Atenta esta linda rapariga” Calumnia X Sympathia Popular. (30/10/1904). AGCRJ.....	80
FIGURA 8	Recorte “coluna de modas”. (1907) Figueiredo Pimentel. BN.....	93
FIGURA 9	“Five o clock tea no ‘Bar’ da Praia de Botafogo”. (19/10/1907) BN.....	93
FIGURA 10	Anunciantes. (s/d).....	95
FIGURA 11	“A festa no Jardim Botânico”. (31/10/1907). BN.....	96
FIGURA 12	<i>Maison Blanche</i> . (1908). BN.....	97
FIGURA 13	Configurações do corpo dada pelo uso do espartilho.....	98
FIGURA 14	“Nossos instantâneos”. (outubro, 1907). BN.....	99
FIGURA 15	Blusa seda azul (cód. 025.839). Reserva Técnica, MHN.....	112
FIGURA 16	Casco veludo com forro listrado em seda (cód. 019.393). Reserva Técnica, MHN.....	113
FIGURA 17	Casaco veludo bordado, laço seda costas (cód. 017.128). Reserva Técnica, MHN.....	113
FIGURA 18	Pelerines. Reserva Técnica, MHN.....	114

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	A relação do tempo na moda.....	46
----------	---------------------------------	----

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AGCRJ – Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro

AV – Avenida Central

BN – Biblioteca Nacional

CÓD – Código

MHN – Museu Histórico Nacional

## SUMÁRIO

### INTRODUÇÃO

1	<b>A MEMÓRIA SOCIAL E A MODA: NEGOCIANDO SENTIDOS</b> .....	31
1.1	O SENTIDO DA REPRESENTAÇÃO.....	35
1.2	REPRESENTAÇÕES IDENTIDÁRIAS DA MODA.....	39
1.3	A MODA COMO DESPERTAR DE MEMÓRIA.....	43
1.4	A MODA COMO HISTÓRIA E MEMÓRIA SOCIAL.....	50
2	<b>VESTUÁRIO UTÓPICO E A NARRATIVA DA MODA</b> .....	61
2.1	A CONSTRUÇÃO DA APARÊNCIA.....	61
2.2	APARÊNCIA E REPRESENTAÇÃO: CONSTRUINDO O NOVO CENÁRIO URBANO.....	69
2.2.1	<b>Avenida Central: o cenário perfeito</b> .....	73
2.2.2	<b>Paris e sua contribuição com o novo jeito de ser</b> .....	78
2.3	O ESPAÇO IMAGINÁRIO DO RIO DE JANEIRO.....	80
2.4	A IMPRENSA E A DIFUSÃO DA MODA: O PAPEL DOS CRONISTAS.....	90
2.5	A ROUPA PERFEITA.....	101
2.6	OS HÁBITOS DA MODA.....	104
3	<b>OS MODOS DE SER DA MODA</b> .....	107
3.1	ADEQUAÇÃO DOS ESTUDOS DAS FORMAS VESTIMENTARES.....	107
3.2	ALGUMAS QUESTÕES TEÓRICAS SOBRE MODA.....	116
3.3	AS MARCAS DA MEMÓRIA SOBRE O CORPO DA MODA.....	123
3.4	“INCÔMODA MODA”.....	129
3.5	“PARADOXOS CONTEMPORÂNEOS” .....	133
4	<b>CONCLUSÃO</b> .....	136
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	141
	<b>ANEXO</b> .....	152

## INTRODUÇÃO

Este trabalho possui como objeto de análise a moda na produção da memória social. Uma memória social que revela a existência de diferentes modos de ser, compreender, sentir e de estar na sociedade. Uma moda que se relaciona na produção de uma nova configuração societária, estética e cultural; que revela a existência de modos de produção e de distinção social. Uma moda que mostra um outro modo de produzir, veicular e contar uma memória social. Neste trabalho, tomamos a moda em seu sentido estrito.

A moda, desde os primeiros anos do século XX, é uma preocupação e uma presença constante no cenário jornalístico do brasileiro e do seu cotidiano, ao menos no meio urbano, ela aponta e se revela em forma de linguagem social e estética numa sociedade que ganha complexidade em colocar-se face ao mundo capitalista e relações internacionais intensas. Para além do seu sentido estético e funcional, a moda constitui-se como parte de uma lógica empresarial, objeto científico e social valorizado a partir dos anos 50 e transformada em objeto de análise das ciências sociais nos anos 60. A moda é uma dimensão simbólica reconhecida na cultura ao longo de todo o século XX. A análise inicial, realizada ao longo deste estudo, nos remete ao enorme campo de possibilidades e riquezas desse objeto.

Analisando o tema, Barthes aconselha o emprego da palavra Moda, com inicial maiúscula, quando utilizada do inglês *fashion*, para se referir ao “fenômeno social, múltiplo, de amplas características, que causa efeitos e se deixa influenciar por aspirações e acontecimentos de época, de modo a conservar a oposição entre a

moda passageira, tendência ou estilo de uma determinada estação” (Barthes, 1979, p. 3). No caso do nosso estudo, concordamos com a definição sobre os fenômenos sociais e das amplas características que possibilitam no seu trato como fonte, no entanto, permaneceremos com inicial minúscula para o termo, pois utilizaremos definições de outros estudiosos do tema e também vamos buscar acrescentar e definir uma própria para a memória social. A princípio nos nortearmos pela a característica da moda como mobilizadora e desencadeadora de relações, sentidos, disputas e discursos que afirmam diferenças.

O que é Moda? Segundo Ruth Joffily (2002), ela é uma sucessão de acontecimentos, ou seja, ela pode ser um fenômeno cultural ou social que exige mudanças periódicas no estilo e que nasce da necessidade de conquistar ou manter, por algum tempo, determinada posição social; ela também pode ser traduzida nas relações gerais entre os seres humanos - conforme sexo, gerações, condição sócio-cultural. Ela (a moda) também é um conjunto de relações que cria uma imagem estética, mexe com os sentidos: visão, olfato, tato, audição, paladar através das cores, do sexo, das texturas, etc.

Como podemos observar, moda não se define tão facilmente, o próprio conceito apresenta as tensões e diversidades presentes no tema, e nem é a nossa intenção tentar fazê-lo. O que buscamos é apresentar ao longo de toda a discussão as várias maneiras de como a moda é apresentada e tirar partido de questões ou aspectos que melhor se enquadre no tema da memória social. Neste sentido, estamos conscientes que os conceitos e os modos de fazer moda são vários ao longo do período de análise.

Pode parecer um caminho arriscado depondo como falta de metodologia, mais perfeitamente justificável na forma de construção de um objeto relativamente

novo em alguns seguimentos do meio acadêmico.

Moda não diz respeito somente aos trajes e elementos que compõem e se repete no uso contínuo, trata-se de roupas que veiculam e produzem diferentes sentidos, expectativas, efeitos simbólicos e comportamentos, além da proteção às intempéries. Iniciar o estudo com ênfase na cidade do Rio de Janeiro na primeira década do século XX, nos fez refletir sobre as várias questões envolvidas sobre o comportamento humano e nas relações com o contexto. A moda é para este estudo a protagonista das relações do indivíduo com a coletividade; do público com o privado.

Não estamos interessados na História da Moda ou em seu desenvolvimento no Brasil. Tratamos de moda como objeto de Memória Social. A memória social compreendida como disputa social, como estratégia de afirmação de uma diferença e sentido simbólico. Portanto, tomamos a memória social como relações, disputas e estratégias sociais, discursivas e simbólicas datadas e influenciadas ou produzidas por sujeitos, projetos sociais específicos e dimensões espaciais reconhecidas (Moraes, 2000). Moda como uma mediação entre grupos sociais e indivíduos que reinventam sentidos e nexos organizatórios da sociedade, afirmando modos específicos de compreensão e de estar na sociedade. Portanto, ela empenha-se em demonstrar que existe um mundo próprio capaz de estruturar e articular grupos identitários. A moda estrutura e orienta padrões relacionais entre indivíduos e grupos sociais.

Moda como instrumento de memória social é perfeitamente compreensível pelo modo que o indivíduo ou grupos sociais se relacionam com suas respectivas roupas. A relação da roupa com a memória desencadeiam processos e manifestações que ficam no limiar entre a memória e o esquecimento.



Nossas roupas e adereços revelam nosso sexo, idade, classe social, ou mesmo nossa intenção comportamental e cultural de chocar, influenciar, orientar, resignificar expectativas, comportamentos e, muitas vezes fornecem informações importantes a respeito de nossa ocupação, origem étnica ou geográfica, gostos e estado de espírito. A vestimenta e o modo de vestir revelam sentidos e demarcam condições. A vestimenta e o modo de vestir não são linguagens de moda, mas podem expressar esta condição ou pretensão.

A moda é uma afirmação, e, portanto, demonstra as orientações, condutas, atitudes, incertezas e desgovernos de um tempo ou de um grupo social. Por estas razões, uma análise desta linguagem gera a compreensão do modo de agir e pensar de várias épocas. Analisando cada movimento transformacional dos tempos.

A moda segue, orienta e influencia os preceitos morais, econômicos, políticos, religiosos e tecnológicos, como um parâmetro social em sintonia com as aspirações da época. A moda é também uma linguagem social, um modo de dizer, se fazer compreender, colocar-se junto aos seus pares. Segundo Fausto Neto (2000) ao se revelar como linguagem ela assume a face de uma “prática social”. A prática social realiza-se como um processo, como uma construção, através de lutas permanentes, de resignificados sistemáticos, ela não é uma imposição, mas uma condensação e uma referência.

Segundo, Bruno Remaury, professor do Instituto Francês da Moda nós nos revelamos através do que vestimos, às vezes, quanto mais peças usamos, mais nos expomos. Este aparente paradoxo, numa sociedade como a brasileira, que valoriza os corpos desnudos e produz diferentes discursos valorizando o encontro entre o corpo e a natureza, estimula o imaginário entre a revelação e o capital simbólico, “bourdianamente” falando, que o corpo favorece e produz.

A vestimenta é ferramenta fundamental na organização social em diferentes culturas e civilizações; um dos fatores mais utilizados para a integração ou distinção entre as classes sociais. Pierre Bourdieu (2002) é o responsável por reflexões que ajudam a pensar e construir o nosso objeto. Seu estudo sobre distinção social será fundamental para a reflexão do tema. A categoria distinção social permite compreender os usos e discursos sobre a moda e sobre a vestimenta. Distinção não é um fenômeno “natural”, próprio à uma determinada classe ou permitida apenas a um grupo social e também, não é apenas uma condição socialmente e culturalmente adquirida, mas um processo de práticas, atitudes, modos de ser e comportamentos construídos em um determinado cenário social e histórico. Ela faz parte dos *habitus* de um grupo.

A vestimenta e a moda são partes diferentes de um único objeto. A vestimenta se inscreve nas preocupações da sobrevivência enquanto a moda é uma construção da modernidade. Ela é uma intencionalidade da modernidade. A vestimenta e a moda existem num determinado contexto histórico e cultural. Vestimenta e moda são fenômenos históricos e de Memória Social. Mas por que os seres humanos começaram a usar roupa? Quando e como tiveram a idéia de usar essa nova pelagem? Para os antropólogos existem dois motivos primordiais: proteger-se do frio, calor ou chuva e esconder a nudez. Admitindo que os primeiros seres humanos viveram em clima quente, seria por pudor?

Nossa pesquisa exige um encontro com o processo histórico, nele a roupa e suas aplicações marcam, representam e comunicam algo, considerando o contexto e dispositivos da época, permitem a produção e a compreensão do cenário. A roupa configura também uma linguagem específica, uma linguagem que só é compreensível àqueles que se envolvem ou se identificam com o seu sentido. Um

sentido que deve ser considerado historicamente.

Ao longo da história as cores, as formas, os materiais, os momentos e modos de usos foram indicativos de expectativas e respeito à regras sociais, culturais, religiosas de um tempo. Para os egípcios o branco representava pureza, quanto melhor o linho maior seria o reflexo da luz do sol (considerado um deus) ou a cor vermelha para os romanos, demonstração de poder e prestígio social. Os sentidos podem permanecer ou assumir outras possibilidades em cada cultura ou em cada tempo. As roupas da antiguidade e do moderno trazem as influências da racionalidade e do espírito da época, os materiais trazidos de diversas regiões, introduzindo cores nas roupas, e os novos processos produtivos.

Do ponto de vista do processo histórico, as mudanças ocorrem com maior frequência e intensidade a partir da segunda metade do século XVIII, a partir daí a moda é uma referência constitutiva do capitalismo e do modo de distinção social. A cultura das luzes produzia um novo sujeito.

Foi a partir do século XVII que a França, que contrastava com o puritanismo inglês e com a lógica protestante, começa a se colocar como grande produtora de moda. Surgem as primeiras publicações especializadas no assunto. Foi Luís XIV que começou a utilizar a moda para fins políticos, a superioridade era estabelecida através da moda e o prestígio da nação se baseava na aparência e no comportamento. O monarca parece ter sido o primeiro a assimilar que a aparência poderia ser utilizada para transformar a sociedade, transformar no sentido de neutralizar as forças de resistência e definir quem teria as condições ou possibilidades para aproximar-se e exercer o poder e o controle social. Mas o que se assiste, logo em seguida, é a decadência da nobreza francesa devido à política centralizadora do rei.

Houve uma mudança radical no século XIX, aprofundou-se a era da indústria, do trabalho e do dinheiro refletidos nos ternos pretos posicionando-se contra o mundo da aristocracia. Os ternos e as vestimentas como uma posição estética e simbólica. As mudanças nas vestimentas, o princípio da sobriedade e descrição e o uso de cores “neutras” redefinem a estética e a idéia de prestígio social. No mundo dos homens sóbrios, discretos e vestidos em roupas funcionais, somente as mulheres mantiveram a tradição da excentricidade, das cores, do volume e do exibicionismo uma vez que eram confinadas a uma vida privada em suas residências. Na verdade, os estudos historiográficos demonstram que existe uma relação, a ociosidade de uma mulher era proporcional ao sucesso financeiro de seu marido.

Na segunda metade do século XIX, a moda foi reinventada tendo contribuído para algo novo e diferente. A sociedade de massa começava a se constituir e a cidade adquiria novo sentido para o desenvolvimento da produção e da dominação social. Como podemos perceber, a moda não é uma decisão ou intervenção tomada por indivíduos ou grupos, ela é uma construção, uma interferência objetiva e estimulada no mundo social e comportamental, uma intervenção externa e intencional valorizada na perspectiva sobre o passado, empenhada em superá-lo, remete a uma interpretação do momento e do futuro.

Segundo Lipovetsky, anteriormente o que agregava valor às coisas era a fidelidade ao passado, as pessoas imitavam o que os ancestrais tinham feito tempos atrás. Antigos modelos eram copiados e esta era a fonte de valor do objeto, se refletirmos, veremos que algo totalmente diferente aconteceu com o surgimento da moda. Agora o que realmente contava era a novidade isso sim significava estar na moda, o importante era mudar e não parecer com gerações anteriores.

A moda, é portanto, segundo os profissionais deste campo, um dos mais sensíveis indicadores do peculiar “espírito do tempo” que constitui a base de toda a valoração estética e crítica de um determinado período histórico. É, contudo, um fenômeno transitório (um fenômeno produzido para ser transitório). Uma moda tenta sempre fugir do passado, mas acaba, desta forma, por criar o seu próprio passado.

Segundo Roland Barthes (1979), “a Moda do ano recusa dogmaticamente a Moda que a precedeu, isto é, seu próprio passado; toda Moda nova é recusa de herdar, subversão contra a opressão da Moda antiga”. Portanto, a moda não é uma relação pacífica ou um compromisso em acatar o que existia, trata-se de uma produção permanente de tensão relacional e simbólica, ao subverter com a estética, novos materiais e processos produtivos a opressão da moda antiga. Contudo, ela não é necessariamente contra o antigo e demonstra que existe espaço para um novo que se expressa no comportamento e na estética.

A moda, como sistema simbólico e relacional, como produção organizada e legitimada por seus pares, segundo critérios próprios ao campo, não é arbitrária, tem uma razão de ser. A saia, o adorno de hoje não pode ser o mesmo do tempo das nossas avós ou bisavós. Mas, a moda se permite tomar estes elementos como referência para resignificá-los. Ela acompanha e estimula modificações e modernizações técnicas, sociais e culturais - que exigem adornos adaptados aos novos tempos. No imaginário social, de uma sociedade que exige mudanças permanentes e constantes, considera-se que o indivíduo e os grupos sociais estão submetidos ao processo sistemático e obrigatório de mudanças.

A mudança não seria um movimento ou um processo histórico, mas uma fatalidade ou condenação que moveria a História. Neste sentido, a moda é uma das expressões desta condenação. A mudança, neste modelo social e simbólico, além

de uma condição configuraria um “direito natural”. Existe uma compreensão de que a própria moda vive como um Direito, o direito natural do presente sobre o passado. Memória como uma referência estética e comportamental. Memória como uma representação social e imaginária de uma época. A Memória como um modo de dizer de uma época e parte do imaginário que a época produz e que se produz sobre um determinado momento.

A moda como referência é uma estratégia de resistência. Referência e resistência resignificam e consolidam relações sociais. A moda é uma linguagem que atribui acesso à informação e ao sistema simbólico de um grupo social. Portanto, referência e resistência afirmam valores, comportamentos, crenças, ações, elas só se tornam possíveis quando existem como alternativa e reafirmação de identidades sociais, num sistema simultâneo de negação e afirmação.

A moda distingue, no sentido utilizado por Bourdieu, e esta distinção remete à diferenciação, que por sua vez separa, hierarquiza e organiza os sujeitos e os grupos sociais, demonstrando em que medida e em que sentido uma pessoa ou um grupo se difere de outros. A moda ao distinguir exige uma atitude que demonstra que só alguns possuem a capacidade e o privilégio de portar-se, possui o privilégio ou a honraria de determinados procedimentos, o acesso a alguns valores e hábitos. A moda sendo uma linguagem é também um operador que a isola daquilo que a cerca, considerando os atributos acidentais ou qualidades essenciais.

No século XX, tratando-se de uma vigorosa indústria cultural de dimensões planetárias, a moda não cede espaço ao acaso, ela controla e regula os tempos, as necessidades e as demandas individuais e coletivas, embora a surpresa e a criatividade reafirmem o seu papel da arte e inovação.

O vestuário é parte da memória coletiva das sociedades, ele também é

formulador desta memória. Nem todos os grupos e classes sociais de uma determinada cultura e conjuntura se utilizam e fazem da moda sua expressão, mas ela não lhes é indiferente. Os indivíduos, os grupos e as classes sociais tomam partido e posicionam-se face ao que ela produz ou viabiliza. As modas capturam o presente e tornam-se, desta forma, emblemas do tempo para as gerações futuras.

A moda, como uma prática social, faz parte das grandes experiências e discursos que envolvem os indivíduos e os grupos sociais. Neste sentido, a moda é um fenômeno de memória social. Ela ativa situações e faz referência a um tempo e um cenário, ela desencadeia ou facilita articulações. O mesmo acontece com as experiências individuais. Muitas vezes, nos lembramos de uma ocasião específica pelo tipo de roupa que vestimos. No imaginário social, existem roupas específicas para cada acontecimento, cada acontecimento ou evento exigem uma vestimenta, ou existem modos específicos de vestimenta para cada situação. Nas modernas sociedades ocidentais (Hobsbawn), é usual a idéia de roupa de festa, roupa de enterro, roupa de casamento, entre outras. Os trajes fazem parte de nossa história pessoal por estarem intimamente envolvidos com os eventos mais importantes de nossas vidas. Os trajes fazem parte dos modelos e relações que envolvem os cerimoniais e os eventos, são descritos como parte e condições para se ter acesso ou não a um determinado acontecimento. Desta forma, a moda também pode ser considerada uma extensão da memória.

## **A PESQUISA**

A partir das análises em periódicos, de grande circulação da época, como a *Fon Fon*, *Gazeta de Notícias*, *O Brazil Elegante* e o *Jornal do Brasil* entre os anos de 1900 a 1910, foi possível reestruturar juntamente com os dados textuais dos

livros e artigos, uma reflexão da sociedade em questão da dita *Belle Époque* carioca. Neste sentido, o papel e as representações sobre o Rio de Janeiro como lugar de memória (Nora, 1996) ganha destaque. Esses fragmentos de memórias foram um dos principais pontos de partida na elaboração desta pesquisa.

A elaboração e concretização deste trabalho foram feitos de modo a atender os requisitos adotados para um melhor entendimento a respeito do tema, ou seja, preferimos explanar de forma exaustiva as várias definições e uso do termo moda, logo na introdução, pois estes foram os referenciais deste estudo.

No primeiro capítulo, procuramos partir das discussões e explicações acadêmicas sobre o tema da memória social e como a moda, pode ser um excelente recurso de valoração dessas memórias.

Trabalhamos com vários autores que desenvolveram o tema da memória social dentro de suas linhas de pesquisa, no entanto, preferimos não nos prender somente a um, e sim, destacar os vários pontos de vista destes autores, para obtermos uma maior compreensão e riqueza para o nosso próprio objeto.

Tanto a moda como a memória social, segundo Gondar (2005) são saberes em permanente construção, e, como tal, se alojam num território móvel onde ocorre uma multiplicidade de definições. São saberes complexos que não cabem em uma única definição ou não são definíveis, no entanto, são passíveis de serem deflagrados.

Se a memória faz parte de um contexto afetivo num campo de relações a moda será o deflagrador das impressões e lembranças desse campo de forças. A moda e a memória serão compreendidas em seu sentido simbólico. Se a memória social elabora-se sobre o processo histórico-social e num contexto espaço-tempo



preciso, a moda será o objeto memorizável dessas ações.

No segundo capítulo, analisamos o lugar de memória na moda, tendo como pano de fundo dessa narrativa as atitudes de Pereira Passos, como o grande “(re)modelador da cidade”. Como trabalhar os vestígios de uma época através dos objetos deixados nos museus e arquivos - O que deve ser lembrado e o que deve ser esquecido? O papel da cidade como lugar e quadros da memória. A contextualização desse espaço temporal como norteador inicial das alterações comportamentais de uma classe burguesa urbana em ascensão. A memória será construída e reconstruída ao longo de todo o trabalho.

As comparações entre os textos jornalísticos e as imagens (aqui entendidas tanto na forma de charges como de fotografias), também permearão este capítulo, na forma de sub-itens. Compreendemos que o recurso à utilização de imagens pretende demonstrar a força e a presença do visual e do imagético na constituição e na permanência da memória. A Imagem é uma armadilha que dificulta o esquecimento. O uso da imagem, elas mesmas produtos de uma seleção, não pretende constituir um elemento que comprova, como lógica funcional, nossas idéias, mas é parte da permanência de determinadas idéias e valores que orientam crenças e discursos.

Benchimol, Bertolli, Sevcenko são alguns, dos muitos historiadores, que refletiram sobre as mudanças arquitetônicas, históricas, sociais e culturais da primeira década do Rio de Janeiro. Estas reflexões colocavam no centro do debate o indivíduo no cenário urbano que se pretendia moderno. Ele era ao mesmo tempo um ator solitário e um agente social de mudanças. Era um pouco a cidade em movimento, uma cidade que se renovava sem conseguir ser nova ou esconder o que havia nas outras regiões e nas antigas relações, a condição do novo e do tradicional.

A convivência de tempo e expectativas convivendo.

O Rio de Janeiro era mais que um espaço geográfico, social e político-administrativo onde situava-se o centro do poder, era também o espaço do imaginário e das diferentes representações sociais sobre o urbano e o modelo social importado dos centros do capitalismo. O Rio de Janeiro, era um ideal presente em diferentes discursos, uma cidade imaginada por poetas, escritores, compositores, artistas plásticos, políticos, intelectuais. Tratava de uma cidade ideal na produção de uma alternativa de mudança. Neste sentido, algumas realidades e situações eram desconsideradas ou secundarizadas nos discursos e representações, principalmente para os grupos mais populares. Um grupo cercado por tensões e contradições, num cenário hostil dominado por “máquinas” políticas e econômicas.

Partimos do pressuposto que a parte central do Rio de Janeiro, então capital da República, foi totalmente destruído/ apagado, na busca de um novo modelo de reestruturação urbanística calcado na aparência de suas formas, então podemos dizer que este novo modelo que se erguia tinha um comprometimento em evidenciar não somente um novo espaço físico, mas também uma nova forma organizacional da sociedade, ou seja, mudanças estruturais profundas nos modos de ser, ver e sentir o espaço físico e mental da cidade e dos indivíduos.

No entanto apagar, destruir ou remodelar não esgotam a memória e os vestígios das cidades nem física, nem arquitetônica, nem discursiva e nem culturalmente. A cidade mesmo quando renovada não apaga todos os vestígios humanos e comportamentais que conviviam neste espaço. Este é o papel dos registros e lugares que guardam essas memórias. Principalmente, a cidade antiga ou renovada, pois ainda vive na memória, nas representações e nos discursos da população. Principalmente, ela ainda vive e pulsa nos diferentes registros -

patrimoniais ou imaginários - da cidade.

Neste momento, os principais recursos utilizados foram: os livros, para situar historicamente o rumo da pesquisa; os artigos, fotografias e charges dos jornais da época, encontrados na Biblioteca Nacional e Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro.

Para o último capítulo, refletimos, analisamos e nos sustentamos nas discussões teóricas e pelo diálogo transdisciplinar entre campos específicos como a História, a Sociologia, a Antropologia e a Teoria da Comunicação e demos início, também a algumas questões contemporâneas sobre as novas abordagens e métodos de se conceber o estudo da moda.

As discussões apontadas no terceiro capítulo dão continuidade ao que foram abordados no primeiro e segundo em relação às diversas definições da moda como variante de memória social. Outras questões, como o corpo, foram incorporadas na busca de uma maior autenticidade ao estudo da memória pela moda, pois o corpo se relaciona direta e intimamente com a roupa e esta é uma das formas de manifestação do ser humano para e com a sociedade. Sem o corpo não haveria vestimenta, este é o espaço e o ponto de partida para toda a relação que liga o ser particular, privado, com o ser público.

O corpo não foi e nem é o nosso objeto principal, mas ele e a moda dependem um do outro para convergir num dado temporal. O corpo dessa moda é importante ser citado, porque involuntariamente, ele será e foi, considerado uma extensão de memória. Pois ao abordarmos a memória da moda na década de dez, não podemos deixar de fora as marcas desses corpos modelados pelos espartilhos - deformadores que foram para as mulheres no início do século passado. Ele (o corpo) será parte de um dos sistemas de conexão do padrão estético dessa época.

Será mais uma forma de ação no momento em que estou lhe dando com uma realidade distante e como isso afeta diretamente a lembrança neste dado temporal.

Os procedimentos adotados para a realização deste trabalho, foi primeiramente a coleta de dados: periódicos da época; colunas escritas pelo cronista Figueiredo Pimentel e outros. As fontes utilizadas foram as fotografias de Augusto Malta, fotógrafo contratado por Pereira Passos para registrar em imagens as transformações por que passaria o Rio de Janeiro, fornecendo um rico material das cenas urbanas de antes e depois do famoso “bota-abaixo”, suas fotografias encontram-se em vários locais, no meu caso, trabalhei com o Museu da República e com o Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro (AGCRJ), que na minha opinião, é onde encontra-se o melhor acervo das fotografias de Malta. Trabalhei também a coleção de peças de indumentária da Reserva Técnica, do Museu Histórico Nacional (MHN), onde se pode “tocar” nas roupas usadas pelas mulheres do início do século, atestando o tecido e o acabamento dessas peças.

Após a coleta o que fizemos foi confrontar esses recursos entre si na elaboração e conclusão deste trabalho. Ordenando e reorganizando suas posições estratégicas não só como fonte ilustrativa, mas também, como uma fonte de conhecimento na construção de um saber científico, com critérios específicos a julgar pela dificuldade de elaborar uma metodologia apropriada para estudar este objeto.

O campo da moda, como objeto de estudo para a área acadêmica, nunca foi bem aceito. Mesmo as contribuições decisivas da “História Nova”, que modificava a relação do saber com as fontes e modos de apreensão e apresentação do real, não foram capazes de conviver com alguns temas. Eles só são aceitos num momento de forte revisão dos paradigmas científicos. Esta situação, em relação ao tema de

nosso estudo demonstra e explica a pequena produção científica brasileira neste setor. A carência teórico-metodológica só confirma o grande preconceito que este objeto ainda sofre nas instituições de ensino. Apesar de vários indicadores contemporâneos sugerirem que este campo está em franco processo de consolidação.

As figuras que fazem parte deste trabalho encontram-se no corpo do texto, pois julgamos que sua compreensão está para a análise do discurso tal como os textos utilizados para a construção e elaboração deste estudo.

## Capítulo I

### **A MEMÓRIA SOCIAL E A MODA: NEGOCIANDO SENTIDOS**

Neste capítulo vamos procurar apresentar, entender e demonstrar o papel da moda para a memória social.

Tal como a construção teórica de memória social, a moda, numa perspectiva adotada a partir do modelo de análise proposto por Gondar (2005), também é um território móvel, cujas fronteiras alojam uma multiplicidade de definições. Existem diversas maneiras de se conceber ou abordá-la, envolvendo posições teóricas, éticas, políticas e etc. Segundo a autora, a memória se exerce também numa esfera irrepresentável, o que imprime uma idéia de uma condição de imaterialidade: modos de sentir, modos de querer, pequenos gestos, práticas de si, ações políticas inovadoras. A memória social da moda é, além da história e da memória da elegância e da distinção, a possibilidade de produção de uma memória de subjetividades individuais e sociais, modos de ser, sentir e estar coletivamente demarcando individualidades.

No contexto mítico de Platão, segundo Rosário (2002), recordar significa resgatar um momento originário e torná-lo eterno em contraposição à nossa experiência ordinária do tempo como algo que passa, que escoia e que se perde. A recordação, como resgate do tempo, confere desta forma imortalidade àquilo que ordinariamente estaria perdido de modo irrecuperável sem esta re-atualização. Trás de novo a presença dos Deuses, os feitos exemplares que forjam os heróis e que perseguimos ainda hoje como modelos exemplares, nos coloca novamente em

presença das tradições dos antepassados que nos tornaram o que somos. Assim, como dissemos, o papel da memória não é apenas o de simples reconhecimento de conteúdos passados, mas um efetivo reviver que leva em si todo ou parte deste passado. É o de fazer aparecer novamente às coisas depois que desaparecem. É graças à faculdade de recordar que, de algum modo, escapamos da morte que aqui, mais que uma realidade física, deve ser entendida como a realidade simbólica.

A memória parte da valorização do lembrar determinado momento ou atitude, no entanto este “lembrar” sugere a possibilidade da escolha entre a lembrança e o esquecimento. Na verdade quando nos referimos à memória social ela não pode ser enquadrada como conceito, no sentido clássico - universal, segundo o modelo científico anterior, valorizado pela historiografia, ao do modelo da “História Nova”, pois esta em processo de construção, e isto a torna dinâmica. Moraes (2000) comentando a análise de Halbwachs demonstra que pensar e viver a vida em complexas estruturas sociais implica em admitir e conviver com novas instituições e inserções culturais e institucionais, neste sentido o papel da memória e do esquecimento seriam similares, “os dois são seletivos e utilizados segundo interesses e estratégias conjunturais”.

A memória social é uma intervenção sobre o mundo e as relações sociais que não se esgota no momento de sua manifestação, ela é um momento da sua elaboração. Não sendo História, a Memória Social é elaboração sobre o processo histórico e social. A memória social se dá num contexto espaço-tempo preciso. A memória é um ato coletivo, vivido em algum contexto sócio-relacional. A memória social, segundo Moraes, como processo de seleção, organização e hierarquização da lembrança e do esquecimento obrigam a produzir uma estratégia e uma definição de prioridades.

A memória para Halbwachs, está articulada ao “fato social” como estudado por Durkheim. O fato social elaborador e organizador do modo de ver, sentir e viver de um determinado grupo social é o ponto de partida para a compreensão das relações sociais e das elaborações e representações simbólicas e relacionais que moldam e orientam os sujeitos e suas visões de mundo.

Para o autor a memória individual enquanto parte do sujeito esta ligada ao grupo. O ato de lembrar trás impregnado características do presente, ou seja, o indivíduo vive o momento em conjunto com os grupos a qual ele pertence.

Ele vive a memória social a partir dos acontecimentos e demandas presentes que desencadeiam a produção de sentidos. São fatos ou eventos que influenciam o cotidiano que favorecem a recuperação ou à produção de memória. Halbwachs caracteriza “construção da memória”, onde cada qual possui sua própria representação de si mesmo e das coisas, mas são levados a acreditarem que essas representações são comuns ao grupo e é essa representação que faz o determinante de aceitação nas relações deste grupo.

Segundo o autor, a nossa memória individual faz parte de um processo de construção de uma representação, e isso só é possível, porque pertencemos a uma determinada esfera social, dominamos e manipulamos códigos e atitudes conhecidas e valorizadas por outros. As influências do que ele chama de grupos de referência, ajuda nessa construção. Para Halbwachs a existência de outros grupos e representações sociais ameaçam a posição do indivíduo quando este se nega a negociar a existência social. A representação social é um elemento de mediação simbólica entre os componentes de um grupo social que, segundo Moraes (2000), serve para lembrar, enfatizar, construir ou reinventar aquilo que está próximo ou distante, ou “aquilo que está por vir ou que se expressa como desejável”.



Nota-se que neste estudo, essa construção parte de várias vertentes, tanto, materiais como imateriais. O que o autor pretende dizer, é que na realidade o sujeito não existe em sua memória pura, contrariando os estudos de Bergson, pois o que percebemos em nós mesmos são influências que derivam de vários meios, ou seja, os fatos sociais que aparecem não só como processo do meio em que vive, mas também como formas materiais na construção dessa memória, tal como, a influência do ambiente físico. Esta diferença em relação a Bergson pode ser explicada pelo olhar destes investigadores sociais, Bergson, ao contrário de Halbwachs, emprestava importância e ênfase aos atributos psicológicos.

Para Bergson o espírito conserva o passado na sua inteireza e autonomia, para Halbwachs lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar com imagens e idéias de hoje as experiências do passado.

O que podemos perceber dentro deste estudo da memória coletiva de Halbwachs é que se encontram presentes conceitos que deram origem à questionamentos e levantamentos de outros autores. O pensamento de Halbwachs permite compreender que a memória social sobre um determinado tema, situação, personagem, relações ou acontecimento não são únicos. Toda memória social é partilhada e valorizada pelo grupo, portanto, ela se inscreve como uma das memórias possíveis sobre o objeto de construção simbólica.

Encerraremos momentaneamente com o conceito de movimento de Deleuze onde se justifica o ato da escolha, e ele nos diz que conceitos são criações, são inventados de acordo com determinados interesses, nunca são neutros e sempre responde aos nossos interesses.

O fato de iniciarmos nossa análise com esses autores contrapondo suas teorias é pertinentes à este estudo de forma a concentrarmos e entendermos

melhor a questão das representações e modos de ser que serão melhor analisados no segundo capítulo, contextualizando o nosso corte temporal.

Halbwachs, apesar de ser questionado pelos vários autores contemporâneos, nos dá dica das formas representacionais de si mesmo e de si para os outros, ajudando-nos a compreender melhor este sistema simbólico do parecer ser o que não é.

## 1.1 O SENTIDO DA REPRESENTAÇÃO

A palavra representação possui diferentes sentidos e pode permitir diversos usos, por vezes contraditórios. Representação é uma exposição ou justificativa ou também uma reprodução daquilo que se pensa. Uma possibilidade para a palavra representação é no seu sentido de encenação, segundo Moraes, encenar não é um gesto de desqualificação ou de manipulação do real, mas uma expressão. Ato ou efeito de representar (-se).

O tema das representações, muito abordado no campo das ciências humanas, principalmente a partir da segunda metade do século XX quando os modelos teóricos totalizantes foram intensamente questionados, se faz presente em várias abordagens teóricas para tentar explicar os objetos em estudo. Trata-se de um esforço no sentido de permitir ou fazer conviver, no plano científico, diferentes vozes e perspectivas. As variadas formas de esclarecer o significado do que é representação encontra-se nas várias vertentes de estudiosos ávidos a “absolutizar” essa noção.

Em particular, a noção de representação social, para este estudo se torna

necessário para operacionalizar os usos e conceitos aqui aplicados.

Partindo de um pressuposto que trata da relação entre realidade e ilusão, para Nobeit Elias, segundo Jurandir Malerba (2000), no momento em que os homens passam a alargar seus domínios sobre o mundo, em particular sobre aquilo que designamos “natureza”, começa também a interrogar-se sobre o que é ou não verdadeiro, real, objetivo, e o que é apenas pensamento, ilusão, impressão subjetiva e, como tal, desprovido de realidade.

Outro problema sugerido pelo próprio autor, é a nossa idéia de verdade no conhecimento, que para ele é preciso que superemos esse hábito que condiciona o nosso pensamento a separar o real e o abstrato; na separação do sujeito e seu objeto.

Não é raro encontrarmos como um procedimento didático às várias possibilidades de explicar a representação de forma ordenada, através da língua como forma de linguagem e conhecimento, quando a criança aprende uma língua, recebe junto com ela um fundo social de conhecimento da sociedade em que se encontra, ao qual se acrescerá, futuramente, sua própria experiência de vida. Por outro lado a discussão à respeito da emancipação simbólica traduz a força do objeto “ os símbolos permitem às pessoas diagnosticar objetos particulares, determinar sua natureza e seu lugar no universo, e discutir entre si sobre objetos específicos na ausência destes.” (MALERBA, 2000, p. 209)

Os novos desenhos das ruas, mais amplas, as novas formas arquitetônicas, melhores trabalhadas no próximo capítulo – irão produzir em seus habitantes (grupos específicos) um novo *habitus*. Essas representações não se resumem à uma “exibição” dos cidadãos como estivessem num palco, mais do que isso, presume a real identificação, a repetição “mística” ou a rerepresentação do

acontecimento.

A questão da credulidade das representações funda-se, para Bourdieu, no conceito de *habitus*,

**A crença situa-se fora do “cálculo racional” dos indivíduos - dentro portanto, do *habitus*, ao lado da norma expressa e da ação racional**, constitui-se em um dos “*principes générateurs des pratiques*”, que, ao possibilitar aos indivíduos uma conduta regular, os provê da capacidade de previsão [...] **Essa espontaneidade geradora, que se afirma na confrontação improvisada das situações que não cessam de se renovar**, que definem ‘*le rapport ordinaire au monde*’ (MALERBA, 2000, p. 216, grifo nosso).

Assim como as representações não são “projeções”, reflexos de uma realidade material, o conceito de *habitus* em Bourdieu evidencia suas capacidades “criadoras”, formadoras - mas não no sentido de uma razão universal ou de um espírito absoluto. Segundo Malerba, ao contrário, o *habitus* talvez melhor se defina como os limites de ação, das soluções ao alcance do indivíduo em uma determinada situação social concreta. É, portanto, um produto da história que produz práticas individuais e coletivas e que estabelece os limites dentro dos quais os indivíduos são “livres” para optar entre diferentes estratégias de ação.

Para Arantes (1988), o conjunto de obras e tendências projetuais, não por acaso, é responsável pela credibilidade do espectador em si. Pois o “palco” dessa irrealidade experimentada pelos cidadãos é a própria cidade. É na metrópole “moderna” que se dá a disciplina tátil do olhar, é na arquitetura da cidade que se encontra a matriz dessa civilização do simulacro, abordaremos melhor o tema no capítulo II, com a própria autora. É mais um campo de forças técnicas e artísticas de tal modo dispostos que nele germina o embrião daquele mundo de faz de conta no qual se exprime a lógica cultural do capitalismo avançado.

Começar a refletir sobre essa mudança do hábito, na burguesia urbana, pressupõem um conjunto de acontecimento que irá gerar tal situação. Primeiramente as novas construções iniciadas com as reformas urbanísticas pretensiosamente de gosto parisiense exprimiam uma identificação, e mais do que isso, um afastamento da cultura local. A linguagem arquitetônica também é uma forma de expressar o Espírito do Tempo, tal como é para a moda.

Para Gilda de Mello e Souza:

as unidades básicas da moda, são, como vemos, as mesmas das demais artes do espaço, e por isso é possível que, independente da vida efêmera e dos objetivos mais imediatos, se ligue de alguma maneira às correntes estéticas de seu tempo. Principalmente à arquitetura e à pintura (SOUZA, 1987, p. 34).

Segundo a autora esta conexão se efetua de tal maneira que as extravagâncias da arquitetura encontram-se, passo a passo, traduzidas nas roupas masculinas. Onde os temas invariáveis do industrialismo (abóbadas, túneis etc), imprimem-se no subconsciente e o homem se torna cilíndrico, com suas calças, cartola e sobrecasaca. A arquitetura afetou a roupa, as roupas modificaram a anatomia.

O *Art-Nouveau*, aparece em vários tipos de peças que consolidou este estilo e foi difundido pela Europa, que foi aceito pelo artesanato de vanguarda e assim introduzido na moda. A linha em “S” da silhueta feminina, seguia a concepção do estilo que dava ênfase às curvas.

Poderíamos dizer que seria num primeiro momento do uso da imagem (fotos, os novos contornos arquiteturais e etc...) mercadoria, da qual conhecemos hoje. O capitalismo começa a se preocupar predominantemente com a produção de signos e imagens, e não mais com as mercadorias propriamente ditas. A moda, imersa neste

sistema é o campo ideal para conter esta multiplicação de signos e imagens; mas deve-se ter o cuidado em inseri-los paradoxalmente, num sistema simbólico. Estes signos e imagens apesar de serem voláteis e efêmeros não meras são representações e muito menos estruturas ocas e vazias que desprezariam o conteúdo. Ao contrário, eles são o próprio conteúdo, a própria realidade.

A vestimenta é uma parte da moda, pode segui-la ou não, é através das aproximações desses fenômenos e suas comparações com os sistemas históricos que, utilizando-se do método de Bloch (1997), procuramos aproximar ao mesmo tempo as generalidades que formam as estruturas da história que normalmente são submetidas ao acaso e à individualização, e reconhecer do mesmo modo a especificidade, a originalidade de cada época, de cada sociedade, de cada civilização.

## 1.2 REPRESENTAÇÕES IDENTIDÁRIAS DA MODA

A compreensão que a memória é uma construção social. Uma construção através da organização das percepções e experiências que encontra na moda um aliado que produz um cronograma e permite a compreensão da expressão de uma hierarquia entre os indivíduos. A moda produz um processo de identificação de data e ela permite a manifestação de um contexto que cabe ao investigador demonstrar com base no método e na teoria. As memórias individuais e as referências e usos coletivos da moda consagram referência de si e dos outros.

Para Pollak a memória é um fenômeno construído que em nível individual podem ser conscientes como inconscientes e há uma ligação fenomenológica muito

estreita entre memória e sentimento de identidade. O autor expõe memória como fenômeno construído quando:

[...] falo em construção, em nível individual, quero dizer que **os modos de construção podem tanto ser conscientes como inconscientes**. O que a memória individual grava, recalca, exclui, relembra, é evidentemente o resultado de um verdadeiro trabalho de organização. Se podemos dizer que, em todos os níveis, a memória é um fenômeno construído social e individualmente, quando se trata da memória herdada, podemos também dizer que há uma ligação fenomenológica muito estreita entre memória e o sentimento de identidade. **Aqui o sentimento de identidade esta sendo tomado no seu sentido mais superficial, mas que nos basta no momento, que é o sentido da imagem de si para si mesmo e para os outros. Isto é a imagem que uma pessoa adquire ao longo da vida referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si própria, para acreditar na sua própria representação, mais também para ser percebida de maneira como quer ser percebida pelos outros.** (POLLAK, 1992, p. 204)

O recurso do uso de Pollak permite o estabelecimento da relação da memória com a identidade no esforço de acreditar e fazer acreditar e, portanto, consolidar uma representação para si e para os outros. Stuart Hall (1997) relaciona identidade com sentimento ou busca de produção de pertencimento, seja no plano individual ou coletivo. Pertencer é integrar-se a um grupo e a um modo de perceber e produzir relações estáveis e permanentes. Esta idéia de identidade está relacionada a possibilidade de uma sociedade orientada por valores de continuidade. Neste sentido, a moda que representa adequação ao novo e a mudança constante viabiliza a continuidade social.

Dentro desta questão proposta por Pollak encontramos o fio condutor da memória com os acontecimentos de reurbanização da cidade e também com a moda. Tanto um como o outro são melhores compreendidos quando colocados dentro da esfera da subjetividade dos modos de sentir e fazer de determinados códigos sociais.

Reconhecemos, que à primeira vista, o fenômeno - moda, parece antes marcado por uma continuidade social-histórica que pela descontinuidade. Exibir seu nível de riqueza, despende em pura perda, mostrar-se generoso e mecenas, nada disso desapareceu e continua a funcionar, sob muitos aspectos, como norma social obrigatória. O esnobismo, o desejo de parecer rico, o gosto de brilhar, a busca da distinção social pelos signos demonstrativos, tudo isso está longe de ter sido enterrado pelos últimos desenvolvimentos da cultura mercantil.

A moda é, como objeto de análise científica, um fenômeno intencional, é um ato de decisão, produz uma sensação e uma idéia de pertencimento e de comunidade. Ela implica o sujeito no seu contexto. A moda era, no início do século XX, um referencial ou condição das mudanças anunciadas ou desejadas, ela promovia vestígios de inserção da sociedade local numa expressão reconhecida como relevante, ela apontava a existência de uma circulação de moeda e de uma troca permanente entre culturas e mercados. Souza (1987) demonstra que a moda ao mesmo tempo possui ou permite uma postura estética de expor os seus usuários também tem uma forma latente de disfarçar os verdadeiros objetivos. Neste pressuposto paradoxal em que a moda se situa que se tornara válido tê-la como objeto principal desta pesquisa. Ela (a moda) dará conta ao mesmo tempo de todo um processo dito “civilizacional” como também, na sustentabilidade da construção de uma memória social.

A moda produz sentidos sobre um tempo, tanto para os usuários como para os que se refere a sua existência. Isto incluía diferentes profissionais e portadores de expectativas sociais. Neste sentido, a moda só é possível e só se manifesta quando há uma expectativa de orientar valores e atitudes em relação ao futuro. Quando o homem pretende intervir nos rumos de um tempo e dos outros indivíduos.



Del Priori (2000) demonstra que a concepção de moda que o ocidente tomou como modelo social de comportamento e expectativa possui uma história. Segundo a autora, no mundo ocidental, em particular na Europa iluminista e de mudanças sociais velozes, entre os séculos 16 e 18, as roupas tinham papel político-social fundamental para as mudanças vividas naquele instante: as vestimentas serviam para deixar claro as classes de quem as vestiam. "Na forma e na cor, elas significavam uma condição de vida". Segundo a autora, os tecidos faziam mais que cobrir, enfeitar ou proteger o corpo, eles produziam uma mensagem, eles informavam a origem e a condição do indivíduo. Portanto, ela exigia que os códigos e sentidos fossem partilhados ou conhecidos. Segundo Del Priori, os bordados luxuosos eram privilégios da aristocracia, através deles produziam um conhecimento e uma identidade, para não serem confundidas com as pessoas das camadas emergentes e, principalmente com as de classes populares. Ao distinguir, a roupa orientava as condutas e atitudes.

A moda possibilita a investigação de uma época pelo impacto e pela curiosidade que ela produz entre as populações. O modo de vestir e se portar, os elementos presentes nas roupas, os materiais utilizados estimulam a curiosidade. Neste sentido, a moda não quer ser esquecida. Ela incendeia o imaginário e estimula a investigação sobre os modos de vida. A moda para ser entendida deve ser compreendida como uma dimensão que se torna coletiva, deve ser algo entendida e vivenciada coletivamente.

A moda sendo um dos mais sensíveis indicadores do peculiar "espírito do tempo" (Köhler, 2001) e por esta inserida no tempo e possuir uma participação ativa nele, constitui a base de toda a valoração estética e crítica de um determinado período histórico. Tal como proposto por Laver (2002), a moda não é estudada

apenas como um espetáculo ou acontecimento do acaso, da estética ou desprovida de um contexto e de uma fundamentação, ela é um componente do processo da História de produção do cotidiano, com feitos para as pessoas comuns e seu dia-a-dia. O jeito de se vestir e o que e como se veste é mais uma forma de diminuir a distância em relação ao passado. No caso da sociedade brasileira, em que a moda está ainda relacionada ao gênero, ela permite conhecer as mudanças e evolução do papel da mulher na sociedade. Balzac em 1839, já tinha observado que para a mulher o vestido é uma manifestação contínua de pensamentos íntimos, uma língua, um símbolo.

A moda é aqui, compreendida em todos os âmbitos que sob um ou outro aspecto são aflorados e dominados por ela, ou seja, adorno, mobiliário, arquitetura, comportamento, linguagem falada e escrita e etc. Ela tece comentários e se relaciona com todas as dimensões que cercam o homem, com o seu tempo e, ao mesmo tempo, neste mesmo processo, ela procura estabelecer relações críticas com este mesmo contexto. No imaginário social e nas relações de produção e veiculação da moda existe uma intrincada articulação e interdependência da moda em relação à indumentária.

### 1.3 A MODA COMO DESPERTAR DE MEMÓRIA

A moda, como sistema simbólico e relacional, como produção organizada e legitimada por seus pares, segundo critérios próprios ao campo, não é arbitrária. A moda também não é única e abrange a totalidade dos grupos e indivíduos. Ela possui uma preocupação em abarcar a todos, mas ela estabelece relações

particulares com os grupos sociais e não com a sociedade, tem uma razão de ser: A moda se permite tomar elementos de memória como referência para resignificá-los. A moda acompanha modernizações técnicas, sociais e culturais - que exigem adornos adaptados aos novos tempos. A moda vive uma tensa e complexa relação com o tempo, ela é simultaneamente passado, presente e antecipa uma possibilidade de futuro, um futuro sempre incontável.

A mudança incessante de estilos permite que o presente se torne passado e que a moda haja como memória (Chataignier, 2002). Assim, estamos estabelecendo para efeito de nosso estudo que memória não é uma involuntária ou neutra relação com o passado, mas uma resignificação e representação social do tempo e de relações sociais vivenciadas e narradas, compartilhadas ou imaginadas por grupos sociais e indivíduos, vestígios de uma participação ou identificação num conjunto de regras, comportamentos e manifestações adotadas por indivíduos e grupos sociais a partir do qual ele se comunica e produz informações relevantes (dotadas de sentidos) para os participantes deste código. O passado no campo da memória social possui um sentido específico. Para Davallon (1999) uma primeira constatação se impõe imediatamente: para que haja memória, é preciso que o acontecimento ou o saber registrado saia da indiferença, que ele deixe o domínio da insignificância. É preciso que ele conserve uma força a fim de poder posteriormente fazer impressão que o termo “lembança” evoca na linguagem corrente.

Entretanto, não existem memórias sem contexto afetivo, segundo Gondar (2005) se como artifício explicativo desdobrarmos o processo de produção da memória em algumas etapas, deveremos considerar o afeto como a primeira. De todas as experiências que vivemos no aqui e no agora, vamos selecionar, como impressões ou lembranças, aquelas que nos afetam num campo de relações. Para a

autora, o que nos afeta é aquilo que rompe com a mesmidade em que vivemos. Desse modo, se a memória é um processo, o que o deflagra são relações e afetos - em outros termos, são jogos de forças. A representação poderia - ainda que não necessariamente - integrar este processo, mas nesse caso viria depois, como uma tentativa de dar sentido e direção ao que nos surpreendeu. A moda para a memória é a deflagradora dessas emoções.

A moda, como representação social, evidencia os efeitos e o processo da construção de si mesmo e do grupo em particular, como um ser e um processo partilhado, como desejo ou aparência de uma unicidade e de homogeneidade que só existem no esforço em “assumir um lugar em determinada situação” conforme sugere Pêcheux (1995).

Para vários autores uma das manifestações para que haja memória é a questão do afeto, ou seja, algo que de fato marque um acontecimento, pode ser tanto pessoal como de uma coletividade. São essas “marcas” que caracterizam o que será produzido para ser memorizável.

A moda dentro desta questão da memória nos informa vários aspectos trabalhados por autores que se dedicam ao tema da memória. Retornando a Davallon quando escreve que o acontecimento se dará em um momento singular do tempo; mas a essência do ato se encontrará para sempre na própria estrutura do objeto que o representará. E mais adiante ele se tornará indissociavelmente documento histórico e monumento de recordação. Podemos incluir neste ponto da fala de Davallon para fins explicativos e demonstrativos a tabela de Laver, que abordará exatamente esta questão do vir a ser algo para a posteridade.

Indecente	10 anos antes de seu tempo
Desavergonhada	5 anos antes de seu tempo
Ousada	1 ano antes de seu tempo
Elegante	
Fora de moda	1 ano depois de seu tempo
Medonha	10 anos depois de seu tempo
Ridícula	20 anos depois de seu tempo
Divertida	30 anos depois de seu tempo
Curiosa	50 anos depois de seu tempo
Encantadora	70 anos depois de seu tempo
Romântica	100 anos depois de seu tempo
Linda	150 anos depois de seu tempo

Tabela 1 – Lei de Laver

Fonte: Lurie (1997, p. 22)

O tempo constitui-se em elemento que qualifica e distingue a moda, esta qualificação permite a existência de um juízo de natureza estética e comportamental, um juízo que se transforma em pessoal. Na moda, o antes e o depois produzem sentidos e linguagens distintas, valorizadas ou não segundo parâmetros de uma época.

O tempo, possivelmente para Laver, é enfatizado demais pelo valor do choque da moda. Na realidade podemos perceber esse tempo como algo mais profundo e fazendo uma analogia com a filosofia buscar um entendimento mais adequado.

As coisas nascem do tempo; o espírito cria-se no tempo, e de certo modo, cria o tempo. E se tomarmos a série dos seres, veremos que a posição relativa de cada ente na escala ontológica corresponde uma independência maior face ao tempo. O tempo é o próprio ser: cada ente com sua idade. Portanto na tabela de

Laver podemos perceber a efemeridade e o ciclo da moda, entre idas e vindas um tipo de moda é classificada de acordo com o tempo.

As pessoas se situam na escala ontológica conforme a sua posição relativamente ao tempo: quanto mais nítida a presença do passado e quanto mais amplo o poder de criar o futuro, mais elevado o ser na escala do entendimento.

No entanto esta tabela só confirma uma coisa para determinados objetos obterem valor, será preciso pertencer à história ou estar cada vez mais distante do seu tempo originário. Segundo Bloch, se não podemos transformar-se em conhecedores do futuro como o é do passado e do presente, devemos colocar a questão do futuro e dos esboços do futuro em evolução cronológica “se a história é ciência dos homens na sociedade, é também a ciência dos homens na sociedade no tempo” (BLOCH, 1997, p.15).

Uma cartola ou uma casaca, por exemplo, morre com o dono, deixa de ter a sua utilidade de cartola e de casaca, está fora da moda, inclusive. O dono porém, “pertence à história” ou pelo afastamento temporal passa a ter importância a sua história de vida, cotidiano de um período distante, então essa peça é recolhida ou doada para o museu.

Na realidade a função desta peça sofre alterações, pois neste momento perde a sua real finalidade (a de vestir) e passa a ter uma outra conotação (passa a ser um comunicante) damos-lhes uma etiqueta, colocamos em exposição e todos param para ver “a cartola de D. Pedro II”, tornando assim, coisa de valor histórico depois que não houve mais D. Pedro II para pô-la na cabeça.

Na verdade com os novos objetos propostos para fazer estudo da sociedade, este objeto (cartola) terá valor mesmo se não pertencesse a D. Pedro II. A proposta

é apreender esse homem na sua vida cotidiana o seu modo particular de exercer na sociedade. O tempo é o grande instrumento da criação, toda criação se faz no tempo.

Todo o real é sujeito do tempo e o espírito humano coexiste com ele. O passado, acompanha-nos como uma sombra que não podemos saltar. E o passado somente entra na idéia de tempo, somente participa do tempo pelo poder que possuímos de fazê-lo presente na memória. Esta relação entre o passado e a memória, só podem ser consideradas quando se conhecem as condições que produzem as condições para a produção da memória, o que faz a seleção individual ou coletiva apontar como elemento “memoriável”.

Como nos esclarece Charles Baudelaire no século XIX:

O passado é interessante não somente pela beleza que dele souberam extrair os artistas para quem constituía o presente, mas igualmente como passado, por seu valor histórico. O mesmo ocorre com o presente. O prazer que obtemos com a representação do presente deve-se não apenas à beleza de que ele pode estar revestido, mas também à sua qualidade essencial de presente (Baudelaire , 1996, p.8).

Para Lipovetsky (2005), a moda é uma estrutura social centrada sobre a temporaneidade do presente, já que na moda é preciso sempre mudar. O modelo legítimo na moda é o atual, diferente das ideologias (em que o tempo marcado é o futuro), ou da tradição (em que o tempo marcado é o passado). Por estas e outras razões torna-se difícil desassociar a moda das engrenagens do tempo presente.

A moda está centrada no atual, no presente, por isso muda sempre. O laço entre moda e contemporaneidade é quase de essência e a novidade da nossa época é que esta lógica da contemporaneidade e do presente reencontra-se em

quase todas as esferas e, então, a lógica da moda é o que faz recuar cada vez mais a lógica da tradição, do respeito às formas do passado em proveito da invenção contínua de novo ambiente, novas formas, novas maneiras de pensar.

O que não quer dizer que a moda destrói a cultura do passado, mas faz o passado perder sua força de imposição. A moda existe ou é possível onde existe a possibilidade de superar o passado e propor um modelo alternativo de futuro, uma possibilidade de intervir e oferecer um rumo aos modelos societários, neste sentido, ela é indício de participação e democratização das relações sociais. A moda, essencialmente, é a reciclagem das formas do antigo e o contemporâneo é fazer com que tudo o que nos chega do passado reencontre-se reciclado na perspectiva da lógica da individualidade, da liberdade individual.

A memória social é compreendida como disputa social, como estratégia de afirmação de uma diferença e sentido simbólico. A moda como uma mediação entre grupos sociais e indivíduos que reinventam sentidos e nexos organizatórios, afirmam modos específicos de compreensão e de estar na sociedade. Portanto, a moda empenha-se em demonstrar que existe um mundo próprio capaz de estruturar e articular grupos identitários. Ela estrutura e orienta padrões relacionais entre indivíduos e grupos sociais.

A vestimenta é ferramenta fundamental na organização social em diferentes culturas e civilizações; um dos fatores mais utilizados para a integração ou distinção entre as classes sociais. Pierre Bourdieu é o responsável por reflexões que ajudam a pensar e construir este objeto. Seu estudo sobre distinção social é fundamental para a reflexão do tema.

A categoria distinção social permite compreender os usos e discursos sobre a moda e sobre a vestimenta. Permite a compreensão da moda e da vestimenta como



estratégia de organização e controle social. Distinção não é um fenômeno “natural” próprio à uma determinada classe ou permitida apenas a um grupo social, não é uma condição adquirida, mas um processo de práticas, atitudes, modos de ser, agir, compreender e comportamentos construídos em um determinado cenário social e histórico.

A vestimenta e a moda são partes diferentes de um único objeto. A vestimenta se inscreve nas preocupações da sobrevivência enquanto a moda é uma construção da modernidade. A vestimenta e a moda existem num determinado contexto histórico e cultural. Vestimenta e moda são fenômenos históricos e de memória social.

A moda e os hábitos que ela cultiva são imposições de um sistema de distinção e prestígio social, ela remete à idéia de relações sociais, de partilhamento, de comportamentos e de identidade social. As leis da memória estão sujeitas às leis mais abrangentes do hábito. Este é o acordo efetuado entre o indivíduo e suas próprias excentricidades orgânicas. Segundo Samuel Beckett “A vida é uma sucessão de hábitos, posto que o indivíduo é uma sucessão de indivíduos” (BECKETT, 2003, p.17). A indumentária apresenta, identifica e torna possível construir uma representação de ideais e comportamentos considerados aceitáveis ou valorizados pelos grupos sociais.

#### 1.4 A MODA COMO HISTÓRIA E MEMÓRIA SOCIAL

Segundo Nova (2001), Foucault, quando propôs uma história oposta à da “Razão Triunfante”, não queria mais uma história que tratasse os indivíduos que age

consciente (no sentido do monumento) e sim uma história que penetrasse nos seus aspectos reprimidos, recalçados e desvendasse os processos inconscientes da humanidade. Ela seria produzida através da investigação do discurso do poder e do poder exercido por esse discurso sobre nossos corpos e sobre a sociedade. Essa história não seria traçada sob uma linha de continuidade evolutiva, mas através das descontinuidades.

Dessa forma Foucault, segundo a autora, ao mesmo tempo que historicizou o estruturalismo, abriu novos campos de pesquisa. Propôs o tratamento de novos objetos e um novo tipo de abordagem do documento: este deveria ser analisado em função do saber e do poder que o constrói. O discurso histórico passaria, assim, a constituir um elemento determinante na produção historiográfica. “Inventamos a tradição e nos agarramos a ela” - este é o discurso da história moderna ao qual se opõe a genealogia, que identifica no acontecimento, na emergência do novo, a regra da dispersão, a heterogeneidade, permitida pelos conflitos existentes naquela realidade.

Analisando o processo da memória social, pela perspectiva proposta por Dodebei (2000), onde a memória não existe sem o documento, a autora nos explica (pela ótica da História e da Arqueologia) que não basta apenas a existência de uma ação do homem para configurar a memória social mas, sobretudo, é necessário haver uma seleção. A ação que pinça do tecido social um nó, arbitrariamente escolhido, para representar um aspecto do conhecimento, que segundo a autora:

**que o agente de transformação permanente dos objetos produzidos pela sociedade é o homem**, que determina a mobilidade das representações sociais pela interferência direta no processo de escolha de tais objetos (DODEBEI, 2000, p. 64, grifo nosso.)

Esta é uma das questões contemporâneas da pesquisa histórica, ou seja, a ampliação do conceito de documento. Marc Bloch, com relação ao tema escreveu sobre a ilusão de imaginar que cada problema histórico corresponderia um tipo de documento, especializado para este uso.

As análises sobre os novos olhares e propostas metodológicas nos levam à um lugar comum, ou seja, o homem como foco central do olhar do pesquisador, não mais aquele homem de atos heróicos ou personagem principal de um acontecimento mas, o homem nas suas mais diversas manifestações, o que buscamos agora é a essência e o despertar de um comportamento, é um ato quase filosófico, onde buscamos a origem e o entendimento do nosso eu.

A escolha de novas fontes na introdução dessa nova abordagem do saber científico é para dar conta desse “novo homem“, pois elas fazem parte do dia-a-dia dele, estão mais próximas e ligadas à suas manifestações mais íntimas.

Ao situarmos a roupa dentro desse campo simbólico, portanto dentro das premissas da linguagem, como coloca Gilda Chataignier (2002, p.10), temos por intuito estabelecer uma ponte entre natureza e cultura [e também de memória] propícia à criação de um campo de significações bastante peculiar. Assim, através dos diferentes tempos históricos em que o homem construiu sua cultura, poderemos sempre observar as diversas maneiras como essa relação se efetuou e se cristalizou nos costumes sociais.

Para Bloch (2001) ele [o pesquisador] sabe bem que sobre as crenças e as sensibilidades mortas, as imagens pintadas ou esculpidas nas paredes dos santuários, a disposição e o mobiliário das tumbas, têm pelo menos tanto para lhe dizer quanto muitos escritos.

“A indumentária é hoje um objeto de pesquisa e de revelações”, tal como nos diz as novas formas e métodos da pesquisa científica. Uma ruína de renda, um fragmento de um leque, uma fotografia guardada no armário, pontuam vivências, lutos, alegrias e segredos. A partir desses novos processos de elaboração da pesquisa histórica que o uso de roupa ou de seus fragmentos não consistirá apenas num esforço constante para fazer falar as coisas mudas, mas sim, segundo BLoch (1997), em constituir entre elas uma vasta rede de solidariedade e de entreaajuda que suprirá a ausência do documento escrito.

Para Le Goff (1996), a memória, onde cresce a história, que por sua vez a alimenta, procura salvar o passado para servir o presente e o futuro. A memória e o esquecimento dizem respeito a processos sociais tendo em vista, cada vez mais, o envolvimento de ambos com as relações de poder.

Hoje, quando ocorre a crítica da distinção entre significado, significante e referente. Cresce a interferência virtual na vida cotidiana, e o referente perde espaço para o significante na vivência cotidiana das pessoas. A moda como significantes se torna uma vivência compartilhada importante no contemporâneo, onde o referente (o real) perde espaço para significantes como a mídia. O real com o qual as pessoas interagem cada vez mais é o referente, a imagem, e a moda é a manifestação clara deste processo.

Para Bonadio (2001), o século XX, o mundo ocidental e os grupos e classes capazes de inclusão no mercado consumidor, a mulher passa a dispor de opções de vestimenta, que são fruto do gosto do criador. O criador é um intermediário ou mediador numa nova lógica de produção estética e cultural. Para a autora, é preciso pensar que mais do que nunca o vestuário é uma fabricação, um produto que carrega consigo significações, que constroem e reconstroem o seu significado, a

moda diferencia a mulher, produz uma identidade e orienta comportamentos e desejos. A moda envolve um conjunto de relações, equipamentos e *habitus* que influencia a sociedade em seu tempo. Ela é resultado de uma construção e de uma dialogia que constrói corpos e comportamentos ideais. Com essa rede de articulação entre criador, “mídia” e usuário do produto “moda” que será possível afirmar que a imagem feminina é uma construção, uma representação do discurso vigente na sociedade, que o discurso (textual ou imagético) podem quebrar, assimilar ou representar a imagem de uma época, o “espírito da época”.

Benjamin vê na prática social da moda, na cultura, no movimento da moda sobre ela mesma, uma proposta de tempo, a saber, o modo de se pensar a história: não linear, capaz e aberto ao criar; com a potência de se trazer para a vida (capacidade de seleção crítica e ativa) aquilo que no passado pode servir de inspiração - independente de sua veracidade, segundo Gilda Chataignier (2002), a partir de um viés que vários autores reconhecem como claramente nietzscheano, Benjamin orienta sua crítica de modo a estabelecer paralelos entre a temporalidade não-linear e a revolução no sentido marxista:

Ela [a Revolução Francesa] citava a Roma antiga como a moda cita um vestuário antigo. **A moda tem um faro para o atual, onde quer que ele esteja na folhagem do antigamente. Ela é um salto de tigre em direção ao passado.** Somente, ele [o salto] se dá numa arena comandada pela classe dominante. O mesmo salto, sob o livre céu da história, é o salto dialético da revolução, como concebeu Marx. (CHATAIGNIER, 2002 apud BENJAMIN, 1985 p. 229-230, grifo nosso).

Segundo Kátia Muricy, as histórias da moda, o interregno entre o vestir-se e despir-se, aproximam o marxismo de Benjamin da temporalidade e crítica nietzscheanas, numa perspectiva que encontraria uma metáfora bastante oportuna

na própria idéia de moda.

A autora cita Nietzsche, quando fala do “intempestivo”, que é aquele que se opõe a uma história puramente arquivista e de cunho moralista, desvinculada da vida em simples oposição maniqueísta entre corpo e alma, sem criação atrelada à metafísica - o que limitaria a ação da plasticidade humana. Gilles Deleuze, não se cansava de citar Nietzsche:

Cabe à filosofia não ser moderna a qualquer preço, muito menos intemporal, mas destacar da modernidade algo que Nietzsche designava como intempestivo, que pertence à modernidade, mas também que deve ser voltada contra ela - **‘agir contra o tempo, portanto sobre o tempo, e, espero eu, em favor de um tempo que virá’**. Não é nos grandes bosques nem nas veredas que a filosofia se elabora, mas nas cidades e nas ruas, inclusive no que há de mais factício nelas (CHATAIGNIER, 2002 apud ORLANDI, 2000, p. 75, grifo nosso).

Dodebei (2000), quando analisa a relação espaço /tempo. Ela nos diz que o espaço virtual, o tempo real passa a fazer parte da vida cotidiana, evidenciando a importância de um “novo” atributo para os modos de pensar, no caso, a tecnologia. A autora nos esclarece que a novidade não é mais a tecnologia em si, mas a perspectiva pela qual ela passa a ser analisada, ou seja, menos maniqueísta, neste caso - homem/ máquina. Ela ainda nos esclarece que é mais interativa, “como uma outra dimensão que intervém não só na produção do conhecimento, na atualização, mas significativamente na sua transmissão” (DODEBEI, 2000, p.66). Ajudando a compreendermos a nova proposta de Foucault, Nietzsche e Benjamin em relação aos novos modos ou métodos propostos na construção do saber científico.

Por que fala-se tanto em memória ultimamente? Sem dúvida porque depois de um século marcado por tantas guerras e mudanças como o século XX - nunca na história da humanidade houve um tal acúmulo de transformações em um mesmo

espaço de tempo, tentamos agora estabelecer uma relação com o passado que assume necessariamente um novo caráter. Não temos mais as grandes utopias a nos orientar e fornecer um fim salvacionista e um sentido para a história. Nossa visão do ser humano foi abalada após percebermos que não havia incompatibilidade alguma entre "alta cultura" e "barbárie". Com isso também nossa crença sem limites na ciência foi posta em questão. Nessa tentativa de se estabelecer uma nova ligação com o passado, de se reatar o elo com ele, surge uma nova cultura da memória que se manifesta, por exemplo no processo de "musealização" da cultura e nas novas modalidades de apropriação do espaço público. Este torna-se um cenário que é utilizado na busca de uma compensação para a ausência de marcas na cidade, onde somos cada vez mais seres sem rosto e identidade.

Por outro lado, os choques e catástrofes do século XX funcionam como um paradoxal *constructo* de memória e esquecimento. Só o que não para de doer permanece na memória afirmou Nietzsche - nada mais verdadeiro na nossa época que vê o paradigma da memória a toda hora pôr em questão o conceito tradicional de historiografia (historicista e positivista, ou seja: que acreditava na possibilidade de se contar/ reproduzir o passado de uma forma total e "científica"). O passado é visto agora do ponto de vista da construção da identidade em uma era marcada pela desorientação e pelo fim de certezas que antes orientavam nossas vidas: basta pensarmos no descrédito com relação aos políticos e à política tradicional; no esfacelamento de muitos Estados nacionais e surgimento de inúmeros outros, sob o signo das etnias (essas, por sua vez, são construídas sob o signo da memória, mais do que da história).

No século XX, a cidade do Rio de Janeiro, capital da República brasileira, será tema de diferentes memórias e análises históricas. No fascínio que o Rio de

Janeiro exercia sobre o brasileiro, que encontrava nesta cidade o símbolo e a idealização de um espaço dominado pela alegria, pela possibilidade de mudanças e pela novidade, a moda exerceu um papel central.

A moda, no Rio de Janeiro, foi considerada como comportamento, atitude e linguagem social. A moda se encontra em todos os registros sobre a cidade e o comportamento confunde-se com a produção de um estilo de vida. Na verdade, no Rio de Janeiro, a palavra moda é sempre marcada pela idéia de um tempo preciso e de uma pluralidade inevitável.

O século XX, no ocidente capitalista, foi marcado pelo visual. As artes e a lógica produtiva e mercadológica utilizaram-se intensamente desta linguagem. O visual orientou comportamentos, sentidos e permitiram a diferenciação social. A moda e as modas não falaram apenas para as necessidades utilitárias do vestuário ou das expressões de linguagem, elas remeteram ao visual como forma de linguagem e de produção de representações sociais.

As artes plásticas e as aplicações ao dia-a-dia fizeram a moda ganhar um sentido distinto. A moda passa a dialogar com a arte, a arte dialoga com a moda. Uma e outra se referenciam e se modificam. Os incessantes avanços tecnológicos, novos processos produtivos e materiais que se sucedem são inseridos nas artes e na moda. Constitui-se mesmo um aparente paradoxo, à medida que esses produtos, equipamentos e materiais passaram a ter mais qualidade e quantidade, crescentemente passa a ser mais acessíveis à população de diferentes grupos sociais. As mudanças que produzem a moda e que a moda produz alteram o curso da história social e, inevitavelmente, o comportamento, as expectativas e as representações sociais destas. A moda recodifica e reinventa novas realidades.

Na memória social da República Velha, a moda é uma forma de distinção e



de qualificação de um projeto social e cultural. A moda, tal qual existiu ou foi representada pelos grupos sociais, anunciou um novo tempo.

Falar de moda é negar a possibilidade de unicidade e homogeneidade social, cultural e relacional. A moda é a expressão da pluralidade e da diferença. Portanto, a moda é produção e manifestação de identidade social. Ela é representação social da identidade social. A moda é memória social da construção social da diferença e da mudança.

O que procuramos esclarecer neste capítulo foram as relações que se constituem através e sobre a moda. Relações identitárias e representacionais, e como essas definições se encontram com o tema da memória social, em qual momento ocorre essa aproximação. Como já explicitado logo no início esse encontro entre memória e moda se dá já em sua definição, ou seja, os dois se constroem permanentemente e complementarmente. O entendimento de um ajuda na compreensão do outro. Os elos que unem a moda com a memória são de essência, são subjetivos e imateriais. Os mais variados “modos”, de ser, estar, coexistem e fazem parte da dinâmica e da construção deste tema.

Tanto a moda como a memória social se dá num contexto espaço-temporal preciso, ou seja, num contexto sócio-relacional. A cidade como um campo de forças técnicas e artísticas é de tal modo dispostos a “coordenarem” para um determinado fim, para uma identificação por parte de seus habitantes e a seguir pela homogeneização dos grupos capazes de interagir com o novo espaço.

Todos estes aspectos trazem no âmago da questão processos conscientes como inconscientes. Em nenhuma época, se fez tanto uso da aparência, como no início da consolidação da sociedade burguesa, onde a mobilidade social poderia de fato colocar “numerosas pessoas dentro de uma situação histórica inteiramente nova

para desempenhar papéis sociais novos e superiores, e portanto, tendo que usar roupas apropriadas” (HOBBSAWM, 1982, p.241).

As manifestações deste grupo social são relevantes por abrigarem várias práticas que ainda percebemos nos dias atuais, fazendo que nos indagamos se este comportamento é determinante de um grupo social específico ou inerente ao próprio ser humano?

Moda, memória, sociedade burguesa, cidade são os aspectos últimos da própria constituição do sujeito como sujeito, ou seja, da participação dele efetiva na sociedade. Os modos de se colocar no grupo é que descrevem as práticas representacionais de si para si e de si para os outros, e são essas práticas que caracterizam a importância de novos objetos de estudos que nos dão ferramentas apropriadas para o próprio entendimento da nossa participação na / para a sociedade.

No próximo capítulo, traremos à tona as questões históricas contextualizando-as com o nosso trabalho de pesquisa tendo a moda e a reurbanização sofrida na cidade como parâmetro analítico e demonstrativo que nortearão todo este estudo.

Explanaremos melhor a relação da cidade com a mentalidade dos habitantes, o papel do esquecimento na busca em “apagar” lembranças inconvenientes, a mídia como papel central e fundamental na coesão da formação dessa nova sociedade urbana.

O contexto da época será o indicativo da dualidade entre solidez e beleza que expressava a grande divisão entre o material e o ideal, ou seja, o corpóreo e o espiritual, muito típico do mundo burguês, “já que espírito e idéia dependiam da matéria e podiam ser expressos somente através da matéria, ou pelo menos através

do dinheiro que pudesse comprá-la” (HOBBSBAWM, 1982, p. 243). Apesar de está lhe dando com aspectos materiais em sua forma e origem o que circunda as relações de envolvimentos o tempo todo são as manifestações do ser público com o privado, isto é, as várias formas de representação do indivíduo para com ele próprio e para com a sociedade à sua volta.

## Capítulo II

### VESTUÁRIO UTÓPICO E A NARRATIVA DA MODA

#### 2.1 A CONSTRUÇÃO DA APARÊNCIA

O projeto de reformulação do Rio de Janeiro dizia respeito a um conjunto de intervenções realizadas ou estimuladas pelo Estado e suas instituições, em diferentes instâncias, equipamentos sociais e relações objetivando inserir o Brasil num novo eixo de dominação que se viabilizava na Europa, desvinculando-o do seu passado colonial e área subordinada a Portugal. Destacamos que o projeto de reformulação constituía um ideário que abarcava diferentes profissionais e saberes, exigindo a intervenção desses diversos saberes e práticas. Outro debate importante é de natureza filológica, os sentidos e atributos da própria palavra ou vocábulo reforma e reformulação, remetem à mudanças controladas que não significam rupturas significativas.

A temática da moda nesta pesquisa situa-se no período que ficou conhecido como Belle Époque, mais especificamente no período de gestão do prefeito Pereira Passos na cidade do Rio de Janeiro, então Capital da República, onde os meios de valorização da cidade, tanto nos aspectos arquitetônicos, como na vida privada de seus cidadãos foram expostas e exploradas na busca de um objetivo comum, naquele microcosmo de representação. O mostrar-se se tornou uma prática válida na configuração política, econômica, cultural e sobretudo social da cidade.

A idéia de “ Belle Époque”, no Rio de Janeiro do início do século, não traduz

no espaço e nas relações sociais o mesmo processo vivenciado na França. Trata-se de um termo que amplia uma idéia, não se refere a um estilo de época e de um modo de olhar o mundo e as relações sociais, culturais e estéticas. Elas, certamente, foram observadas, mas as condições históricas e o entorno inviabilizaram a idéia de cópia ou reprodução de um conceito. O imaginário social e a produção de projetos sociais estavam orientados por referências externas. A liderança de Pereira Passos e a presença de Oswaldo Cruz e Paulo de Frontim no planejamento e desenvolvimento de ações permitiam a crença na seriedade do investimento, reuniam competência e liderança em suas áreas e experiência de estudos e trabalhos na Europa que viviam processos de reordenação dos espaços urbanos eram referidas como avalistas de um projeto que se apresentava como legítimo, “técnico”.

Mas havia a clareza que uma intervenção modernizadora seria sempre parcial ou restrita (Sevcenko, 1999). Havia muito no que intervir para caracterizar uma época, não apenas no cenário de regiões urbanas e modos de vestimenta. Atitudes, valores, hábitos e crenças influenciavam o cotidiano de importantes grupos sociais no Rio de Janeiro, incluindo a política e a alimentação. O encantamento cultural e comportamental ditado pelo processo europeu, particularmente o francês, encontrava inúmeros simpatizantes, mas a criação da República fazia emergir um novo modelo de nação e de desenvolvimento social. Alguns grupos sociais urbanos olhavam e se inspiravam nos Estados Unidos como uma referência a ser seguida.

Porém, o modelo inspirador era sem dúvida a Paris do barão Haussmann, nas reformas e reorganizações prediais. Mais do que isso, o modo de vida parisiense inspirava as camadas médias da alta sociedade carioca. Os grupos que olhavam com simpatia para o modo de vida dos Estados Unidos, eram bem limitados, até

porque, para os padrões comportamentais brasileiros eles ainda chocavam as senhoras e senhores das famílias tradicionais e puritanas do Rio de Janeiro, como podemos perceber nesta matéria de Figueiredo Pimentel (1908).

Femina, na sua edição de 15 de dezembro ultimo, refere-se ao typo ideal da jovem americana moderna – creada pelo New York Herald.

Nesta matéria eles definem este novo tipo como “*Fluffy Ruffles*” que resumindo pode ser considerado: mulheres à frente do seu tempo, que praticam esportes, lêem livros “não recomendados”, se interessam por filosofia, usam calças e não dedicam suas vidas somente ao lar e ao marido. Este modo de vida anunciado pelo New York Herald, parece ter chocado os intelectuais brasileiros, pois várias matérias foram publicadas ao longo de 1908.

Na verdade essa “autonomia” da mulher ou as novas regras que ditavam pareciam ameaçadores para a manutenção do velho modelo, pois apesar de toda a modernização urbana, comportamental e vestimentar, os velhos hábitos familiares ainda eram os mesmo de tempos remotos. Imitando o New York Herald o magazine Femina Inicia “*une enquête*”

Ora, só mesmo uma sociedade como a norte-americana pôde applaudir e aceitar e se entusiasmar – a criação desse typo social híbrido. Em qualquer outro paiz ‘mesmo na Inglaterra, mesmo em França, as Fluffy Ruffles não podem medrar. Quando não seja, é uma criação estapafúrdia. No Brasil, então é absolutamente inviável. Não temos, não podemos ter, nunca teremos essas originaes mas bizarras creaturas. Contentemo-nos com as nossas elegantes que são mulheres, unicamente, exclusivamente mulheres, feitas para agradar – excellentes filhas, excellentes esposas, excellentes maes, excellentes avos. No Brasil certas idéas, correntes em outras nações, não podem ter execução. Veja so, por exemplo, o nosso G[a]neurs de Belleza. É uma cousa que sempre se fez e sempre se fará. Nos Estados Unidos as moças enviam os retratos, as dimensões do corpo, exhibem-se em publico, concorrem em suma, a taes certamens. No Rio de Janeiro houve pais de familia que não quizeram que os nomes de suas filhas fossem publicados! Mirabile dictu!!! Ha senhoram que zangam (ou fingem zangar-se)

quando se lhes fazem elogios, quando se lhes gaba a elegancia, a beleza, o chic, o esplendor das toilettes. Felizmente, para a nossa civilização, a maior parte das senhoras tem espirito e receita esta seção, e a applaude, e a lê, e a procura. (BINOCULO, 1908)

Dentro desse discurso comum na época procuramos tirar partido dos conceitos abordados de valorização de um modo de ser aceitável para as mulheres sugerindo um antagonismo, ou seja, ao mesmo tempo, que os jornais e colunas de comportamento descrevem um novo tipo comportamental mais adequado com seu tempo, essas mesmas colunas sugerem a manutenção de um modo de ser tradicional, segundo eles próprios, já ultrapassado. Na verdade o que muda e o que é importante neste momento é a imagem, a aparência e não a essência. Como ponto explicativo para esse novo modelo, podemos verificar a manchete do Jornal do Brasil referente à inauguração da Exposição Nacional. Por trás de uma simples nota, o que é perceptível, mais uma vez, é a questão estética, a aparência.

Rio civiliza-se e faz exposição para inglês ver

Foi inaugurada a Exposição Nacional. Em menos de um ano, o Rio viu surgir, na Praia Vermelha, palácios monumentais, teatros, restaurantes, salas de cinema, teatro, cervejaria, cafés e até uma linha férrea para o transporte interno dos visitantes. **A beleza do conjunto montado para a exposição está de acordo com a nova cara do Rio, que, depois das reformas urbanas, tornou-se uma digna capital da República.** Cada estado montou seu pavilhão de acordo com suas posses para mostrar as riquezas do país. A exposição comemora oficialmente o centenário da Abertura dos Portos, **mas é uma excelente oportunidade para mostrar aos estrangeiros que o Rio, finalmente, civilizou-se.** (Jornal do Brasil, 1908, grifo nosso)

A exposição de 1908, nada mais foi, que a ação de conferir autenticidade, das obras realizadas na Capital Federal, e mostrar para o mundo que, agora, o Rio era

um lugar civilizado e moderno, podendo, enfim, receber os visitantes estrangeiros, para estabelecer negócios e captar mais recursos externos.

A arquitetura e a moda, são o elo de ligação da análise deste comportamento, que também passa a ser ilusório. Ambas, como forma de representação, de um *status* imaginário, já que sua construção foi determinada não para um fim de real necessidade e sim para a construção de um meio que atraísse recursos para uma burguesia em ascensão.

A compreensão desses pontos, nos leva a um melhor entendimento do processo social, onde a moda serve como instrumental, para “moldar” do jeito que se quer o grupo social que se pretende adquirir. A moda, como um processo que caminha em conjunto com outros agentes serve de demonstração do estudo dessa sociedade em questão, segundo Evelyn Werneck (2000) ela precisa do cenário ideal para poder atuar, “o novo cenário suntuoso e grandiloqüente exigia novos figurinos”.

A moda ao se fazer presente, no figurino adequado, ao local, época ou pessoas, tem que obedecer ao espetáculo em si. O figurino é a roupa sendo usada, ou seja, em movimento. “As ruas se transformam no grande palco e as pessoas (atores sociais) representam um papel criado por si próprio, pois a imagem é uma construção, uma representação do discurso vigente na sociedade” (Lima, 2000). A sociedade apropria-se do espaço funcional das ruas, transformando-o em uma passarela de desfiles, onde na análise das fotografias, é possível perceber as pessoas utilizando as calçadas para exibir seus trajes elegantes





Fig. 1

Fonte: AGCRJ

As fotografias nos ajudam a entender o sentido da mudança comportamental, pois ao analisarmos as fotos do dia a dia da cidade, como por exemplo o da figura anterior, podemos perceber que as pessoas não ocupam somente as ruas no sentido do caminhar nas calçadas e sim nos lugares destinado aos veículos, tornando ainda mais representativo o fato de “usufruírem” deste espaço como passarela, ou seja, desfilarem não somente para serem admirados, mas para demonstrar um status, uma condição de pertencimento e aceitação daquele cenário.



Fig. 2

Fonte: AGCRJ

A moda enquanto impulso individualizador, se faz presente na nossa afirmação como pessoa e como socializador, da necessidade que temos de afirmação como membro do grupo. É importante lembrarmos da análise iniciada no capítulo I no sub-item 1.1 do sentido das representações, onde falamos da questão do encenar como algo que, não necessariamente, é um gesto de desqualificação e sim uma expressão.

Otília Beatriz Arantes (1988), analisando as formas arquiteturais, nos diz que de uns tempos para cá a arquitetura se encontra na berlinda, extravasou o campo dos especialistas e tornou-se uma referência obrigatória na interpretação da cultura contemporânea. Segundo a autora, o conjunto de obras e tendências projetuais é responsável pela credibilidade daquele convite recorrente à viagem pela hiper-realidade (onde a cópia é superior ao original) cotidiana, de uma maneira possivelmente menos avassaladora do que a televisão, o cinema e demais artes do vídeo, porém igualmente enfática. Para ela, a cidade é o palco da irrealidade experimentada pelos contemporâneos:

É na metrópole moderna que se dá essa disciplina tátil do olhar, **é na arquitetura da cidade que se encontra a matriz dessa civilização do simulacro**. Não falo de um campo qualquer, mas de um campo de forças técnicas e artísticas de tal modo dispostos que nele germina o embrião daquele mundo de faz-de-conta no qual se exprime, segundo Jameson, a lógica cultural do capitalismo avançado. (ARANTES, 1988, p. 258, grifo nosso)

A moda junta a beleza, o êxito e a cidade, sempre foi urbana, tornou-se metropolitana e agora é cosmopolita. Ela pode ser uma forma de intelectualizar visualmente tudo o que toca os desejos individuais e as aspirações sociais.

A cidade transformada precisa de novos personagens, para criar um conjunto de elementos que favoreça a sua imagem. Prosperidade e cosmopolitismo, são essenciais, para atrair a atenção dos investidores estrangeiros para que isso se converta em novos lucros, para que a cidade possa continuar se mantendo.

A relação da imagem com a economia ficam muito evidentes quando se trata do estudo desta referida época, pois a aparência aqui, é algo fundamental para manter uma determinada valoração que serve para fins políticos.

A imagem é uma importante expressão do mundo emergente. A imagem, no mundo ocidental, passa a introduzir significados e possibilidades simbólicas inexistentes nos séculos anteriores. O uso crescente da fotografia e a cinematografia modificam os cenários estáticos e hierarquizadores existentes anteriormente, eles realçam a subjetividade (LISSOVSKY, 2003). As pessoas e os grupos sociais passam a se produzir ou se expressar pela imagem. A moda remete ao papel que a imagem acumula na nova ordem social, simbólica e relacional.

A moda como tal é apresentada como fenômeno social e cultural, apoiada no gosto pela mudança, pelo novo e pelo efêmero, segundo Lipovetsky. A renovação de usos e significados que ela produz relaciona-se intimamente com a dinâmica do capitalismo na sociedade. A julgar pela maneira que ela define a sociabilidade, através de novos padrões éticos e estéticos, a moda, mais do que hegemônica, é inseparável do próprio tecido social.

## 2.2 APARÊNCIA E REPRESENTAÇÃO: CONSTRUINDO O NOVO CENÁRIO URBANO

A aparência neste estudo está associada com as formas de representações dos indivíduos, “aparentar algo à alguém ou à si mesmo”, sua dimensão superficial, exterior, ilusória da realidade, corresponde, no âmbito da cognição humana, a todos os obstáculos que impedem a percepção plena da verdade, é lógico que o conceito de verdade não está sendo discutido aqui, até porque, essa “verdade”, por mais “inverdade” que seja, no âmbito da representação se torna real.

No início do século XX assistiu-se à transformação do espaço público, do modo de vida e da mentalidade carioca. Ocorreu a condenação dos hábitos e

costumes da sociedade tradicional ou qualquer vestígio que lembrasse a velha cidade colonial.

A idéia de uma ação no espaço urbano, estava presente desde a segunda metade do século XIX, mas seus governantes preocuparam-se principalmente em solucionar os problemas de circulação e saneamento e o Governo Imperial não estava interessado em gastar grandes fortunas nas áreas urbanas, pois estavam ligados, essencialmente ao comércio de base rural.

Com a chegada da República, amadureceu a idéia que deveria estabelecer um plano de ação que viabilizasse uma nova ordem presidida pelos valores do progresso e da civilização. Em primeiro lugar, teve como característica apagar todo o traço de “atraso histórico” que para os seus líderes é representado pela monarquia e também pelos vestígios coloniais. Na realidade, o movente principal desde processo foi a iniciativa gradual e contínua da nova sociedade que estava se organizando, constituída, de um lado, pela classe dominante, “o capitalismo burguês”, e do outro, por correntes liberais que estavam se estruturando junto com ela.

Na administração de Campos Sales (1898-1902), consolidou-se alianças políticas e conseguiram alguns empréstimos no exterior (com a Inglaterra), que acabaram favorecendo o governo seguinte. Rodrigues Alves (1902-1906), pode então em seu governo implantar a reforma modernizadora.

A escolha do Rio de Janeiro para capital da República, se explica pela necessidade de criar uma imagem de modernidade e espaço de vanguarda, onde o Brasil se afirmaria para o exterior. Para dar continuidade ao sonho de país “civilizado”, era preciso tomar várias providências.

A capital assume neste momento um valor simbólico e uma função

determinante na formação de um Estado Moderno. No caso de Paris, as transformações ocorreram numa rapidez até então não conhecida, que reflete na necessidade da corrida à industrialização e por outro lado, a necessidade ideológica de transformar a cidade em um grande monumento ao ímpeto do progresso: o espaço público tratado como mercadoria.

na realidade o que excitava o interesse dos visitantes era a modernidade em si (...) onde estão incluídos também valores estéticos e culturais. Estes porém ignorados na relação com a realidade, **como objetos urbanos socialmente produzidos, perdem a própria semântica, que acabam se reduzindo a acessórios de prestígios**, para dar maior relevo e impacto ao progresso, como ideologia (DEL BRENNNA, 1985, p. 575, grifo nosso).

O modelo inspirado, para a transformação do espaço urbano Central, é a Paris de Napoleão III, após as reformas comandadas pelo barão Haussmann, que é a Paris do século XIX. Este modelo acaba influenciando outras capitais, sendo o “haussmannianismo” atribuído a um valor quase tipológico. De “modelo” passou a ser quase receita urbanística para as transformações das capitais. “Em 1900, parisienses, turistas e visitantes da Exposição Universal consideraram a cidade como um microcosmo e um modelo.” (CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL, 2002, p. 8).

Mais tudo isso não bastava, era preciso um outro tipo de reforma, para que o Rio pudesse em definitivo caminhar para a europeização que tanto queria Passos – precisava acima de tudo do “saneamento social”, onde velhos hábitos não combinavam, com a nova estrutura que se pretendia realizar no Centro, era preciso tirar os pobres das ruas e escondê-los, “pois eles não combinavam com as calçadas novas e limpas” (SEVCENKO, 1998), o novo circuito europeizado, visível do carioca, onde era dispensável, nas ruas, qualquer contato visual com o pobre, para que não

maculasse a imagem cosmopolita da Cidade.

Essa nova imagem precisava de novos elementos ou personagens para compor o novo cenário que exigia modos comportamentais bem definidos, o homem cosmopolita passou a ser o homem público perfeito. Ventilação, iluminação e limpeza, nas mãos do Governo, vão-se transformando em decretos, *slogans*, pretextos, paradigmas e justificações para qualquer ação demolidora. O Poder cria em volta de suas decisões uma “aura soberana de neutralidade técnica”. Assim a ação violenta de destruir, desabrigar, deslocar, se transforma em conceito positivo, de destruir o mal, o velho, o escuro, o feio, o fechado, etc. Cria-se em torno do “Progresso” uma expectativa imaginativa que ele irá realizar todos os desejos, desde sempre insatisfeitos, de riqueza, saúde, beleza, eficiência, etc. E para convencer a opinião pública da importância de suas ações, será utilizado o recurso da imprensa, os cronistas, os autores, e intelectuais, que são a favor dos atos do governo, projetando imagens negativas em relação ao antes e positivas em relação ao depois da ação.

A figura à seguir demonstra exatamente essa relação do antes com o depois:



Fig.3

Fonte: Del Brenna (1985, p. 89)

As charges foram recursos bastante utilizados como propagadoras de idéias que remetia ao passado todo o aspecto negativo. Neste caso, as imagens representadas pela charge “desenvolvem uma atividade de produção de significação” (DAVALLON, 1999, p.28).

Esta imagem é uma das mais representativas, pois divide o Brasil em três momentos distintos: o primeiro, período Colonial, representado pela pobreza, a sujeira e o atraso na forma e nas vestes feminina, é tudo o que se quer eliminar e apagar; no segundo, a mulher representa o período Imperial, onde podemos notar uma melhora em relação à primeira, mais ainda não atingindo os padrões estéticos da *Belle Époque*; enfim o terceiro é a representação da República, onde notamos o luxo da vestimenta e o asseio na figura, é uma das formas de comunicar o que se quer, se espera, e qual o grupo social que se pretende atingir.

A forma de representar essas três figuras colocando-as lado a lado, sugere o modelo didático de visão maniqueísta à representação, pois assim evidenciam-se mais claramente os aspectos negativos e positivos em relação ao antes e depois.

Mais uma vez a aparência é utilizada para comunicar um novo padrão estético que se pretende para a cidade, através das formas femininas e vestimentares. Em todo momento podemos perceber essa representação ao longo de toda a construção mental e material da Capital. O modelo da tríade é o mais utilizado pelo seu próprio caráter de comparação e também porque a potência perceptiva perdura, enquanto as significações se perdem. (Davallon, 1999, p.29)

### 2.2.1 **Avenida Central: o cenário perfeito**

O marco da modernização foi a construção da Avenida Central, a cirurgia



urbana básica, que marca o Rio e apaga a velha cidade colonial. É a ligação do porto à zona-sul, no sentido de cartão de visita e percurso para a modernidade, é a sua principal “carteira de identidade”. Para Lessa (2000) foi ela que modificou por completo os hábitos e aspectos da cidade. Teve forte influência no comércio, onde as melhores casas comerciais foram ali instaladas. Os jornais também construíram seus prédios “monumentais”. As grandes companhias, clubes, hotéis, a Escola de Belas Artes, Biblioteca Nacional, Supremo Tribunal Federal, Teatro Municipal, Palácio Monroe, foram ali localizados.

A Rua do Ouvidor antes conhecida como “Beco do Luxo” , perdia espaço para a grande Avenida.



Fig. 4

Fonte: AGCRJ

Foi clara a expropriação e a segregação do conjunto socialmente diferenciado, do novo Centro, que era agora modificado e valorizado pela ação do Estado, que pretendia, substituir por novos grupos sociais condizentes com o novo traçado urbano das ruas da Capital. O governo republicano estava modificando não só o espaço físico, mas explicitando o espaço social. O sustentáculo da cidade deslocava-se do Palácio Imperial para o Império das Finanças. A Avenida Central passa a ser o produto tardio, e ao mesmo tempo prematuro, da nova hegemonia burguesa, “a ascensão da burguesia como classe implicou a formação de um gosto especialmente mundano que tentava romper com o passado colonial” (LIMA, 2000, p. 261).

Com a cidade saneada e embelezada, isto é, o centro da cidade remodelado e livre das populações pobres e de suas habitações desprovidas de condições de salubridade, era preciso impor as normas de comportamentos, através das composições criadas pela própria alteração das áreas remodeladas – Várias posturas foram decretadas visando instaurar uma nova maneira de viver e circular no espaço de representação “civilizado”, do Rio de Janeiro. Paris era um modelo de espaço urbano e era necessário que hábitos e atitudes valorizados na capital francesa fossem reproduzidos na “cidade civilizada” ou no “Rio cosmopolita”.

Essas transformações urbanísticas trazem no âmago da questão, o querer projetar-se para o exterior. Na realidade a influência dos modelos urbanos europeus é bem menos profunda do que a do modelo econômico que os gerou, “o elemento dominante é a indústria que organiza inteiramente a paisagem urbana. Essa dominação não é de fato tecnológico mas a expressão da lógica capitalista” (DEL BRENNA, 1985, p.574).

As mudanças modificaram os hábitos e comportamentos nas ruas, tornando

os indivíduos em “atores sociais”, induzidos pelo poder político e econômico, a desempenhar papéis previamente estudados, para que no imaginário popular, a cidade conotasse um cenário de desenvolvimento e riqueza.

O planejamento da Cidade, pelos republicanos, induziu a burguesia a representar papéis num palco improvisado pelo cenário arquitetural (LIMA, 2000). Os indivíduos exibiam-se nos novos espaços públicos, simulando um *status* e uma ostentação que nem sempre correspondiam às suas reais condições. Na aparência, as práticas das reformas, buscaram conferir ao novo espaço uma característica mais homogênea isolando-a do restante da Cidade. Houve um afastamento dos grupos mais populares dos espaços centrais.



Fig. 5

Fonte: Jornal do Brasil, Janeiro de 1906

Essa charge demonstra a comparação da arquitetura com o figurino, sempre representando a imagem relacionada ao progresso como central.

As charges nos ajudam a compreender a linguagem crítica da época, parece claro que o tema da reurbanização estava sempre presente e a forma como era colocada nos jornais na maioria das vezes remetia ao modelo da tríade. O papel da charge é acentuar aspectos e criticá-los. Ao acentuar os detalhes a charge estabelece a crítica.

Na charge a seguir, mais uma vez podemos perceber, que o desenho traz a representação feminina como forma de enaltecer as obras da prefeitura, as ruas que tiveram o “privilégio” das reformas, aparecem de forma destacada, vestindo roupas que traduziam a elegância e o bom gosto reverenciados e condizentes com os novos tempos. A forma crítica se faz presente ao acentuar e “lembrar” que somente as ruas mais centrais foram “beneficiadas”, as outras, ao redor, permaneceram como eram antes das reformas. A analogia que procuro fazer em especial nesta charge, é que as ruas representadas pelas formas e principalmente pela indumentária feminina traduzem de maneira clara o que ocorreu nos bastidores das reformas urbanísticas do início do século, ou seja, o afastamento e a segmentação das classes menos abastadas do centro da representação máxima do capitalismo, da cosmopolização e dos olhares de investidores estrangeiros.

Na realidade as figuras maltrapilhas que representam as ruas não favorecidas pelas reformas seriam os “guetos” dos desprovidos, o espaço geográfico permitido para sua circulação e fixação.



Fig.6

Fonte: Jornal do Brasil, 1910.

Até mesmo na ordem de dispor os desenhos (as três figuras “bem vestidas” para frente e as duas “maltrapilhas” para trás) nos comunicam e evidenciam os grupos sociais que pretendiam atingir, para representar o símbolo da modernidade na nova Capital.

### 2.2.2 Paris e sua contribuição com o novo jeito de ser

Conhecer o mundo e Paris, mais do que um modo de se divertir, era um jeito de se informar sobre o que acontecia de importante no mundo, uma maneira de um homem ou país tornar-se “civilizado”, que significa neste período, agir, comportar-se, pensar como em Paris.

Paris não remetia simplesmente ao nome de uma cidade, trata-se de uma

cidade moderna que constitui um símbolo que representava um ideal comportamental. A pujança das cidades americanas ou a tradição de Londres não afirmavam a sofisticação e a universalização que esta cidade apresenta. O modelo a ser seguido, pela construção, história, exigia que fosse externo, idealmente europeu.

Imitar, ou seguir, na linguagem da época, Paris constituía uma das preocupações dominantes nas classes cultas e nas que pudessem atravessar o Atlântico. Em menos de dez anos, a cidade tomou uma fisionomia material diferente da antiga, e as ruas arejadas exigiam das criaturas novos modos de apresentação. E seria uma frase do nosso primeiro cronista mundano, Figueiredo Pimentel, que traçaria os rumos da sociedade dali por diante. “*O Rio civiliza-se*”, escreveu ele na sua seção Binóculo da Gazeta de Notícias.

Assim é possível identificar, como os cronistas e intelectuais da época, são em conjunto com o governo propagadores de comportamentos e hábitos que era preciso para a transformação não só material mais também no campo das mentalidades. Serviam como porta-vozes de uma postura que representaria o modo de ser adequado ao novo espaço urbano.

As realizações das promessas da República, segundo a visão elitista de liberais e positivistas pôde afinal ser tentada por Rodrigues Alves. Para isso, concentrou poderes nas mãos de técnicos, que impuseram suas idéias com violência. Limitou suas obras à capital do país, a fim de transformá-la em modelo de metrópole. Demoliu meia cidade colonial para abrir uma avenida, que se transformou no coração do Rio e simbolizava a *Belle Époque* carioca, com seus prédios simbólicos, de representação de “progresso e civilização”. Contudo, arrasou morros para construir um porto e uma segunda avenida. Em nome da higiene, fez guerra aos pobres, afastando-os do Centro, para longe do cenário de progresso urbano.



Fig. 7

Fonte: Revista da Semana, 1904

Atentando para o questionamento da charge anterior, mais uma vez, podemos perceber a relação da figura feminina e sua veste como modelo de comparação e explicitação de valores.

Todo esse panorama apresentado acima, do que foi a *Belle Époque* no Rio de Janeiro, nos confirma um pensamento bem característico desta época, ou seja, que este clima de euforia e a fé acima de tudo no homem e na ciência, proporcionaria uma atmosfera ilusória onde os desenvolvimentos gerados seriam usufruídos por poucos, onde o luxo seria calcado para distinguir as elites.

### 2.3 O ESPAÇO IMAGINÁRIO DO RIO DE JANEIRO

O corte temporal inicial se justifica pela abrangência dos fenômenos ocorridos

na cidade do Rio de Janeiro, onde várias questões foram postas em práticas, a começar pela própria atitude do ato da destruição/ renovação.

Regeneração ou bota-abaixo, dois nomes para um mesmo processo. Sentidos e realidades compreendida e referenciada de forma diferente. Enquanto para o primeiro a justificativa dada pelo governo era salvar a cidade “doente” aplicando-lhe remédios drásticos que a colocassem no caminho do Progresso e da Ordem, segundo orientação dos interesses agro-exportadores. O bota-abaixo, segundo os moradores das casas que foram arrasadas, destruiu tudo que fora a cidade até aquele momento, eliminou vestígios importantes da cidade que pertenciam aos “quadros de memória” das populações pobres, não respeitou as casas e as fachadas coloniais, aboliu todo o traço cultural do passado, desrespeitando os lugares nos quais as pessoas pobres, trabalhadores, ex-escravos e etc estavam acostumados a viver.

A Regeneração, aos olhos do governo e das elites sociais, assegurava a versão de que aquela era uma boa época, uma época de transformações urbanas nas quais as reformas e mudanças se efetivavam e se derrubava o velho em nome de uma nova beleza, de uma nova razão social representada pelo ideário de progresso e de um modo de comportamento diferente.

Através da subjetividade dos conceitos, em sua forma discursiva, é perfeitamente possível interpretá-los de modo ambíguo. Na verdade o ruim para um, é bom para o outro e vice-versa. Deve ser destacado que esta reforma não se fez considerando as partes, ela foi resultado de uma intervenção ou vontade do poder.

Regenerar a cidade (Centro) foi um dos recursos utilizados pelo governo para atrair uma nova perspectiva para um novo modo de vida que se pretendia naquele momento com a ascensão da burguesia ávida em demonstrar seus poderes, através



da aparência em todos os sentidos.

Analisando está questão onde a aparência passa a contar mais do que o real para comunicar algo à alguém é que a moda se faz presente, que a moda se constitui em linguagem e modo de afirmação social, este é apenas um dos vários recursos que podemos identificar ao examinar este objeto.

O modo de ser da moda vem acompanhado por outras questões independentes do seu círculo de linhas, agulhas, tecidos e vestimenta, ele é algo que ultrapassa essas fronteiras e atinge dimensões macros que só com o afastamento temporal nos damos conta.

Moda, mais do que a roupa em si é o comportamento gerado no seu meio social interligado com as questões políticas, econômicas e culturais. As formas de materialização da moda podem ser expressas através não só das roupas, mas também, das construções de prédios, da gastronomia, de uma nova forma de linguagem, podemos dizer que são os aspectos últimos, ou seja, os prontos para o consumo, que muitas vezes não são problematizados na sua construção; transcendem sua própria rotulação.

Para Gilda de Mello e Souza (1987), as mudanças da moda dependem da cultura e dos ideais de uma época. Sob a rígida organização das sociedades, fluem anseios psíquicos subterrâneos de que a moda presente a direção. Segundo Gilberto Freyre (1997), a moda e sua influência sobre os seres humanos, podem ir além de usos ou modos, ao mesmo tempo, pessoais e sociais (...) podem tornar-se modas de pensar, de sentir, de crer, de imaginar, e, assim subjetivas, influírem sobre as demais modas: sobre maneiras pessoais e gerais de indivíduos e grupos seguirem modas concretas.

A partir desse pressuposto a moda deixa de ser percebida somente por seu caráter estético e passa a desvendar através de sua “sematicidade” as variáveis que se ligam à constituição do sujeito - individual, pessoal e particular.

Compreende-se que a moda tem em geral, uma função clarificadora de *status* do indivíduo na sociedade, isso equivale desde logo a reconhecer-lhe uma qualidade semântica, e, portanto considerá-la um elemento semiótico de primeira ordem, constatando que ela diz ou fala tanto ou mais que outros sistemas de sinais.

A apropriação, a hierarquização e a disciplina do uso do espaço urbano reformulado por grupos capazes de “comunicar”, o que em seu modo de ver constituía, um certo “melhoramento” na qualidade dos habitantes da Capital da República fez uso de um dos recursos da moda (aparência) para atingir mais rapidamente seus objetivos.

Carlos Lessa menciona o conceito *Kitsch*, para caracterizar o rito de passagem da cidade e de seus habitantes:

O utilizador do Kitsch consome um produto pelo que parece ser. Ele é diverso do real. (...) **O fluidor do Kitsch persegue o protótipo de um status, de um nível superior de riqueza, tipo dourar abundantemente com purpurina e não folha de ouro**, ou de um patamar de alta cultura, adquirindo três metros de livro, bem encadernados e virgens etc. Estes bens lhe permitem mistificar o consumo de ilusão. (...) O Kitsch é o passaporte fácil e imperfeito para o status superior (LESSA, 2000, p. 183-235, grifo nosso).

Para o autor todo sistema de comunicação e significação de um grupo social, salvo em sociedades primitivas e isoladas, tem sempre algo *Kitsch*. O Rio de Pereira Passos foi uma monumental construção *Kitsch*. A orientação macrourbanista de Pereira Passos foi adotada pelos cidadãos da elite, procurando individualmente

renegar o passado brasileiro, desfazendo associações inconvenientes - ser o mais cosmopolita e o menos brasileiro. A reforma urbana não foi neutra ou obedeceu a um critério estético e arquitetônico único, embora a referência principal fosse Paris.

A cidade readaptada a uma nova condição de interesses macroeconômicos tornou-se *Kitsch*, renegando sua identidade, apagando os traços históricos que construíram seu passado e sua memória.

Lessa explica o Rio de Janeiro de Pereira Passos pelo *Kitsch*, e é essa análise que mais se aproxima da apropriação que a moda faz ou pelo menos que fazia. O autor compara o Rio de Pereira Passos com a Barra da Tijuca. Os dois possuem marcam a preocupação de diálogo com referências externas e desconsideram a história e os atores que forjaram estas situações.

A moda em uma de suas manifestações aprova, ou melhor, se apropria dessa condição implementando e enfatizando uma linguagem comum à época, ou seja, a modernidade das formas e o cosmopolitismo dos atos, reforçando assim através de sua aparência uma concordância com os acontecimentos.

Moda como manifestação cultural, econômica e social serve também, como comunicante de *status*, de despojamento e articulação com o novo. Ela (a moda) é um sistema codificado que explicita a relação do indivíduo com a sociedade. Um dos vários exemplos da comunicabilidade do indivíduo através da representação na aparência está neste trecho do estudo de Evelyn Werneck::

A reestruturação do código do conhecimento secular teve efeito radical sobre a vida pública. Os indivíduos, por detrás de indumentárias específicas para cada ocasião, circulavam pela Avenida e pela Praça Floriano, ostentando muitas vezes a aparência de posses inexistentes. **Fica claro, pela observação de fotografias e pela leitura das crônicas de Figueiredo Pimentel, que os cariocas se preocupavam muito com a própria imagem.**

Na chamada Belle Époque, a paixão por estar atualizado em relação à moda exercia nas camadas mais ricas da população o efeito de fetiche (LIMA, 2000, p. 198, grifo nosso).

Ao tratar da imaginação que demonstra o funcionamento da “vitrine”, que leva a crer que a aparência vale pelo real é possível identificarmos a relação do meio com os indivíduos, onde:

Desenvolveram-se práticas que visavam a fazer reconhecer uma identidade social, exibir uma maneira própria de estar no mundo, significar simbolicamente um estatuto e uma posição.(...) **Por meio de representações simbólicas, o poder buscava apresentar ao público o início de um novo ciclo de desenvolvimento em que o passado colonial e o passado imperial estavam banidos da memória da Cidade.**” (LIMA, 2000, p. 199-200, grifo nosso).

As fotografias da época permitem-nos observar que os usuários utilizavam a pista para exibir seus trajes elegantes, ignorando as calçadas como local especificamente destinado a pedestre. “Caminhavam pessoas em ritmo desacelerado, admirando a arquitetura dos monumentos que ladeavam a Avenida Central” (LIMA, 2000, p. 198). Para Roncayolo (1987) está análise confirma que a população muitas vezes modifica o sentido dado ao espaço urbano pelos governantes. Consideramos, em nossa análise, que este processo é complexo e que as mudanças não dizem respeito apenas ao desejado pelos governos, mas também pelos engenheiros e arquitetos, produtores deste espaço. A população reinventou espaços e sentidos.

Discordando em parte do autor, esta modificação do espaço urbano só tem o seu sentido alterado pelas mudanças da reestruturação dos códigos comportamentais e vestimentares divulgados pela “imprensa” que procuravam orientar, influenciar e ditar como a sociedade tinha que agir e vestir até mesmo por

decreto de lei relatado por Nicolau Sevcenko que criavam a “obrigatoriedade do uso de paletó e sapatos para todas as pessoas, sem distinção, no Município Neutro”. O objetivo do regulamento era pôr “termo à vergonha e à imundice injustificáveis dos em mangas-de-camisa e descalços nas ruas da cidade”. O projeto de lei chegou a passar em segunda discussão no Conselho Municipal e um cidadão, para assombro dos mais céticos, chegou a ser preso “pelo crime de andar sem colarinho” (1999, p. 33).

Não existia tolerância para com as formas de cultura e religiosidade populares, festas como: de Judas, Bumba-meu-boi, barraquinhas de São João e combate policial a todas as formas de religiosidade popular como: líderes messiânicos, curandeiros, feiticeiros, candomblés e etc...

O carnaval que se deseja é o da versão européia, com arlequins, pierrôs e colombinas de emoções comedidas, daí o vitupério contra os cordões, os batuques, as pastorinhas e as fantasias populares preferidas: de índio e de cobra viva - “como seria deliciosa a alegria do carnaval se lhe tirassem essa feição externa de folia do interior da África!” (FON-FON, 1908).

As autoridades não demoraram a impor severas restrições às fantasias - principalmente de índio - e ao comportamento dos foliões - principalmente os cordões. (FON-FON, 1909). Por detrás dessas recriminações, estava o anseio de reservar a porção mais central da cidade, ao redor da nova avenida (Avenida Central - hoje Av. Rio Branco), para a “concorrência elegante e chic” (FON-FON, 1913), ou pelo menos modelar por esse padrão todos e tudo que por ali passasse ou se instalasse.

A população do Rio que, na sua quase unanimidade, felizmente ama o asseio e a compostura, **espera ansiosa pela terminação desse hábito selvagem** e abjeto que nos impunha as sovaqueiras suadas

e apenas defendidas por uma simples camisa e meia rota e enojante de suja, pelo nariz do próximo e do vexame de uma súcia de cafajestes **em pé no chão (sob o pretexto hipócrita de pobreza quando o calçado está hoje a 5 \$ o par e há tamancos por todos os preços) pelas ruas mais centrais e limpas de uma grande cidade... Na Europa ninguém, absolutamente ninguém, tem a insolência e o despudor de vir para as ruas de Paris, Berlim, de Roma, de Lisboa, etc., em pés no chão e desavergonhadamente em mangas de camisa** (FON-FON, 1909, grifo nosso).

A identificação com o novo modo de vida é tal, que os seus beneficiários, encabeçados pelos jornalistas, procuram organizar-se para garantir a sua manutenção, exigir a sua extensão a todos os pontos mais distantes e mais recônditos da cidade e impedir retrocessos. Nesse sentido destaca-se o pioneirismo de Luís Edmundo, à frente de sua Liga Contra o Feio, já em 1908, e Coelho Netto, liderando a Liga de Defesa Estética em 1915.

Existe uma preocupação por parte de determinados grupos da sociedade em manter a “ordem” e a estética daquele que era o microcosmo da representação ufanista falseada, já que o orgulho da “pátria” era o espaço representativo da capital “inspiradora”, ou seja, Paris.

A liga contra o feio, escrita por Luiz Edmundo e publicada na coluna de D. Picollino, na Fon-Fon de 1908 era a demonstração de um dos discursos mais repetidos da época.

Tiveste, meu caro amigo, uma idéia genial, uma idea que só podia brotar no cerebro de um poeta: **a Liga Contra o Feio. Batto palmas a tua iniciativa, á tua campanha contra tudo que enfeia a cidade e a civilização dos cariocas.**Quanta consa hedionda há ainda por ahi, apesar da abertura das amplas Avenidas e dos palácios em construcção! Os imundos Kiosques, retalhistas de aguardente; os trottoirs em-pandarecos da anti-sala do Rio, a rua do Ouvidor, os

mictorios prehistoricos agarrados as paredes das casas e ate de igrejas; as roupas estendidas nas janellas dos prédios carros; os infectos cortiços que tem pretencões á Boulevard Saint Germain; **o pessoal de pé descalço e camisa aberta sobre a moita de cabellos no peito, emfim uma serie ainda bem grande de cousas do tempo do onça, constutando singularmente com a preocupação do luxo e elegancia que tem-se notado nestes ultimos annos. A tua idea foi recebida com entusiasmo pelos jornalistas ultra-modernos, raffinés, protocollarios do Bom tom, e da nota chic. A Liga recebeu as adhesões dos amantes do Bello, lançou-se aos quatro ventos da publicidade os desígnios da nova crusada** e ... em todos os jornaes appareceram longos e pesarosos artigos sobre o que? Sobre a mudança do Mercado, sobre o abandono daquelle foco de immunicie que era a antiquíssima praça! A Liga Contra o Feio, derramando lágrimas pungidas de saudades, pela mudança do quartel da alimentação, sujo e lobrego, para a nova installação, folgada, arejada, banhada de luz e sadia! Que estréa extravagante! (grifo nosso).

A moda ou os modos de vestir-se serve neste caso, como produto e apropriação de um discurso político, que pretendia “construir” uma sociedade ideal que combinasse com a nova estrutura criada no Rio de Janeiro. Partindo da premissa, onde iremos expor mais adiante no capítulo três sobre a construção do sujeito, podemos dizer que um dos modos que o sujeito se constrói é na e pela moda que veste, ele também pode ser construído através de “mensagens” que a princípio não ultrapassam o limiar da consciência, que não é suficientemente intenso para penetrá-la, mas que, pela repetição ou por outras técnicas, pode atingir o subconsciente, afetando as emoções, desejos e opiniões.

Como a moda é de modas, ou seja, de modos de ser e de existir que se enovelam acompanhando os modos de vida, uma vez mais é um sentido da vida

que a moda constrói. Pela moda entrevê-se então como um sujeito vestido está no mundo e como esse mundo o faz ser segundo uma certa moda, ou seja, seus modos de presença imbricam-se com os da moda.

Evelyn Werneck, traduz esta experiência como teatral, utilizando-se do termo “atores sociais” para representar neste novo espaço urbano.

A teatralidade da vida humana adapta-se perfeitamente à vivência e maior fruição dos espaços públicos. (...) essa esfera pública ampliada modificou hábitos e comportamentos na rua, no teatro e no cinema. Os atores sociais, quase sempre induzidos pelo poder político ou econômico, desempenhavam papéis previamente estudados, para que, no imaginário popular, a cidade conotasse um cenário de desenvolvimento e riqueza (LIMA, 2000, p. 197-201)

Existia a necessidade de criar uma imagem de modernidade e espaço de vanguarda, onde o Brasil se afirmaria para o exterior. Neste processo, além de constituir-se em referência internacional, a chamada reforma urbana do Rio de Janeiro, constituiu um elemento a mais para concentrar o olhar e o imaginário nacional sobre ela.

Sendo um dado socialmente construído não se poderia desprezar sua dimensão histórica e social, já que é a sociedade quem produz esta dialética própria da mudança que alimenta o sistema capitalista.

Toda essa transformação ocorrida na parte central da cidade, foi um passo ao contrário do que Davallon chamou de “monumento de recordação”, na verdade o que se viu foi a busca em apagar traços que lembrassem o passado, de colonizado, que representava para a nova ideologia da República e sua corrente de pensamento algo totalmente anacrônico. Mais uma vez a imprensa da época nos dá pista de como este pensamento se refletia, em outro trecho da Liga Contra o Feio, podemos



atestar:

Que exquisito apego! Para disfarçar a pieguice, os chorosos pela perda do Mercado Velho, falham em tradições, abundam em reminiscências de alvoradas allí passadas, remates de nocês e evocam ás pobres ostras engulidas! Ah! Meu caro Edmundo, se respeitássemos tanto a tradição, deveríamos andar vestidos de Adão e Eva! Mas o que seria então do teu registro de toilettes! (FON-FON, 1908).

Para Davallon a imagem é antes de tudo um dispositivo que pertence a uma estratégia de comunicação, que é um dispositivo que tem a capacidade, por exemplo, de regular o tempo e as modalidades de recepção da imagem em seu conjunto ou a emergência da significação. E é um dispositivo, lembremo-nos, que por natureza é durável no tempo. Assim a imagem, por poder operar o acordo dos olhares, apresentaria a capacidade de conferir ao quadro da história a força da lembrança.

#### 2.4 A IMPRENSA E A DIFUSÃO DA MODA: O PAPEL DOS CRONISTAS

A Avenida Central foi o novo circuito europeizado do carioca, onde criou-se o hábito do fluir, o passeio nas calçadas novas e limpas, as modas e modos das camadas médias urbanas e a utilização do modo de vestir como demonstração de poder e *status*. A roupa vista como símbolo para uma comunicação contendo palavras e signos próprios, como um tipo de linguagem que demonstra muito da pessoa que a está vestindo. A exclamação que representou todo este acontecimento de modernização foi destaque na coluna de D.Picollino, em alusão a frase de Figueiredo Pimentel, repetida inúmeras vezes por vários intelectuais da época:

O Rio civiliza-se! Eis a exclamação que irrompe de todos os peitos cariocas. Temos a Avenida Central, a Avenida Beira Mar (os nossos Campos Elyseos) estatuas em toda a parte, cafés e confeitarias com terrasses, o Corso das quarta-íeiras, um assassinato por dia, um escândalo por semana, cartomantes, mediums, automoveis, autobus, auto... resdramaticos, grand-monde, demi-monde, emfim todos os apetrechos das grandes capitaes. Faltava-nos o Cabaret. Já o temos e com o novissimo de Chá Noir que é bom não confundir com chá preto... ( FON-FON, 1908)

O que podemos observar é que dentro deste discurso também existe um tom de crítica, pois junto com a modernização também vieram os problemas que acompanham as grandes metrópoles.

Os novos modos comportamentais divulgados pela imprensa da época ditavam não só como se vestir, mas também como se comportar e até mesmo na decoração da casa e do escritório. Podendo ser confirmados nos textos de quem participou ativamente da época. Carlos Maul, Luiz Edmundo e Figueiredo Pimentel (1908) fazem parte dessa análise. O que os três tinham em comum era o fato de escreverem sobre o cotidiano urbano da *Belle Époque* carioca e mais do que isso serem personagens reais daquele tempo presente.

O texto a seguir é um dos vários que encontramos publicados nas revistas e periódicos da época. O que mais chama atenção neste, em particular, é que antes de ditar algum modelito novo ou as últimas modas ele nos fala do padrão comportamental de uma classe social.

[...] e ' o outonno. A estação elegante da vida dos interiores, dos primeiros agasalhos e dos **primeiros figurinos d'inverno, talhados na rija espessura dos pannos inglezes, confortando a elegancia de um corpo esbelto no aconchego dos feltros e das pelissas custosas. Avidas mãos fidalgas, de claros dedos fuzelados e unhas lustrosas em petalas de rosas, folheam os ultimos figurinos, e lindos olhos curiosos pesquisam policialmente as ultimas novidades parisienses.[...]enchem-se as lojas de modas e de perfumarias e a Cidade desperta para a Vida da elegancia e da graça. E' o outomno há surgem nas primeiras brumas,**

**coroando os altos picos agrestes das Serras longas; são os primeiros frios.** E' o outomno, do chá das cinco, das festas internas das pellissas e das brumas. [...] vão começar as recepções e as visitas d'Inverno , Madame vae receber ás quintas, no encanto aromal da sua vivenda fidalga. A linda Baroneza anima-se nos preparativos elegantes do seu primeiro concerto. [...] madame, com sua fina elegancia fidalga, cuida do preparo de estufas para a conservação das ultimas flores. (FON-FON, 1907, grifo nosso)

O que podemos observar é que antes de cada “editorial de moda” vinham textos desta mesma natureza, geralmente nas primeiras páginas das colunas sobre moda, confirmando porém que moda mais do que a roupa em si, é também a maneira de como você está e se apresenta na sociedade, é para os tempos atuais conhecido como *life style*.

Figueiredo Pimentel autor da frase “O Rio civiliza-se”, foi um dos mais marcantes representantes desse discurso, que garantia agora não mais a manutenção de um modo de ser, mas através da sua coluna na Gazeta de Notícia ele ditava as novas regras comportamentais e de vestimenta para a nata da sociedade do Rio de Janeiro:

[...] fulana elegantíssima, na sua toilette brodée em tule noir; beltrana, tout bien, no seu completo em rose satinée, com aviamentos encantadores de Mme. Denise; sicrana com sua filha formosa, vestindo um modelo da casa Mme. Fachinette.

Esse era o estilo, o chamado “*grand monde*” que enchia a rua do Ouvidor, com o luxo de sua frivolidade a que o Binóculo chamava de civilização.

A Batalha das Flores, O *five o'clock tea*, os Corsos, o *Footing* do Flamengo, a Exposição Canina, os *Ladies' Club*, são alguns exemplos, da influência deste cronista nas mudanças comportamentais destas camadas, ajustando todas, ao padrão internacional.

Conheces?  
 São as bellezas populares. Usam papillotes, têm folhetins dos jornaes. Concorrem a todos os concursos de belleza dos semanarios do Serpa Junior (aquella foi premiada) e passam pela *Gazeta* só para que o Figueiredo Pimentel lhes dê o nome e lhes descreva a *toilette no Binoculo*.  
 Só frequentam o Lyrico em matinées; vão também ás Conferencias e são assiduas nos dias da moda na Avenida a Beira Mar.

Fig.8

Fonte: Fon-Fon, 1907

O “estar na moda”, neste caso, estende-se, não só ao vestuário, mas também à decoração da própria casa, do próprio ambiente de trabalho, à organização da própria vida, à adoção de determinados usos e costumes. O aspecto semântico do vestuário, constitui um elemento determinante nas relações entre os indivíduos, no funcionamento das trocas entre os mesmos, e até para uma fácil e inequívoca participação do homem na vida do Estado, ou deste, influido de forma indireta, na formação dos gostos, para conseguir deste grupo, a atitude cosmopolita, que então combinasse com a nova aparência do espaço público, já que estes principais cronistas faziam parte dos jornais “oficiais”.



Fig. 9

Fonte: Fon-Fon, 1907

Ser cosmopolita era o melhor personagem para compor a cidade, “... homem que se movimenta despreocupadamente em meio à diversidade, que está à vontade em situações sem vínculo nem paralelo com aquilo que lhe é familiar” (LIMA, 2000, p. 310). Dentro dessa proposta do homem ideal para se movimentar em determinados espaços o *flâneur* era o personagem perfeito, “com a proximidade de seus passos, o local já se anima; sem fala e sem espírito, sua simples e íntima aproximação já sugere e indica” (BENJAMIN, 1989, p.185).

As revistas da época, como a Fon-Fon (1907), com a seção: “Nossos Instantâneos”, utilizaria de outro instrumental revolucionário: a fotografia, representando através do “olho mecânico”, o ideal de comportamento daquela sociedade. A fotografia comprovava o que a imprensa veiculava e testemunhava o acontecimento, atestava a importância e a veracidade da informação. Esta seção da Fon-Fon, tinha como destaque as fotografias das pessoas da “boa sociedade” e o seu dia a dia, freqüentando as lojas da “Uruguayana”, ou saindo da igreja, almoços, festas, eventos, cafés, descrevendo as roupas, cores, chapéus, tecidos e etc., como forma de direcionar o olhar das leitoras.

Podemos ressaltar um comentário dentro do texto de Davallon, bastante elucidativo em relação a esta questão abordada anteriormente sobre o direcionamento do olhar. A imagem é um fator de fundamental importância deste os tempos remotos, quando era usada na evangelização do homem medieval pela igreja (Duby, 1978), pois os vitrais era um facilitador, um canal de comunicação entre o povo (analfabeto) e a igreja (a evangelizadora). Poderíamos citar vários outros exemplos deste mesmo uso da imagem, no entanto, voltando a questão anterior utilizamo-nos da explicação de Albera (1980) para conferir sentido ao nosso tema. Segundo o autor, a imagem é uma construção que impõe ao espectador um

movimento que ultrapassa a simples compreensão do espetáculo proposto e se faz produtora de sentido. Composição, montagem, ritmo conduzem da visão à compreensão.



Fig. 10

Fonte: AGCRJ

As colunas de “moda” e as fotografias eram a forma didática de educar seus leitores, afim de introduzi-los a um novo modo de ser comparável com o novo ambiente cosmopolita que a cidade adquirirá. Por detrás dessas observações existia todo um aparato político, econômico e social na busca de uma materialidade que não condizia com a realidade, mas sim com a nova forma de representação da Capital.

As senhoras vestem saias compridas, amplas, cheias de subsaias. Todas de cabelos longos, enroladinhos no alto da cabeça e sobre os quais equilibra-se um chapéu que, para não fugir com o vento, fica preso a um grampo de metal. Usam, como fazenda, o

chamalotte, o tafettá e o merinó.e infalível leque de seda ou gaze na mão (LUIZ EDMUNDO, 1908)



Fig.11

Fonte: Fon-Fon, 1907

Não só as colunas de moda, cada vez em maior escala nos periódicos da época, também podemos atestar para o aumento e a nova formatação das “propagandas”, ocupando espaços cada vez maiores e de destaque nas edições. Os boletins médicos e as cópias das certificações conferiam confiabilidade e atestavam originalidade à seus produtos (ANEXO A). Um bom exemplo para ilustrar uma dessas tendências é o texto do anúncio da *Maison Blanche*:





ROBE DU SOIR EN TULLE ARET  
 Com encadramentos de gessamento de gaze e pailletes. Luz, confeccionada nos ateliêrs da  
**MAISON-BLANCHE** da RUA URUGUAYANA N. 78  
 A loja e o gabinete dependem do conhecido estabelecimento das Fazendas Pretas do Rio  
 Uruguayan n. 24. As sobretas de Maison-Blanche mantêm em si a elegância com as mais  
 sumptuosas confeccionadas em Paris, Londres e Viena. E os seus preços  
 são os mais reduzidos desta capital.

*“Colletes privilegiados*

*Pelo decreto n. 2788 publicado no Diario Official de 18 de fevereiro de  
 1897 (n.º 48):*

*Estes colletes são os mais recomendados pelos Exmos. Sars, medicos,  
 por não ser nociveis dos órgãos genitales das senhoras ( uteros e ovarios)  
 e permitir a funcção normal dos pulmões”*

*Officina do Petit Paris*

*Travessa de S. Francisco 20*

*Mme Latorre, inventora privilegiada”<sup>41</sup>.*

Fig. 12

Fonte: Fon-Fon, 1908

Dentro do texto desses anunciantes existia todo um processo que condizia com o discurso das mais variadas formas de comunicação daquela época, ou seja, discursos políticos, “publicitários”, boletins médicos, colunas de moda, variedades e etc. As imagens de padrões femininos “corretos” que ocupavam páginas inteiras vinham ao encontro do que se escrevia à respeito da elegância, padrões comportamentais e estéticos, nas principais colunas, dos principais periódicos, dedicados as mulheres das classes mais abastadas. O que isso significa nas entrelinhas é a presença e marca do Estado regulamentando e atestando a nova circularidade do poder.





Fig. 13

Fonte: O'Hara (1992, p. 52); Maluf e Mott (1998, p. 390)

A preocupação com saúde, atestando e legitimando o discurso da época, nas mais variadas formas de comunicação também era muito comum, Rainho (2002), com sua pesquisa a partir dos boletins médicos pode nos confirmar:

É tão poderoso sobre elas o ascendente da moda que, apesar dos mais sábios conselhos, não podem corrigir-se, mesmo à vista dos mais funestos exemplos. Rosseau, com a dialética mais pura e enérgica, mostrou quanta atenção se deve prestar a este objeto a bem da humanidade inteira, mas os esforços deste filósofo parecem nenhum efeito ter produzido; porquanto, nas grandes cidades, onde este uso é sem limite, os males que daí provêm crescem espantosamente. (RAINHO, 2002, p.140)

Na verdade o que podemos identificar, quando contrapomos as diversas fontes apresentadas para dá corpus a este trabalho, isto é, os textos jornalísticos, os livros, as fotografias e a própria roupa, o que encontramos é o discurso articulado, a extensão de um pensamento comum nas várias formas de comunicabilidade, e é isso que chama a nossa atenção, é este o ponto de articulação e involuntariamente

do traço de memória - de retenção de memória, ou seja, uma memória construída a partir da finalidade de apagar, esquecer uma outra memória, uma memória que não condiz com a nova estrutura pretendida para a cidade.

Dentro desta questão da manutenção e homogeneização de grupos sociais, Figueiredo Pimentel (mais do que os outros), participou intensamente com sua coluna O Binóculo do ambiente social do Rio de Janeiro, transformadora que foi dos hábitos que acompanharam as mudanças metropolitanas. Com sua vara de ditador tornou-se o eixo de toda a vida burguesa. Escrevia em sua coluna sobre moda e comportamento e proferia a palavra de ordem que era rigorosamente obedecida por damas e cavalheiros que lhes dizia em matéria de vestir como em matéria de comportamento público e privado. Respondia perguntas, denunciava a deselegância, fazia comentário maliciosos de determinadas damas da sociedade que se encontravam caminhando sem a companhia de uma mãe, de um filho ou do seu marido pelas ruas, enfim todos queriam ter espaço em sua coluna na forma do exemplo positivo, da boa sociedade e ninguém queria participar na forma do exemplo contrário.

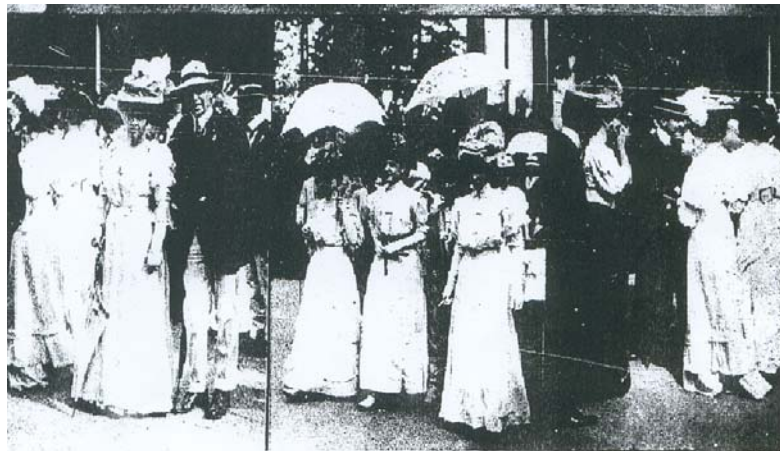


Fig.14

Fonte: Fon-Fon, 1907

Tanto a moda, como as novas construções são os recursos utilizados no apagamento das memórias anteriores. No entanto, as diferenciações, de gênero, de classe e etc., que ocorrem na composição de um Estado ou de uma sociedade, servem de vestígios para o não apagamento completo de uma memória indesejada.

O meio de comunicação, comum à época que serviria como um homogeneizador encontra sua unidade na vida pública de um determinado grupo social que estabelecem os códigos apresentados nas colunas dos periódicos e fotografias para comunicar o seu pertencimento à um determinado tipo grupal, que festejavam e cumpriam com os “rituais” de ordem e embelezamento dos pontos centrais da cidade contribuindo para o esquecimento e afastamento de memórias perturbadoras para a nova perspectiva que se pretendia dar ao país, através da Capital.

Para Ana Cláudia de Oliveira (2005), há mais de uma década, existe por parte da semiótica um engajamento no desenvolvimento de uma metalinguagem da produção do sentido nas atividades do cotidiano, como por exemplo: o ato de vestir e as práticas discursivas estudadas em suas ocorrências como textos. Segundo a autora Greimas sublinha essa plenitude significativa do mundo dos objetos e das coisas que fazem o mundo dos seres e o significam pelo tipo de contato que entre eles são mantidos. Duas perspectivas distintas de desenvolvimento surgem desse campo conceitual. A primeira é uma tendência discursiva que vai explorar a tensividade; e a segunda, uma tendência pré-discursiva que se concentra na qualidade sensível das coisas, do contexto em relação ao qual o sujeito se constrói.

O afrontamento de um eu com um outro, continua a autora, é o que irrompe na continuidade do ser a possibilidade mesma do seu advir um sujeito transformado. O outro que as modas exibem faz-se então necessário para, nas relações face a

face com as proposições da moda, o sujeito adquira competência para ousar ser um ser diferente de si, ou ousar se manter ele mesmo. São enfrentamentos previstos que promovem encontros definidores dos sujeitos nesse mundo.

Mágico, misterioso, esse enfrentamento que o sujeito experimenta ao se vestir é um esforço concentrado para se realizar o advir de alguém de dentro ou de fora de si mesmo.

## 2.5 A ROUPA PERFEITA

No início da década, do século XX aconteceu a grande transformação dos costumes vestimentares “abaixo às ditaduras das barbatanas e das crenolinas”. A Inglaterra vive o período Eduardiano e a França está no auge da *Belle Époque*. Ostentação e extravagância são as principais características da indumentária no começo do século, além de vestir, as roupas enfeitam. Aos poucos começam a perder seus excessos, diminuem o volume dos tecidos, dos babados e das caudas das saias. A silhueta vai ficando cada vez mais simples e mais perto ao corpo, a beleza começa a ceder lugar ao conforto, as elegantes suspiram aliviadas, livres da fiel submissão das barbatanas e das crenolinas. De 1903 em diante, essa tendência vira a moda do *Devant-droit*, também conhecida como estilo *Liberty*, tendo sua origem no *Art-Nouveau*, movimento estético que privilegia as formas orgânicas e ornamentais, a favor de tirar as banalidades das coisas. O rebuscado figurino com silhueta em “S” dá a impressão da mulher em permanente reverência, efeito este realçado com a saia que se prolonga em pequenas caudas enxertadas com franzidos, rendas e laçarotes. Progressivamente, as saias afunilam, a ponto de

serem batizadas de “entrave”. (Astrid Façanha, 2000).

Os padrões *chic* vinham da França, e nossa tardia *Belle Époque* revelava nas roupas íntimas nas toaletes para ir ao teatro ou ao sarau, a mesma forma alongada, enriquecida pelas linhas sinuosas do *Art-Nouveau*. Nos vestidos de passeio, os quadris apertados ganhavam enfeites drapejados, que dialogavam com as curvas fechadas das sombrinhas, a proteger do sol o rosto das jovens senhoras.

Vestidos diurnos são fechados até o pescoço, os noturnos, decotadíssimos, sem falsas modéstias. As cores deste período evocam a frivolidade e a fragilidade - em tons como o rosa desbotado e o malva desmaiado. Os tecidos favoritos são o *crêpe de chine*, o *chiffon*, a *mousseline* de seda e o tule.

Paris e Londres continuam ditando moda. A vida na cidade torna-se mais cosmopolita e menos conservadora. No ar, uma progressiva paixão pelo moderno. Em 1907, a revista *Fon-Fon*, cujo título é inspirado por uma buzina de automóvel, estampa a nova realidade industrial. A vida social das mulheres está mais agitada, com ida aos concertos, óperas e saraus. Fundado em 1909, o Teatro Municipal, torna-se a grande vitrine para exibição da moda que veste a alta sociedade.

Teatro Municipal é inaugurado no Rio - 1909

**O Rio ainda não é Paris, mas, pelo menos, já conta com uma casa de espetáculos à altura das melhores da Europa**, com a inauguração do Teatro Municipal. Em 54 meses de obras foi erguido o projeto do arquiteto Francisco de Oliveira Passos, muito parecido com a Ópera de Paris. A casa ocupa uma área de 4.220 metros quadrados e comporta 2.375 espectadores. Em seu interior finamente decorado, encontram-se obras de Henrique Bernardelli, Rodolfo Amoedo e Eliseu Visconti, que pintou o pano da boca de cena, *A Influência das Artes sobre a Civilização*. A gigantesca tela retrata grandes mestres da pintura, como Leonardo da Vinci, Rubens e Rembrandt, e da música, como Verdi, Beethoven e o brasileiro Carlos Gomes, que aparece em posição central. Visconti não se esqueceu nem de Oliveira Passos, também retratado no pano. (JORNAL DO BRASIL, 1909, grifo nosso).

Após a virada do século XX, os governantes da Primeira República forjaram uma imagem cosmopolita para os espaços urbanos, arquiteturais e sociais, de nítida influência francesa. “Imitar Paris constituía uma das preocupações dominantes nas classes culta e nas que puderam atravessar o Atlântico para um passeio à Europa” (CARELLI, 1994, p.190).

Para Nicolau Sevcenko, quatro princípios fundamentais regeram o transcurso dessa metamorfose:

- 1) a condenação dos hábitos e costumes ligados pela memória à sociedade tradicional;
- 2) a negação de todo e qualquer elemento de cultura popular que pudesse macular a imagem civilizada da sociedade dominante;
- 3) uma política rigorosa de expulsão dos grupos populares da área central das camadas aburguesadas;
- 4) um cosmopolitismo agressivo, profundamente identificada com a vida parisiense. (SEVCENKO, 1999, p.21).

A ascensão da burguesia como classe implicou a formação de um gosto especialmente mundano que tentava romper com o passado colonial. Essa vida mundana, no início da República, significou maior participação das mulheres nos espaços públicos, implicando na ampliação da esfera pública e resultando na criação de um novo pólo para a cultura e a política.

A modernização do Rio foi um projeto sem consulta à sociedade. A cidade na entrada do século XX, de certa forma assumiu integralmente a postura do *Art-Nouveau*. Embelezou a cidade falseando a natureza das questões sociais herdadas do escravagismo. A cidade radicalmente transformada no seu formato urbanístico e arquitetônico, não modificou essencialmente a velha anatomia do Brasil Imperial.

A Moda, segundo Gilles Lipovetsky, contextualizada com as mudanças impostas pela República no início do século XX no Rio de Janeiro:

é uma instituição excepcional [...] uma realidade sócio-histórica característica do ocidente e da própria modernidade, apoiada em

três atitudes: negação do passado imemorial, a febre das novidades e a celebração do presente social, o vestuário é o domínio arquetípico desta instituição. (LIPOVETSKY, 1989, p.71).

A explanação de Sevcenko seguido de Lipovetsky, nos deixa claro o encontro das duas bases iniciais e de apoio para este estudo da memória, ou seja, a reurbanização e a moda. Se compararmos, podemos notar pontos de concordância entre um e outro, apesar da distinção entre os assuntos colocados pelos autores. A transformação sofrida tanto pela cidade, como pela moda são marcadas pelo anseio ao novo seguido imediatamente pela negação do seu passado mais recente. Este é o ponto de convergência da moda com a arquitetura, pois as mudanças operam num mesmo sentido e ao se encontrarem provocam sensações de bem estar e de pertencimento ao seu grupo social, e até mesmo, ao seu tempo histórico..

## 2.6 OS HÁBITOS DA MODA

A indumentária ocupou um lugar estratégico no imaginário social. Trata-se, no Brasil, nesta conjuntura, de um tema essencialmente urbano. Os estudos demonstram que ela atravessa diferentes grupos e classes sociais. A roupa /moda é uma linguagem cultural e social importante para a compreensão da época e da condição de gênero. A moda e os hábitos que ela cultiva são imposições de um sistema de distinção e prestígio social, ela remete à idéia de relações sociais, de partilhamento, de comportamentos e de identidade social.

Moda é - neste caso, uma intervenção que organiza e hierarquiza o mundo e as relações sociais, ela é uma linguagem de um grupo e de uma época, ela

materializa e oferece sentido aos sujeitos históricos, ela materializa um estilo de ser e de estar numa sociedade. Deve ser enfatizado que a moda não consegue ser privativa de um grupo. Ao tornar-se pública, ao ganhar as ruas, ela pode ser partilhada por outros grupos ou sofre uma releitura. A Moda converte /opera / valoriza uma “distância” entre os sujeitos, ao realizar tais processos ela significa e resignifica os sentidos (relacionais).

Nosso olhar, no início do século XXI, coloca para os atores comportamentos, estética e situações da época (em estudo) elementos que são próprios e significativos para o nosso tempo. Olhamos para os anos dez com os olhos imaginários, representações, desejos, projetos, expectativas, preocupações e fantasias dos nossos dias.

A vestimenta e a moda estão no nosso imaginário e encontra respaldo nas obras de arte e na cultura de massa. Qualquer um possui uma imagem dos anos vinte e dos anos sessenta, imagens e representações viabilizadas pelas artes e pelos meios de comunicação. Na memória dos anos dez/vinte o charme das mudanças não seria completo se a figura estigmatizada do Jeca Tatú andasse pela Avenida Central. Lá era um espaço europeu e elitista do Rio de Janeiro, um espaço de/para poucos, daí as fantasias e as interdições. Um espaço que marcava e permitia a existência e a convivência de posições privilegiadas e que reforçava a hierarquia e o controle social. Recuperar/reescrever/analisar a memória da moda, a moda nas representações sociais e no imaginário social é resignificar um tempo e os atores sociais que construíram uma conjuntura.

A memória social da moda é, além da história e da memória da elegância e da distinção, a possibilidade de produção de uma memória de subjetividades individuais e sociais, modos de ser, sentir e estar coletivamente demarcando



individualidades. A memória social é um modo de contar e representar uma cidade e seus grupos e classes sociais. Uma memória social em que o imaginário e as representações são, por vezes, parte e constitutivos da própria memória

## Capítulo III

### OS MODOS DE SER DA MODA

#### 3.1 ADEQUAÇÃO DOS ESTUDOS DAS FORMAS VESTIMENTARES

Começamos este capítulo com uma discussão à cerca de metodologia proposto por Rita Andrade, segundo a autora, a forma preponderante de estudar moda, cujas bases são fontes de pesquisa tradicionais como as revistas de moda, pinturas e retratos, tem sido contestada em face de uma nova abordagem dentro de pesquisas sobre tecidos e roupas, onde incluímos moda. É importante lembrarmos, que dentro da História essa discussão ou reflexão à respeito da utilização de novas fontes se iniciou com os *Annales*.

Dentro da área de História de certa forma, apesar de tudo, mais “tradicionalista” a respeito das escolhas do tema o que podemos acrescentar a partir de Lucien Febvre e Marc Bloch é que as fontes apenas se tornam “documentos” através da importância concedida pelo historiador ou pesquisador e pelo trabalho que este exerce sobre eles. Não existem fontes propriamente ditas, ou, sobretudo, para que as fontes aflorem é necessário que o pesquisador se transforme em vedor; os fatos não são fenômenos objetivos, e sim, resultado do trabalho de construção do pesquisador, criador dos fatos históricos. Para que o trabalho do pesquisador resulte e para que a História se faça é necessário que se coloquem questões aos testemunhos – que é a famosa concepção da História-problema dos *Annales*.

Com as outras áreas do conhecimento essa nova abordagem à respeito das fontes têm-se “expandido”, procurando cada vez mais diversificar o uso das fontes, inclusive com a contribuição da transdisciplinaridade tais recursos se ajustaram muito bem às novas questões levantadas para um estudo mais efetivo na relação do homem consigo mesmo e deste na sociedade.

Com a ajuda da “multi” ou transdisciplinaridade as áreas de conhecimento estão se interessando cada vez mais por assuntos antes poucos explorados, a moda tende contribuir cada vez mais com o conhecimento das formas, modos de ser e estar do homem na sociedade. Um bom exemplo dado por Rita Andrade são alguns trabalhos da Dra Valerie Steele (2004), onde ela faz uso de fontes como arquivos de instituições médicas, para analisar a fundo a conexão entre moda e fetichismo. Ainda num artigo anterior, segundo Andrade, Steele - que é curadora do Museu do Fashion Institute of Technology - FIT em Nova Iorque - defendeu a importância na diversificação das fontes para um estudo mais efetivo e menos distorcido pela generalização excessiva tão comum em histórias da moda. Outro exemplo é o da historiadora Maria do Carmo Teixeira (2002) em que analisa todo o contexto histórico do século XIX a partir de boletins e manual médicos. Para Andrade, outra contribuição importante foi a de Christopher Breward, que escreveu sobre moda contrastando fontes tradicionais com fontes menos tradicionais de pesquisa, como a própria roupa. Apesar do formato de história concisa do trabalho de Breward, o que dificulta a fuga a generalizações, o direcionamento da pesquisa mais próxima da história nova (a Escola dos *Annales*) é emblemática de uma nova geração de estudiosos da indumentária que ainda não é representativa no Brasil.

É importante essa discussão sobre metodologia ter partido por grupos de estudiosos que faz da moda seu objeto principal na análise do homem como sujeito,

pois a partir dos debates iniciados este objeto ganha corpus e sustentabilidade para um novo olhar sobre a moda nos meios acadêmicos.

Uma das grandes contribuições nessa abordagem mais abrangente no que diz respeito às fontes de pesquisa e ao mesmo tempo mais especialista sobre o objeto de estudo, segundo Andrade, está no reposicionamento da roupa como fonte histórica. Ao passo que num método tradicional a roupa é ilustrativa, representativa de uma série de aspectos da moda, como estilo, design, forma e cor, recentemente, a roupa tem sido usada como um documento histórico, evidência cultural e material da sociedade. Nessa nova perspectiva, o que é analisado e estudado é a roupa e não a foto da roupa. Neste sentido, o estudo da moda fica menos semiológico e mais multidisciplinar. Áreas como a história, a etnologia, a etnografia, a arqueologia e a sociologia passam a coexistir e não mais a se excluir, diz Rita Andrade.

A análise de um objeto, e em nossa área de estudo, de uma roupa, pode, por exemplo, prover evidência da tecnologia de manufatura, podendo citar aqui uma análise comparativa do antes e depois da Revolução Industrial, uso de matéria-prima, modelagem e qualidade de acabamento. Mas para que a roupa tenha um papel representativo dentro de uma pesquisa rigorosa, é necessário que ela seja administrada como documento dentro de uma metodologia de pesquisa, na busca de uma sistematização de conhecimento com rigor acadêmico. E está justamente no método de análise que o objeto pode distanciar-se da fonte tradicional de pesquisa, pois que o estudo de um objeto inevitavelmente leva a um contato muito próximo do pesquisador com o pesquisado. A relação do estudioso com o objeto não é apenas intelectual, mas é antes de qualquer coisa física e empírica. Talvez isso explique parcialmente a resistência das vertentes mais conservadoras em aceitar a moda como área de estudo acadêmico. A mancha e o desbotamento do tecido são ainda

sem sentido aos habituados à poeira dos papéis e dos livros (ANDRADE, s/d).

Quando discutimos a adequação de uma nova metodologia no estudo da roupa em si como objeto e/ ou fonte de análise preocupamo-nos em aproximá-las de vários aspectos que possam contribuir para um maior entendimento da questão inicial, ou seja, a peça de roupa em si. Confrontá-las com textos e fotografias históricas é essencial para um resultado mais confiável. A roupa em si será validada a partir do momento que ela fizer parte de um contexto. Exemplificamos no entanto a questão da metodologia com um provérbio chinês citado por Achard (1999, p. 54) “quando lhe mostramos a lua, o imbecil olha o dedo”. O autor segue explicando o porque da escolha deste provérbio: “por quê a análise de discurso não dirigiria seu olhar sobre os gestos de designação antes que sobre os designata, sobre os procedimentos de uma montagem e as construções antes que sobre as significações?”. A pertinência desse fato ocorre porque um discurso atravessa e a constitui, neste caso, ele está falando de imagens no nosso estamos fazendo uso deste discurso para legitimar o procedimento adotado no método de análise do nosso objeto: a roupa.

Na busca por uma sistematização dos estudos baseados em objetos, segundo Rita Andrade, o trabalho do autor inglês Jules Prown tem sido um importante instrumento de análise. Prown tem uma abordagem diagramática sobre métodos de estudo e análise de objetos. Segundo a autora, a metodologia de estudo está dividida em três estágios de análise: descrição, dedução e especulação. Essas etapas já existiam dentro de trabalhos de interpretação de objetos. A grande contribuição de Prown está na objetividade e na estrutura seqüencial das etapas. Mais importante ainda, este método declara e não refuta a existência de uma moldura interpretativa dentro deste tipo de estudo, que é a interatividade do

pesquisador com o objeto pesquisado.

Para a autora, o método de análise de objetos proposta por Prown oferece uma grande contribuição para estudos sobre a história da moda. Se a estrutura rígida e meticulosa, de três etapas possa parecer um trabalho quantitativo ou de catalogação, esta não é a natureza do método. Por estar vinculado a uma área de estudos, o da cultura material, este método resulta em trabalhos analíticos e não tanto quantitativos como possa parecer a priori. A estrutura fornecida por Prown prioriza o objeto como fonte de pesquisa, sem isolá-lo de seu contexto histórico.

A partir deste método proposto por Prown, analisamos as roupas expostas na Reserva Técnica do Museu Histórico Nacional. Após uma descrição detalhada nas peças e da dedução a respeito de materiais usados e técnicas de confecção, a especulação irá inevitavelmente levar ao contexto temporal e espacial das roupas. No caso, destas peças de vestuário fazer parte do acervo de um museu, um outro aspecto a ser considerado deve ser a coleção. Partimos do parâmetro das escolhas, ou seja, quem usou? , quem doou? , por que doou? e por que foi aceito a doação? Retornando ao exemplo de Achard, do provérbio chinês descrito anteriormente, podemos dizer que esses parâmetros são “o dedo” – é para onde estamos olhando, ou seja, mais do que olhar para a roupa pronta e acabada (o produto final), olhamos neste caso, para os aspectos implícitos para a construção deste “monumento” (Le Goff, 1990).



Fig. 15\*

Corpo de um vestido de 1905, confeccionado em seda pura com detalhe de veludo no colo, nos punhos e na cintura com acabamento em galão de seda pura. O forro é estruturado por várias camadas de entretelas, algodão e por fim tafetá de seda. A parte das costas levantada sugere o encaixe da saia drapeada, com laços e a cauda. O que mais chamou atenção nesta peça, além da nobreza e suntuosidade dos materiais foi o seu peso.

A fotografia, neste caso, foi uma etapa no trabalho de observação destas roupas, referimos sobre a metodologia proposta por Prown, o da observação. Neste momento são feitas as anotações das dimensões e materiais analisados.

Observando as roupas a primeira constatação foi a origem francesa atestadas nas etiquetas. O que comprovou a importância dos modelos identitários na construção da imagem da elite brasileira. É importante ressaltar que ao fazer um estudo com fontes museológicas é preciso contextualizar esse momento (como já

---

\* Esta foi uma das peças que obteve aprovação para ser restaurada.

foi dito anteriormente) para não cair na armadilha das generalizações, pois este acervo é formado por doações que contam a história de apenas uma classe, ele existe para tornar a história mais verossímil, mas não total. Essas doações feitas, na maioria por famílias abastadas, servem como forma de deixar seu nome para posteridade – um exercício de memória – uma marca sua na história, é um palco de socialização, como demonstramos anteriormente na tabela de Laver e em seguida no exemplo da cartola de D. Pedro II.



Fig. 16



Fig. 17

Seguindo o método de Prown, a primeira etapa é observar e descrever este objeto, não concluir nada, é somente detalhar – Qual o material? Como é o acabamento? Qual o tecido? isso ajuda a identificar a classe social. Concluída esta etapa, parte-se para a dedução, ou seja, ver se possui alguma etiqueta, sentir como você usaria esta peça, como você se movimentaria, sentaria, se era preciso de alguma outra pessoa para ajudá-la a vestir-se.

E por fim a especulação, onde se dará a união de todos os recursos pesquisados, contextualizando a época e ajudando a compreender determinadas



posturas, confrontando com as outras fontes pesquisadas ao longo do processo de construção deste trabalho.

O que podemos atestar num primeiro momento, que certamente uma das causas do mal-estar feminino se dava pelos espartilhos apertados e do peso demasiado das roupas e tecidos inadequados para o nosso clima. Estes vestígios de memória nos remetem ao universo físico de uma época.



Fig. 18

Para Rita Andrade o uso deste método e da pesquisa baseada em objetos abre novos caminhos nos estudos sobre moda. Utilizar uma metodologia de análise já é um grande passo na sistematização de novos estudos nesta área. As evidências materiais de um objeto podem sugerir novas pistas na busca histórica e como análise de memória, pistas que não estão presentes em outros tipos de fontes, como

os documentos escritos e iconográficos. Além disso, priorizar a própria roupa como fonte histórica dentro de um trabalho de pesquisa é reconhecer, finalmente, o papel fundamental e central desta fonte na história e no cotidiano da moda. Sem a roupa, não nos esqueçamos, que todos nós - historiadores, professores, curiosos, estudantes e consumidores - ficaríamos sem nosso trabalho, estudo e despidos completamente. Mas este não é o caso, pelo menos não enquanto existirem acervos têxteis e de indumentária. A reflexão a respeito do riquíssimo valor histórico que está naquilo que vestimos é um excelente caminho no estudo e na preservação do nosso patrimônio cultural e da memória através da moda, diz a autora.

O uso da roupa como fonte histórica, como proposto por Prown, é de relevante importância para seguirmos adiante sobre a conservação da memória da moda, pois ao mesmo tempo em que podemos observar detalhes técnicos da peça em si, também podemos, através da sua tridimensionalidade observar e sentir outros aspectos como: movimento corporal, modos de sentar, de andar, de sentir, o que em nenhuma outra fonte podemos atestar de fato.

No caso da análise na Reserva Técnica do MHN, podemos ainda perceber a adequação de um padrão corporal adaptado ao outro, ou seja, as roupas de origem francesa, tinham não só a modelagem ajustada para os padrões das mulheres francesas, como também os tecidos para um outro tipo de clima. Este resgate da memória através da indumentária nos permite observar também uma forma de negação e apagamento de nossa origem, atestando mais uma vez para as discussões iniciadas nos capítulos anteriores.

Para Souza (1987) é através dessa “caligrafia dos gestos” que a mulher revela a sua alma contida, reclusa, ligada aos objetos de que se apodera harmoniosamente, absorvendo-os no seu ritmo total. Encerrada em si, menos por

uma necessidade de sua natureza do que por imposição da sociedade, reabsorve o impulso, mergulhando a sua personalidade toda na obra de arte que inscreve no cotidiano. E mais, acrescentando o gesto à composição de linhas e de cores, a mulher transforma-se:

numa escultura fantasmal que não contém em si apenas o esboço do movimento, o começo da ação das esculturas reais, mas vive na plenitude da conquista do espaço, comunicando-se com o ambiente numa ligação necessária (SOUZA, 1987, p. 101).

A moda tomou o sentido de mudança. Ela está materializada e ganha forma em diferentes documentos e narrativas de uma época. Ela é que atribui o sentido do novo ao que o estado pretendia em suas reformas. Sem o que a moda representava ou viabilizava, a reforma não seria dotada de sentido ou eficácia.

Os diferentes documentos e registros de época estabelecem o nexos que a Memória Social reafirma. A coleção que ela permite reunir é a narrativa da reforma e das mudanças operadas.

### 3.2 ALGUMAS QUESTÕES TEÓRICAS SOBRE MODA

Iniciamos neste capítulo algumas discussões bem contemporâneas sobre o estudo da moda. Apesar do corte temporal desta pesquisa estar focado no início do século XX, o elo de ligação entre presente e passado se dá na busca e da necessidade de imitar e na vontade de se diferenciar do ser humano. Dinâmica que se encontra completamente incorporada ao modo de funcionamento da moda, de uma maneira geral, e também no campo do vestuário, de uma forma específica.

É no resgate dessas memórias da moda ou da roupa usada ou exposta, que

pensamos a relação entre o indivíduo vestido e a sociedade que propõe o código do vestir, podendo se medir pelas grandes mutações no sistema vestimentar em comparação com a possibilidade de difusão e de acolhimento. O estudo da moda do século passado, mostra bem a inter-relação entre o funcionamento do sistema vestimentar num momento em que a promoção do indivíduo implica em uma busca de distinção por meio da aparência, e por outro lado, todo um contexto em que ainda prevalece o ideal de uniformidade e conformismo. A importância de pensar o que denominamos de sistema vestimentar é a possibilidade de tomá-lo como força social e estética capaz de orientar vocações e comportamentos. Como todo sistema social, este código denominado de vestimenta, produz uma lógica que integra e articula indivíduos e culturas. A moda não é apenas um efeito social, tecnológico e comportamental. Ela é um diálogo, portanto permite as trocas e as disputas entre iguais e entre diferentes.

Ao lado dos objetos que o sujeito consome e se relaciona no seu dia-a-dia, a moda é o modo particular ou coletivo do sujeito comum das ruas desfilando nas passarelas, como já foi abordado nos capítulos anteriores, pelas quais circula muito distante daquelas dos lançamentos das grandes coleções.

Se a moda existe para ser vestida, se ela é modelar, ela é também o desafio que o sujeito corre o risco aderindo-a para se transformar, se camuflar ou dar uma idéia de pertencimento àquilo que a cerca. A velocidade tem aí uma incisão capital e a moda sugere muitas possibilidades de ser todos ao mesmo tempo.

É este movimento entre a diferença e a identidade coletiva, que anima ainda hoje, nossas escolhas vestimentares, estamos a todo momento presenciando e participando plenamente e, em geral, conscientemente e ativamente, de uma relação, como atores desse teatro, da relação de reciprocidade entre o individual e o

coletivo.

Tal perspectiva encontra ressonâncias em especulações desde há muito desenvolvidas no campo teórico sobre a dinâmica da moda. Para Gabriel Tarde (1993) que concentra sua análise sobre o mecanismo da imitação, estabelecendo uma diferenciação entre os tempos em que reina o costume e os tempos modernos em que prevalece a moda, evidenciando o quanto a dinâmica moda é responsável por alterações econômicas, políticas e sociais, uma vez que altera a própria noção de necessidade, injetando a novidade e a mudança constante como valores sociais.

George Simmel (1988) também recorre ao elemento da imitação, mas trabalha sempre de modo conjugado, ou seja, imitação/ distinção. Para o autor é o capricho da distinção de classes ditas superiores que engendra a novidade, que é, por sua vez, imitada pelas classes inferiores, o que induz, mais uma vez, as classes superiores a investirem em uma outra novidade e assim por diante, num ciclo contínuo.

Pierre Bourdieu, apresenta essa relação da roupa seguindo a lógica da distinção. A lógica da distinção é a da valorização da diferença social, cultural e simbólica. A idéia de distinção remete a outras palavras e estas a atitudes e ações de diferenciação. Altivez, brio, elevação, grandeza, nobreza são alguns dos sinônimos de distinção. Em todos estes sinônimos são encontradas regras sociais de afirmação. Esta distinção produz e justifica um conjunto de regras e valores sociais.

Bourdieu analisa que as condições de classe é que determinaria o gosto e estilo de vida, logo, a aparência e a roupa, e que, essas classes médias buscam um vestuário na moda e original, e segue dizendo:

as diferentes oposições no espaço social correspondem estilo de vida, sistema de desvio diferenciais que são a retradução simbólica de diferenças objetivamente inscritas nas condições de existência (BOURDIEU, 2002).

A ação de retraduzir é dotar de sentidos simbólicos diferenças que não existem naturalmente, mas que são construídas no conjunto de processos sociais predominantes ou valorizados pelos grupos.

Para ele a “grife”, é a marca que, não mudando a natureza matéria, mudaria a natureza social do objeto. A leitura que se faz dessa “grife” significa uma condição social elevada pelo simples fato de poder utilizar-se dela, não importa a matéria-prima, o que importa é o valor final deste produto, do qual ele se apropria para informar que tem disponibilidade financeira, para adquiri-lo, é uma forma de comunicar o seu *status*, é um signo de comunicação, capaz de criar códigos de sociabilidade parcialmente decifráveis como a modelação, remodelação dos corpos pela roupa.

O debate sobre o signo é caro aos estudos semiológicos e antropológicos. Segundo Santaella (1996), um signo de comunicação quer expressar os elementos que compõem as mensagens, ou elementos matérias que são representativos, como realidades materiais concretas. Santaella demonstra que elas são ou permitem a existência de elementos imateriais que encarnam e valorizam a mensagem. Toda mensagem exige um canal e a moda é um suporte fundamental no processo de comunicação. Portanto, a moda transmite uma informação de uma fonte até um determinado destino que está de alguma forma integrado nesta rede.

Para Ana Cláudia Oliveira (2005) entre os tipos de vestir existem tipos básicos a partir dos quais outros são derivados, a fim de retermos no sentido da discussão

provocadas anteriormente por Bourdieu, escolhemos dois tipos propostos pela autora, para prosseguirmos no entendimento desta questão. O primeiro é que ao se vestir o sujeito se veste pelos atributos da roupa, da marca, que são valores independentemente das formas do corpo, é o que para Bourdieu se refere a “grife”. Nessa visão objetual, segundo a autora anteriormente citada, a roupa se sobrepõe ao corpo, pois ela é o que tem valor. Nesse vestir, observa-se a dominação do traje sobre o sujeito que é por ele vestido. A roupa pela roupa esconde o sujeito que traz a própria roupa ser admirada no seu corpo. Um outro tipo de vestir-se é o que busca obter por meio da roupa um status ou posição social de visibilidade, podemos dizer que esse tipo complementa o outro. A roupa valoriza o corpo e o corpo se conforma aos símbolos que a roupa lhe confere. A aparência vestida do sujeito impera sobre a aparência do seu corpo e é a roupa que faz o sujeito ser para o outro e para si mesmo, ou para o seu próprio corpo subjugado.

Especificamente, Pierre Bourdieu, em *A Distinção* trata do estilo de vida e do gosto. Estilo de vida é a “retradução” simbólica das diferenças que existem de fato na empiria, ou seja, segundo o autor, gera não só o que cerca os sujeitos e grupos (casa, roupas e etc), mas o seu estilo de vida, portanto este é a preferência distintiva que a intenção expressa em cada campo simbólico que se manipula e/ ou adentra (móvel, vestimenta ...). O autor está tratando de coisas emblemáticas e não de elementos sutis, que ele não despreza, mas que deixa de lado neste momento: o luxo e a necessidade.

Nos vestimos não por uma necessidade, mas como exercício escolar de contemplação de obras de arte, quando Bourdieu coloca essa questão, ou seja, o vestir igual a obra de arte, deixa claro a intenção de quem faz uso desse mecanismo em se distinguir do outro, que busca uma forma de ser diferenciada, a necessidade

da unicidade, necessidade (cultural) de exibição da liberdade e de consumir algo que se não fosse consumido não afetaria a existência prática. E continua:

**Vivemos numa sociedade sem urgência de necessidades.** As classes populares investem em bem mais duráveis dos que utilizados pela classe média que consome mais o que está na moda. **Os grupos constituem e investem na diferença (identidade).** **Pode-se usar o mesmo uso/utensílio/fala, mas o que cada grupo entende, confere de sentido é diferente e exprime a sua identidade [...]** (BOURDIEU, 2002, grifo nosso).

Há, entretanto algumas observações que Bourdieu confere ao ato do consumo e da produção deste sentido. Ele compreende que os investimentos simbólicos presentes na mercadoria ou em seu uso envolvem capitais culturais distintos, com diferentes efeitos sociais.

[...] A experiência estética só se constitui no mundo sem a urgência da razão prática, necessária. [...] Nada distingue, com efeito, mais rigorosamente as diferentes classes do que as disposições e as competências objetivamente exigidas pelo consumo legítimo das obras legítimas. [...] Quando a obra não faz parte de seu universo de distinção você até pode estruturar algum tipo de percepção, mas não perceberá os detalhes e nuances que nela existem, pois não se têm os meios para apreender as propriedades distintivas do modo e do estilo. Conhecimento que provém das relações que se estabelece internamente em seu estilo de vida.” (ibid., 2002)

Portanto, a capacidade de produzir ou compreender a experiência estética remete a capacidade de viver – a denominada percepção – própria a um determinado universo. Quanto maior a distância social do quadro social, maior a impossibilidade de compreender as relações e símbolos.

Pierre Bourdieu, como nenhum outro teórico, traduz e analisa de forma tão



completa essa vontade de diferenciação das classes mais abastadas. Bourdieu consolida um tema e seus desdobramentos culturais e sociais. O estudo da moda, do comportamento social, dos capitais simbólicos e culturais presentes numa esfera da realidade, realizados com maior vigor a partir dos anos 70, remetem ao esforço de diferenciação e distinção social.

Marshall Sahlins (2003) vai além das divisões e subdivisões entre grupos etários e classes sociais, sendo também, de grande contribuição para este estudo, porque para ele além da distinção entre feminilidade e masculinidade, pode-se também reconhecer por meio do vestuário as demarcações entre cidade e campo e, dentro da cidade, entre o centro e os bairros residenciais, fornecendo assim um bom caminho para a explicitação do indivíduo na esfera pública e espacial da Avenida Central no período de Pereira Passos, ou seja, toda produção é a realização de um esquema simbólico acolhemos sem estranhamento algum a idéia de que a indumentária dá conta de uma certa estruturação simbólica própria de uma determinada cultura.

Nesse sentido, de acordo com as observações de Sahlins , pode-se dizer que a roupa seria, portanto, um certo universo simbólico transformado em matéria, podendo explicar este contexto trazendo à tona Hobsbawm (1982), quando analisou o mundo burguês da Europa que atingiu seu apogeu com o avanço do capitalismo a partir do século XVIII, onde ressaltou a importância da aparência e a possibilidade de mobilidade social através do uso de roupas apropriadas e também de uma arquitetura que não expressava nenhum tipo de verdade, mas apenas a autoconfiança da sociedade que a construía, e este sentido de imensa e indiscutível fé no destino burguês, que torna expressivos seus melhores exemplos. A existência da moda e o espaço urbano revigorado, por onde proletários e burgueses se

locomoviam e se diferenciavam, demonstram ou comprovam a emergência de um novo tempo.

Dentro deste contexto, da materialização do simbólico, ainda podemos citar Certeau “havia uma certa estranheza no cotidiano das pessoas que escapava às totalizações imaginárias do olho. Havia práticas que ultrapassavam o espaço geométrico e geográfico” (CERTEAU, 2000, p.14). Por trás do texto claro e legível da cidade planejada, existia uma outra cidade metafórica. Muitas vezes o projeto urbanístico traz em si próprio um princípio que forja uma imagem e uma interpretação do mundo.

A imagem sempre representou para as classes sociais mais abastadas uma forma de linguagem, que trazia em si tudo o que se queria expressar ou demonstrar para o outro. As questões anteriormente apresentadas por teóricos das mais diversas áreas têm em comum a visão social da indumentária em todos os sentidos. Para o estudo da memória pela moda é importante conhecer as mais variadas correntes que se interessam e discutem a moda como objeto significativo de análise do comportamento de determinados grupos sociais que dentro dessa análise micro, se atesta o macro e fatores que atingem todo um momento histórico.

### 3.3 AS MARCAS DA MEMÓRIA SOBRE O CORPO DA MODA

O ser humano veste-se e assim exerce sua atividade significativa. Se vestir é um ato de significação e, portanto, um ato profundamente social instalado no coração mesmo da dialética das sociedades (BARTHES, 1979). Precisamos estar atentos para o fato de que toda cobertura corporal tem a possibilidade em si mesma

de vir a se constituir em um sistema, consagrado por determinada sociedade. Pensar, sobretudo, como a vestimenta pode tornar-se costume, elemento de comunhão e de socialização.

Segundo Barthes, o fenômeno do vestuário concerne a todo ser humano diz respeito a todo o corpo humano, a todas as relações do indivíduo com o seu corpo e também desse corpo com a sociedade. É uma questão até então não abordada neste estudo, ou seja, o corpo.

O corpo de uma época está ligado ao ideal de beleza ou estética subjacente a este período. É difícil escapar do ideal estético de sua época, diante disso, podemos dizer que existe uma simbiose entre o corpo de uma determinada época e a roupa.

A roupa constrói o corpo e vice-versa. Mais do que isso, a roupa é a portadora da ambigüidade da personalidade do ser humano. Ela é a grande transformadora da atitude do indivíduo, este sem a roupa é despido não somente da forma física e material do tecido sobre o corpo, mas principalmente, é despido de sua dignidade, que é uma das funções da roupa, esconder suas fragilidades.

Segundo Carol Garcia (2002) o indivíduo também constrói seus corpos, nas academias, nas clínicas de cirurgias plásticas e também nos acessórios incorporados ao longo dos tempos para moldar sua silhueta, espartilhos, *farthingales*, *paniers*, corpetes são alguns exemplos do passado. O encontro dessa artificialidade do moldar o corpo de acordo com os preceitos de cada época não escapam das aproximações com o tempo presente, o que muda neste encontro do passado com o futuro são as novas tecnologias (do alimentar, da estética, dos tecidos e etc).

Admitindo porém, que como a moda o corpo ou o seu detentor é uma

construção artificial e se a moda é a estetização do vestuário, as novas tecnologias é a estetização da forma física dos novos atores sociais.

A “tecnologia do eu”, que segundo Foucault, é aquilo que permite aos indivíduos efetuar, por conta própria ou com ajuda de outros, certo número de operações sobre o seu corpo e sua alma, pensamentos, condutas, ou qualquer forma de ser, obtendo assim uma transformação de si mesmo com o objetivo de alcançar certo estado de felicidade, pureza, sabedoria ou imortalidade, ou seja, a tecnologia do ser, é a história do modo pelo qual o indivíduo atua sobre si mesmo.

É difícil falar de moda, sem citar o corpo, pois um depende do outro para convergir, num dado temporal, por isso, ao estudar o desenrolar da moda hoje e sempre, um elemento fundamental de distinção, é o corpo:

[...] **O superastro da nova moda é o corpo, e este se tornou o local do consumo conspícuo.** Talvez não sejamos capazes de distinguir o rico do pobre com suas roupas pretas, relógios e bolsas copiadas, mas as chances são maiores do rico ser bem mais magro. É provável que o rico tenha corpo esculpido com exercício na academia, orientação de um personal trainer, lipoaspiração e, possivelmente, implantes. O corpo do rico será muito mais caro de ser mantido e demonstrará isso. (GARCIA, 2002 apud ETCOFF, 1999, p. 259, grifo nosso).

O corpo é um só e é preciso vesti-lo mas com a idéia de aparentá-lo natural. Na realidade este “natural” foi sempre redefinido através dos séculos em seu contexto social e de acordo com seus padrões estéticos, segundo Garcia (2002). Será que são tão absurdas as diferenças? Será que a imobilidade e rigidez produzida pelos sacrificantes *farthingales*, *paniers*, corpetes e espartilhos já citados anteriormente, que também provocavam malefícios à saúde, não produziam ao mesmo tempo bem-estar àquelas que os portavam em nome da beleza? Será que

todos os recursos contemporâneos de cirurgias não traduzem o mesmo desejo?, são alguns dos questionamentos da autora.

O corpo real é sempre o vetor de onde a roupa parte, seja para exaltá-lo, seja para anulá-lo simbolicamente; e a moda sempre praticou estratégias extremas para mostrar conceitos do físico ideal, mas temos também o livre arbítrio para escolhermos nossas opções. A fascinação pela aparência existe, permeia o nosso real e o imaginário, trazendo a necessidade de cada um buscar seu próprio caminho, em sua relação consigo e com os outros, embasado na sua realidade social.

O corpo, segundo, Elizabeth Wilson estabelece um limite, através do vestuário constitui a fronteira entre o eu e o não-eu, pois a roupa reside no fato de ligarem o corpo biológico com o ser social, e o público com o privado, isto transformando o vestuário num território difícil, porque nos obriga a reconhecer que o corpo humano é mais do que uma entidade biológica, ele é um organismo de cultura, até mesmo um artefato cultural, e segue dizendo:

Se o corpo, com os seus orifícios abertos, é em si mesmo perigosamente ambíguo, então **a roupa, que é uma extensão do corpo, mas que não é exactamente uma parte dele, não só liga esse corpo ao mundo social como também o separa ainda mais nitidamente dele.** [...] Em todas as sociedades, o corpo é vestido, e em todo o lado as roupas e os adornos têm um papel simbólico de comunicação e um papel estético. (WILSON, 1985, p. 13, grifo nosso).

Não sendo uma extensão ou uma parte do corpo, a roupa é um artefato utilitário, comunicacional e simbólico.

Ao analisar o uso da roupa como forma de comunicação não verbal, e colocá-la lado a lado das expressivas transformações ocorridas, observa-se, que a

composição da indumentária, enquanto linguagem simbólica, é um dos principais elementos a retratar o pensamento estético e identidade visual de uma época.

O vestuário trabalha como uma reengenharia tanto estrutural como superficial, o que quer dizer que a roupa readapta o corpo conforme as exigências estéticas exigidas na sua atualidade. O estudo do corpo e da moda, o confronto e a aproximação destes, é a produção da busca de uma imagem para chegar perto do ideal. Por isso, é um objeto válido como lugar de memória, porque cada tempo tem o seu ideal de corpo e cada corpo tem a forma construída através da roupa ou qualquer outro meio tecnológico de redefinição, apesar disso a roupa ainda constrói o corpo e o corpo constrói a roupa.

O corpo é que estabelecerá a ponte entre realidades múltiplas e valores socialmente construídos pelo tempo presente ou reconstruídos através da memória, pelas roupas ou por marcas que nele acrescentamos através do tempo ou pela moda.

Segundo a antropóloga Regina Muller (2004 apud MESQUITA, 2004, p. 66), o modo como as pessoas se apresentam é esteticamente formulado e daí essa relação com a Moda, que é o nome que a gente dá a nossa sociedade para a maneira como as pessoas transformam seu corpo, constroem a sua identidade, através da materialidade do próprio corpo.

A história da moda é a história do dia a dia das pessoas, o que usam, como se enfeitam, com o que se cobrem e se vestem e como os fatos políticos, econômicos e sociais se refletem no seu trajar. O corpo passa a ser uma tela de projeção da história de uma civilização, ele funciona como um barômetro social, onde nos possibilita entrar em contato com uma realidade distante.

Num estudo onde temos a moda como nossa principal base de apoio para analisar o uso de memórias, não poderíamos deixar de fora o principal instrumento de apoio: o corpo. Este também faz parte e pertence aos quadros de memória, pois está diretamente ligado ao tempo e ao sujeito, que passa a ter valor histórico a partir do interesse depositado sobre ele.

Esta relação do corpo com a memória da moda, é bem menos superficial do que percebemos à primeira vista, pois tanto o corpo em seu aspecto físico como também no seu aspecto abstrato constroem o indivíduo em sua identidade, em sua totalidade.

Gilda de Mello e Souza vê nesta relação do corpo com a identidade na mulher burguesa a falta de ter o que fazer, ou seja, com o desenvolvimento industrial no século XIX a mulher foi mais ou menos liberada de suas atividades produtivas no lar, restando-lhes à elas suprir o ócio pelo interesse acentuado pela moda e também pelo casamento e pela arte de seduzir. A partir de então, esta mulher, viu na moda o seu único meio lícito de expressão:

**a mulher atirou-se à descoberta de sua individualidade, inquieta, a cada momento insatisfeita, refazendo por si o próprio corpo, aumentando exageradamente os quadris comprimindo a cintura, violentando o movimento natural dos cabelos. Procurou em si – já que não lhe sobrava outro recurso – a busca de seu ser, a pesquisa atenta de sua alma (SOUZA, 1987, p.100, grifo nosso).**

O corpo está sempre se fazendo no decorrer da História. Não há um corpo ou uma teoria do corpo, pois os corpos, assim como a subjetividade, são delineados por uma série de agenciamentos que os produzem e os desfazem incessantemente. Como bem disse Carlos Drummond de Andrade, no poema As contradições do

corpo: “Meu corpo não é meu corpo, é ilusão de outro ser. Sabe a arte de esconder-me e é de tal modo sagaz que a mim de mim ele oculta” (1998, apud MESQUITA, 2004, p. 59).

### 3.4 “INCÔMODA MODA”

As grandes questões apontadas no desenrolar das análises sobre memória e moda caminham para uma única direção que implicitamente, dentro dessas reflexões, nos levam para a construção ou construções de identidades.

Compreender a relação entre identidade e moda exige, antes de tudo, uma perspectiva social e histórica que torne possível analisar a importância do vestuário, do ponto de vista psicológico, na formação da identidade das pessoas, sem cair em reducionismos. A moda se transforma tanto quanto a cultura, a sociedade e a pessoa, por isso, a identidade é dada aqui, como metamorfose, segundo o trabalho de Embacher (1999).

A identidade não é um tema solto dentro deste estudo. Ela acompanha nossas análises deste que começamos a investigar sobre a moda como objeto de memória social, pois ao analisarmos o tempo histórico do início do século passado, percebemos a relação de sua construção com a nova perspectiva de reconstrução da própria cidade.

Dentro da análise apresentada nos capítulos anteriores e ao longo deste estudo, o encontro com o pensamento hegeliano, apresentado por Embacher segundo o qual o ser é um vir-a-ser que, motivado em direção àquilo que não é, procura superar-se num processo contínuo de transformação. O conceito tomado



“emprestado” da Psicologia Social, nos atende a partir do momento em que começamos a perceber ao longo de toda a década de dez a busca da cidade ou da área central (do foco) desta cidade, em reconhecer-se como algo que ela não era, ou seja, espaço cosmopolita e moderno em suas formas e reformas, num esforço contínuo em transformar-se.

Entender a identidade, é entender o próprio processo que a constitui e que se dá no mundo social, uma vez que o homem é um ser social. O homem tanto produz a sociedade como é produzido por ela. E dentro dessas relações, que estão sujeitas inúmeras determinações o veículo mediador se dá pelos papéis sociais, que existem independentemente do indivíduo, e o compreendemos como comportamento institucionalizado, segundo Embacher, previamente estabelecido, que se espera de alguém, numa determinada posição, como um determinado status. A partir daqui caímos no lugar comum das relações apontadas nos capítulos anteriores, que nos tornaríamos repetitivos, mas para efeito de finalização do assunto da identidade, prosseguiremos um pouco mais.

O interesse em definir melhor a identidade neste sub-item parte da própria estrutura da apresentação desta pesquisa em que vários temas foram questionados a partir do estudo da moda e da memória.

Temas estes que se encontram e intercalam para melhor compreensão deste objeto. O que estamos tentando definir dentro desta questão da identidade é que todo o processo transformacional da capital da República se dá a partir da articulação entre igualdade e diferença. Ao mesmo tempo, que o discurso da época, discurso este, textual e visual, apresenta-se num primeiro momento na forma de coesão, ou seja, articulado, homogeneizador das manifestações de determinados grupos sociais na aceitação do que lhes estavam sendo impostos ou “sugeridos”, ao

mesmo tempo, explicitava as diferenças de um outro grupo socialmente negligenciado por esse próprio discurso homogeneizador, que não queria, e principalmente, fazia questão de mantê-los às margens daquela sociedade dita ideal, como pudemos perceber ao longo deste percurso.

Dentro de outro ponto abordado nesta pesquisa – das representações – podemos especular melhor, as relações entre interiorização e identificação, ou seja, entre os vários significantes apontados ao longo deste estudo: mediações entre eu e o não eu, reformas urbanísticas e arquiteturas, a roupa em si, os novos espaços sociais e culturais da cidade e etc. Podemos reconhecer que as transformações comportamentais das elites sociais dadas pelos ambientes externos ocorreram pela interiorização que se realizou no íntimo de cada pessoa onde houve uma real identificação com as novas formas propostas, isto é, “este processo de identificação faz-se necessária uma dialética entre identidade dada pelos outros e a auto-identificação” (EMBACHER, 1999, p. 21). Ou seja, este processo com um papel e sua respectiva interiorização não deve ser um processo nem unilateral, nem mecanicista, ele se dará a partir da “fidelidade” ou mesmo da ruptura com essas determinações (textuais e visuais) que a identidade se tecerá.

Segundo o autor, o equilíbrio entre a realidade objetiva e a realidade subjetiva, a simetria entre essas duas realidades que fará que a socialização seja – menos ou mais – bem-sucedida.

Na nossa sociedade, o indivíduo está sujeito não apenas às determinações originadas nas relações familiares, mas também a determinações ideológicas que lhe pressupõem papéis que, quando não mediados pela reflexão, são aceitos como naturais, ideais, justos ou fixos. Dessa maneira, o sujeito passa a confundir papéis sociais com identidade e continua na mesmidade de ser “feito-pelo-outro”. “O

interesse ideológico é que não haja transformação do ser humano para que não haja transformação da sociedade” (EMBACHER, 1999, p. 22)., no nosso caso o interesse ideológico era “dado” ou sugerido pela força de poder que movia e articulava para a transformação da sociedade.

Os conceitos se fundem com o da memória e o da moda, apesar de aparentemente serem antagônicos. O encontro acontece quando o sujeito busca sair desta “mesmidade”, na memória isso se dá através dos elos afetivos e com a moda na busca do novo, no romper as barreiras que separam o presente do passado sempre em direção ao futuro, futuro este, que é construído através do presente sobre o passado.

A autodeterminação que o sujeito busca, segundo Airton Embacher, é o que implicitamente supomos uma subjetividade que busca se fazer objetividade. É fundamental essa unidade para que não haja nem desejo que não se concretize, nem objetividade sem realização.

Isso só é possível porque a identidade tem uma materialidade, assim como cada coisa é uma formação material. Tanto uma sociedade, uma instituição, uma família, um grupo como um ser humano são formações materiais particulares em relação recíprocas universais. E uma das propriedades da matéria é a possibilidade de transformação, segundo o autor.

Retomando Hegel, sua teoria nos permite entender que há uma oposição entre aquilo que os seres são e suas potencialidades. Há uma motivação em direção àquilo que os seres não são. E é esse vir-a-ser que movimentará o homem em direção àquilo que ele não é. Mediatizado por sua capacidade de raciocínio e reflexão, o homem é capaz de transcender as identidades pressupostas pela não reposição, de buscar sua mesmidade de pensar e ser – o ser-feito-por-si – e de se

engajar no movimento contínuo de sua identidade, talhada pela alteridade e norteada por seu desejo.

### 3.5 “PARADOXOS CONTEMPORÂNEOS”

Um novo estudo de Lipovetsky (2005) vem contribuindo sobre uma nova ótica para os estudos da moda, onde não existe mais o binômio das diferenciações das classes amplamente divulgados anteriormente por outros teóricos de cunho marxistas. Não podemos desprezar a importância dos outros estudos, pois a moda é sim o lugar permanente das tensões relacionais e simbólicas, mas faltava um novo olhar sobre essas questões.

Segundo Lipovetsky, a força política e cultural de nossa época vê manifestar-se o ‘direito’ às coisas supérfluas para todos, o gosto generalizado pelas grandes marcas, o crescimento de consumo em frações ampliadas da população, uma relação mais efetiva com os signos prestigiosos: o novo sistema celebra as bodas do luxo e do individualismo liberal. Para ele, o prazer do supérfluo se democratiza, embora reconheça que não a sua posse (em seu lugar, as imitações dos magazines e a proliferação das falsificações). Todo mundo quer experimentar o que os ricos têm.

O filósofo vê no luxo a força-motriz da modernidade. “Ele registrou os ideais democráticos, as novas aspirações do homem moderno ao bem-estar material, à liberdade, à recusa do passado e da tradição que acompanham o fim do universo aristocrático”. Eis a real revolução francesa: a sociedade da moda (não só de roupas). Esse consumo teria mexido com a pasmeira histórica da luta de classes e

mesmo as camadas populares deixaram de se conformar com seu lugar “subalterno” em busca do ideal de viver melhor. O poder de compra está dividido, mas o desejo de melhorar a vida transformou-se num valor universal.

Já que as utopias políticas e científicas caíram por terra, restaria ao homem a esperança de um bem-estar, da festa dos sentidos, o sonho belo que nos arrancaria do cotidiano amorfo. “A paixão pelo luxo não só alimentada pelo desejo de ser admirado, de inspirar inveja, de ser reconhecido pelo outro, é também sustentada pelo desejo de admirar a si próprio, de ‘deleitar-se consigo mesmo’ e de uma imagem elitista.”

Este novo luxo de Lipovetsky refere-se mais a uma manifestação implícita do eu com o eu do que as relações anteriores do eu com o outro, ou seja, não que tenha ocorrido uma dissolução do modo de ser e agir da sociedade, mas ocorreu uma inversão do valor do objeto. Hoje, as grandes marcas de luxo, perdem um espaço cada vez maior, para as “grifes” que vivem de reproduções, a maneira como elas vem saindo deste interregno é “acrescentando” aos seus produtos/mercadorias, valores históricos, sentimentais – de unicidade. Então, a relação que mudou, é que antes de mostrar para o outro que eu possuo status, bens e etc. eu procuro demonstrar a minha “unicidade”, através de peças de vestuário, decoração e etc. que demonstrarão primeiro o meu valor (do meu eu), da capacidade que tenho em diferenciar-me da massa, da capacidade que tenho em entender tal produto, de decifrar os códigos subjetivos.

Ao dar força ao instinto individualista de cada um, o desejo pelo luxo, em especial nesses novos tempos de massificação, reaparece como uma forma de cada um sentir-se diferente, ser uma exceção. Assim, ao contrário das teorias da classe ociosa de Veblen (para quem o luxo dos ricos era uma forma visível de marcar seu

lugar social num extrato superior aos outros), o luxo de Lipovetsky é uma forma de expressão de sensibilidade.

No início, porém, o luxo era a generosidade. O homem paleolítico não pensava em riqueza como entesouramento, mas como gasto, algo como “posso me dar ao luxo de comer tudo hoje sem pensar no amanhã”. Nisso, ele expressava o seu poder de transcendência, sua não-animalidade”, diz o autor. A chegada do Estado não mudou isso e reis construíram pirâmides e monumentos como ligação ao divino. A chegada do capitalismo fez nascer o luxo autônomo, desligado do sagrado e da autoridade. É o prazer pessoal: “A era democrática não fará mais do que ampliar esse processo iniciado há cinco séculos.”

A moda é o reflexo maior dos novos tempos, já que não mais oferenda ou ritual, mas uma paixão pela inconstância, pelo gratuito, pelo superficial. Daí, reconhecer que a moda só pôde surgir quando o homem se reconheceu como indivíduo e passou a se preocupar com sua personalidade. “A moda deriva menos do consumo ostentatório do que das transformações do imaginário cultural”. Aos poucos, a possibilidade dos lucros deu origem à democratização do luxo e do consumo, quando o “supérfluo ganhou títulos de nobreza democrática e aspiração de massa legítima”.

Lipovetsky está certo em nos despir dos preconceitos e da demonização do consumo. Mas há paradoxos: quanto maior a ostentação da frivolidade, maior a angústia da sociedade em dar conta dela e maior a depressão de quem não a tem. A visão cada vez mais espalhafatosa do que os ricos têm, presente na TV, nas revistas, nos outdoors, é uma afronta que tem seu preço.

## CONCLUSÃO

Uma vigorosa lógica estética, política e discursiva estão presentes quando o tema é moda. A moda é e produz um aparente paradoxo em que o novo refere-se e dialoga com o antigo. A moda possui uma História, mas ela se nega ao mecanicismo das pretensões evolutivas ou de continuidades.

A moda não é impositiva, mas ela encaminha ou orienta discursos, comportamentos e relações entre sujeitos e grupos sociais. Sua marca é a conjuntura, mas não é determinada por ela. A moda permite a existência de discursos e projetos paralelos e concorrenciais, que não retratam, mas estão referidos ao mesmo cenário embora lancem mão de formulações aparentemente desconexas ou mesmo antagônicas. Entretanto, ao longo da história da moda no ocidente, tendências alcancem a hegemonia cultural, simbólica e material.

No Brasil, o Estado e as instituições de controle e regulação não conseguiram deter a capacidade mobilizadora e inovadora da moda. A moda como comportamento, linguagem e ideal social, estético e relacional encontrou no projeto reformista de Pereira Passos o lócus da sua afirmação. Os jornais reúnem um importante acervo de informações sobre a moda e as fotografias que apresentam a moda – como vestimenta, principalmente – não deixam de estabelecer uma relação entre o belo, o novo e o espaço urbano.

Um esforço de conclusão inicial permite afirmar que a moda faz política quando instaura a ameaça permanente do novo nas formas, nos materiais, nos desejos, nas linguagens e nos comportamentos. A moda encaminhou a mudança nos indivíduos e nos grupos, nas subjetividades e nas relações e comportamentos

sociais, enquanto as reformas garantiam a continuidade dos interesses, estratégias, alianças e modelos relacionais e o fortalecimento do Estado e das instituições no controle, na disciplina e na hierarquização da sociedade.

Definimos como objeto de nossa análise a moda na produção da memória social. Uma memória social que reiteramos revela ao longo do trabalho a existência e a convivência de diferentes modos de ser, compreender, sentir e de estar na sociedade. Uma moda que revelou um outro olhar e um outro modo de contar a memória social dos indivíduos e dos grupos. Tomamos a moda em seu sentido estrito e constatamos as diferentes expectativas e formas de compreendê-la e apresentá-la.

Uma cuidadosa revisão bibliográfica e documental demonstra a existência de diversos estudos sobre a moda no Brasil e estes estudos remetem aos jornais e revistas do início do século que entre o espanto e a curiosidade fazia da moda uma pauta permanente. Constatamos que a moda é uma preocupação e uma presença constante no cenário jornalístico brasileiro e do cotidiano da população, ao menos no meio urbano, numa sociedade que ganha complexidade e preocupação em colocar-se face ao mundo capitalista e relações internacionais intensas. Em certo sentido, podemos afirmar que a moda é um tema permanente. Ela não pauta o veículo, mas ele não escapa do encantamento que ela produz.

A Memória Social encontra na moda uma referência permanente. A moda reinventando sentidos e nexos organizatórios da sociedade, afirmando modos específicos de compreensão e de estar na sociedade. A moda como modo de ver, sentir e compreender. Portanto, a moda demonstra que existe um mundo próprio capaz de estruturar e articular grupos identitários. Ela estrutura e orienta padrões relacionais entre indivíduos e grupos sociais.



A moda foi analisada como prática social, uma prática social é uma construção coletiva e faz parte das experiências e discursos que envolvem e orientam os indivíduos e os grupos sociais. A moda como fenômeno de memória social ativa situações e faz referência a um tempo e um cenário que influenciou e, supostamente, desencadeia e facilita articulações. O mesmo acontece com as experiências individuais. No imaginário social, são produzidas e valorizadas roupas específicas para cada acontecimento, ou existem modos específicos de vestimenta para cada situação. A moda produz uma referência para cada situação e desta maneira ela garante que cada situação seja referida ou retomada pelo que criava ou realçava de novo. Os trajes fazem parte de nossa história pessoal por estarem intimamente envolvidos com os eventos importantes. Os trajes fazem parte dos modelos e relações que envolvem os cerimoniais e os eventos, são parte e condições para se ter acesso ou não a um acontecimento. Desta forma, a moda é uma extensão e uma produção da memória, seja como rememoração ou como construção de sentido.

A pertinência de estudos como o da Dr<sup>a</sup> Ana Cláudia Oliveira, Bourdieu, Halbwachs, Bloch, Hobsbawm e tantos mais, para o nosso, é que dentro da visão da semiótica encontramos respostas para prosseguir nos questionamentos que o estudo da moda nos faz, ou seja, a partir dos estudos através de Ana Cláudia analisando Greimas (1948):

La mode em 1830, ele nos ofereceu os meios para estudar não só como a moda é, ou como ela produz transformações narrativas e figurativas no sujeito, ou como os “estilos” são montados pela recorrência de traços particularizadores do criador, mas, sobretudo, a moda, na constituição dos pareceres, é um meio do sujeito se fazer ser nesse mundo. Moda como nascente de sentido do sujeito ou fundadora de sua identidade é uma possibilidade de estudo que em muito ultrapassa o seu entendimento como um dos mecanismos mais artificiosos da sociedade de mercado e de consumo e permite compreendê-la como a possibilidade além e aquém da emancipação

individual. (OLIVEIRA, 2005)

A abordagem deste aspecto da moda faz sentido para a construção do saber que estudamos, ou seja, identificar como este vetor moda pôde contribuir na construção de um sentimento comum de modernidade contribuindo no entanto, para a transformação da cidade na época das reformas urbanas.

Neste ponto podemos recorrer também à fontes iconográficas e textuais dos jornais e revistas da época. Os estudos da imagem como propõe Berger (1999) ou Barthes (1980) a perspectiva e os ângulos da visão do autor ou do fotografo. No caso deste estudo pudemos contar com as crônicas de Luiz Edmundo e Figueiredo Pimentel, como também com o olhar treinado de Augusto Malta para fotografar os embelezamentos das reformas de Pereira Passos..

Contudo formamos um rico parecer de evidências que comprovam as manifestações comportamentais de um grupo que se quis mostrar e ser mostrado como exemplo de conduta adequada para o novo espaço físico que se pretendia.

A intenção deste estudo não foi a de esgotar as manifestações produzidas em uma dada época, neste caso o Rio de Janeiro do início do século XX. No entanto a proposta deste trabalho foi enfatizar este período através da moda, e como a moda é um fenômeno produzido e sensível a outros fatores não poderia ser diferente que adotássemos outros meios que nos apoiassem para compor tal objeto. Entendamos, porém, que ela (a moda) é um dado ou podemos até mesmo dizer, que é um discurso ou a materialização deste, produzido para ressoar um determinado momento histórico, não diferentemente dos textos e fotografias, tal como se quer que ele seja construído e exaltado por uma questão de força de poder ou poderes.

\* \* \*

A Moda como Memória Social está presente nas narrativas e nos discursos de uma época, ela influencia as narrativas e os discursos sociais. A moda está presente nas representações que os indivíduos e grupos sociais fazem e estabelecem entre si e do cenário que os envolve, encontra-se nos discursos estéticos diante da novidade que a reformulação do espaço urbano provocou.

A moda estabelece uma relação direta com a idéia de novo. Os jornais e revistas permitiram que a moda se transformasse numa expressão capaz de produzir identidades sociais. Como identidade a moda produz a crença no pertencimento, na legitimidade da diferença e na crença do que é específico e diferente. Ela torna possível o reconhecimento entre os indivíduos e grupos sociais. A moda como linguagem forja relações, expectativas e comportamentos. Ela interfere nas formas de ver e se expressar. A Memória Social encontra na moda uma linguagem distintiva e significativa que traduz expectativas e disputas fundamentais para a existência do indivíduo ou do grupo social. A moda é estruturadora de Memória Social. Identifica e qualifica os envolvidos.

\*

## REFERÊNCIAS

ABRANTES, Samuel. **Heróis e bufões: o figurino encena**. Rio de Janeiro: Editora Ágora da Ilha, 2001. p. 9-27.

ACHARD, Pierre. **Memória e produção discursiva do sentido**. In: Achard, Pierre... et al. Sessão Temática - Papel da memória. São Paulo: Pontes, 1999. p. 11-17.

ANDRADE, Rita. Disponível em: <<http://www1.uol.com.br/modabrasil>>.

ANDRZEJEWSKI, Luciana Quintanilha. **Moda na Belle Époque: o papel sócio-cultural da indumentária como forma expressiva de comunicação no Rio de Janeiro de Pereira Passos**. 2002. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) – Departamento de História, Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 2002.

ARANTES, Otília Beatriz Fiori. **Arquitetura simulada**. In: NOVAES. Adauto et al. Ciclo de Conferências: O olhar. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 257-282.

ARQUIVO GERAL DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO (AGCRJ). **Iconografias**, Rio de Janeiro: AGCRJ, 2000.

\_\_\_\_\_. **O Rio da bela época**, In: Carlos Maul, Rio de Janeiro: AGCRJ, 2001, p. 25.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. São Paulo: Papyrus, 1993.

BARTHES, Roland. **Erté (romain de tirtoff)**. Itália: Franco Maria Ricci, para Nova Fronteira do Rio de Janeiro, 1976. Edição Limitada em dois mil exemplares numerados. [612].

\_\_\_\_\_. **Sistema da moda**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade: o pintor da vida moderna**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000. p. 8-55.

BECKETT, Samuel. **Proust**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

BENCHIMOL, Jaime Larry. **Pereira Passos: um Haussmann tropical. A renovação urbana do Rio de Janeiro no início do século XX**. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Divisão de Editoração, 1990 (1a. ed.), 1992 (2a. ed.).

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, vol. 1, p. 197-221, 1994.

BERGER, John. **Modos de ver**. Lisboa: Edições 70, 1987.

BERTOLLI, Cláudio F. Mulheres e perfumes: uma questão médica. In: 8a. Reunião a Sociedade Brasileira de Pesquisa Histórica, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Pesquisa Histórica, 1988, p. 198-207.

BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). **Binoculo**. Rio de Janeiro, 2002. Localização - PRC-SPR 61, 1908 [1 Jan. a 31 Mar.].

\_\_\_\_\_. **Fon-Fon!**. Rio de Janeiro, 2005. Localização - PR-SPR 131, ANO/VOL: II JAN A DEZ 1908; ANO II, n. 41 "FUFFY RUFFLES" [18/JANEIRO 1908].

\_\_\_\_\_. **Gazeta de Notícias**. Rio de Janeiro, 2005. Localização - PR-SPR 61, 1900-1908.

\_\_\_\_\_. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 2005. 1906; 1907; 1910.

\_\_\_\_\_. **Jornal do Commercio**. Rio de Janeiro, 2005. 03/03/1910

\_\_\_\_\_. **O Brazil Elegante: jornal de modas das famílias brasileiras**. Rio de Janeiro, 2005. Localização - PR-SOR 2333, 1894-1904.

BLOCH, Marc. **Introdução à história**. Portugal: Publicações Europa-América, 1997.

\_\_\_\_\_. **Apologia da história.** Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BONADIO, Maria Cláudia. **Publicidade de moda e tecnologia de gênero: *Mappin Stores* (1914-1930).** São Paulo: Nidem, [2001?]. Disponível em: <<http://www.unip.br/nidem/femi2.htm>> . Acesso em jan. 2002.

BOURDIEU, Pierre. **Alta costura, alta cultura.** In: Questões de Sociologia. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero, 1983.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

\_\_\_\_\_. **La distinción: criterio y base sociales del gusto.** México: Taurus, [2002?].

\_\_\_\_\_. **A dominação masculina.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

\_\_\_\_\_. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 2003.

BOSI, Alfredo. **Fenomenologia do olhar.** In: NOVAES. Adauto et al. Ciclo de Conferências: O olhar. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 65-88.

BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade - Lembranças de velhos.** São Paulo: T. A Queiroz, 1983. p. 5-29.

CARELLI, Mario. **Culturas cruzadas: intercâmbios culturais entre França e Brasil.** São Paulo: Papyrus, 1994. p. 185-210.

CASSIRER, Ernst. **A filosofia das formas simbólicas.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CASTILHO, Kathia. **Do corpo à moda: exercícios de uma prática estética.** In: A moda do corpo o corpo da moda. São Paulo: Editora Esfera, 2002. p. 59-72.

CHATAIGNIER, Gilda. **Todos os caminhos da moda.** Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

\_\_\_\_\_. **Vintage: a cultura de segunda mão e o resgate cultural da memória brasileira.** In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. A moda do corpo o corpo da moda. São Paulo: Editora Esfera, 2002. p. 9-22.

CHAUI, Marilena. **Janela da alma, espelho do mundo**. In: NOVAES. Aduauto et al. Ciclo de Conferências: O olhar. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 31-64.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

COELHO, Maria José de Souza. **Moda, um enfoque psicanalítico**. Rio de Janeiro: Diadorim, [s/d].

COUTO, Nelson. **Ilustração Brasileira 1909**. Exposição Aniversário da Av. Rio Branco, Fonte Particular- Confraria dos Garotos. Rio de Janeiro, 2001. Edifício Central. Entrevista concedida à Luciana Andrzejewski.

DARTON, Robert. História e antropologia. In: **O Beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990, p. 284-303.

DAVALLON, Jean. **A imagem, uma arte de memória?**. In: Achard, Pierre... et al. Sessão Temática - Papel da memória. São Paulo: Pontes, 1999. p. 23-32.

DECCA, Edgar de. **O silêncio dos vencidos**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981. p. 31-70.

DEL BRENNNA, Giovanna Rosso [org.]. **O Rio de Janeiro de Pereira Passos: uma cidade em questão II**. Rio de Janeiro: Index, 1985. DEL PRIORI, Mary. História das mulheres no Brasil. São Paulo: UNESP/ Contexto, 2000.

DODEBEI, Vera Lúcia Doyle. **Construindo o conceito de documento**, In: LEMOS, Maria Tereza Toríbio Brittes e MORAES, Nilson Alves de [org.] Memória e construções de identidades. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2000. p. 59-66.

\_\_\_\_\_. **Espaços mítico e imagético da memória social**, In: COSTA, Icléia Thiesen Magalhães e GONDAR, Jô [org.] Memória e Espaço. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2000. p. 63-71.

DORFLES, Gillo. **A moda da moda**. Lisboa: Edições 70, 1984.

\_\_\_\_\_. **Modas & modos**. Lisboa: Edições 70, 1984.

DUBBY, Georges. **O tempo das catedrais: arte e sociedade 980-1420**. Lisboa: Estampa, 1978.

DUNCAN, Emilia. **Corpo e personagem**. In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. A moda do corpo o corpo da moda. São Paulo: Editora Esfera, 2002. p. 212-216.

EAGLETON, Terry. **Ideologia**. São Paulo: UNESP, 1997.

EDMUNDO, Luiz. **O Rio de Janeiro do meu tempo**. Rio de Janeiro. vol. 1. p.14-90. vol. 2. p. 322-353. vol. 5. p. 912-926, [1940 ?].

EMBACHER, Airton. **Moda e identidade: a construção de um estilo próprio**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999.

ETCOFF, Nancy. **A lei do mais belo**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1999.

FAÇANHA, Astrid. **História da moda**. São Paulo: Terra, 2000. Disponível em: <http://www.gowheresp.terra.com.br/24historiadamoda>>. Acesso em: 2001.

FAUTO, Antônio N. **Comunicação e mídia impressa**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

FEGHALI, Marta Kasznar; DWYER, Daniela. **As engrenagens da moda**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2001.

FERREZ, Marc. **O Álbum da Avenida Central : um documento fotográfico da construção da Avenida Rio Branco – Rio de Janeiro, 1903-1906**. Ex Libris: São Paulo, 1982.

FILHO, José Moura Gonçalves. **Olhar e memória**. In: NOVAES. Adauto et al. Ciclo de Conferências: O olhar. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 95-124.

FLÜGEL, J.C. **A psicologia das roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1966.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Ed. Loyola, 1996.

\_\_\_\_\_. **Isso não é um cachimbo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. Rio de Janeiro: Record, 1997.



GARCIA, Carol. **Corpo, moda, mídia e mercado: radiografia de uma relação visceral**. In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. A moda do corpo o corpo da moda. São Paulo: Editora Esfera, 2002, p. 23-34.

GAY, Peter. **O século de Schnitzler: a formação da cultura da classe média 1815-1914**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GUALANDI, Alberto. **Deleuze**. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.

GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra [org.]. **Textos em representações sociais**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995. p. 89-111.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

GONDAR, Jô. **Linguagem e construção de identidades – um debate**. In: FERREIRA, Lucia M. A.; ORRICO, Evelyn G. D. [orgs.]. Linguagem, identidade e memória social. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p. 107-115.

\_\_\_\_\_. **Quatro proposições em memória social**. In: GONDAR, J. e DODEBEI, V. [orgs.] O que é memória social? Rio de Janeiro: Contra-Capa, 2005.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Stuart. **The work of representation**. In: \_\_\_\_\_. Representation: cultural representations and signifying practices. London: Sage, 1997. p. 1 - 29.

HOBBSBAWM, Eric J. **A era do capital: 1845-1875**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 3 ed. 1982. p. 241 - 260.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória: arquiteturas, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000. p. 9-40.

JOFFILY, Ruth. **O que é moda?**. Rio de Janeiro: Universidade Veiga de Almeida - UVA, 2002.

KÖHLER, Carl. **História do vestuário**. São Paulo: Martins Fontes, 2001. p.53-58.

LAYER, James. **A Roupas e a moda : uma história concisa.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 177-251.

\_\_\_\_\_. **Tastes and fashion, from the french revolution to the present day.** Londres: Harrap, 1945

LE GOFF, Jacques. **Documento/Monumento.** In: \_\_\_\_ Memória e História. 3ª ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1994. p. 535 - 549.

LESSA, Carlos. **O Rio de todos os brasis.** Rio de Janeiro: Record, 2000. p. 183-235.

LIMA, Evelyn Furquim Werneck. **Arquitetura do espetáculo: teatros e cinemas na formação da praça Tiradentes e da Cinelândia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

LIMA, Luiz Costa. **O controle do imaginário : razão e imaginação nos tempos modernos.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

LIMA, Vera. **A construção do corpo nas formas da moda.** In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. A moda do corpo o corpo da moda. São Paulo: Editora Esfera, 2002. p. 48-56.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero : a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

\_\_\_\_\_. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2005. p. 7 - 86.

LISSOVSKY, Maurício. **A máquina de esperar.** In: Gondar, J. e Barrenechea.M. (Org) Memória e espaço: "trilhas do contemporâneo". Rio de Janeiro: Sete Letras, 2003.

LURIE, Alison. **A Linguagem das Roupas.** Rio de Janeiro: Rocco: 1997.

MALERBA, Jurandir. **Para uma teoria simbólica: conexões entre Elias e Bourdieu.** In: CARDOSO, Ciro Flamarion, MALERBA, Jurandir [orgs.]. Representações: contribuição a um debate transdisciplinar. São Paulo: Papirus, 2000, p. 199-225.

- MARTINS, Ana Luiza. **República : um outro olhar**. São Paulo: Contexto, 1997.
- MENDONÇA, Leila Lobo. **Reflexo da cidade: a iluminação pública na cidade do Rio de Janeiro 1565-1930**. Rio de Janeiro: Centro da Memória da Eletricidade-Memória da Eletricidade, 1999. p. 36-54.
- MESQUITA, Cristiane. **Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.
- MORAES, Nilson. **Memória e mundialização: algumas considerações**. In: Brittes Lemos, M.T.T e Moraes, N.[Orgs] *Memória e Construções de Identidades*. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2000.
- MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. **A moda no século XX**. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2000. p.24-63.
- MUNIZ, Rosane. **Vestindo os nus: o figurino em cena**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2004. p. 20-67.
- MURICY, Kátia. **Alegorias da dialética: imagem e pensamento em Walter Benjamin**. Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Os olhos do poder**. In: NOVAES. Adauto et al. *Ciclo de Conferências: O olhar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 479-486.
- NORA, Pierre. **Entre a memória e a história: a problemática dos lugares**. São Paulo: Edpuc, 1996.
- NOVA, Cristiane. **A “nova” historiografia brasileira. Bahia**: Novahis, 2001. Disponível em: < [http:// www.ufba.br/novahis.html](http://www.ufba.br/novahis.html)>. Acesso em: 01 out. 2001.
- NOVAES, Adauto. **De olhos vendados**. In: *Ciclo de Conferências: O olhar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 9-20.
- NOVAIS, Fernando A. [coord. Geral], SEVCENKO, Nicolau [org.]. **História da Vida Privada no Brasil: república da Belle Époque à era do rádio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3.
- O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Semiótica e Moda: por um estudo da identidade**. In: 1ª COLÓQUIO NACIONAL DE MODA, 3. , 2005, Ribeirão Preto. Anais...São Paulo: Centro Universitário Moura Lacerda, 2005. 1 CD-ROM.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Vão surgindo sentidos. In: **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional**. São Paulo: Pontes, [1993?], p. 7-25.

OSTROWER, Fayga. **A construção do olhar**. In: NOVAES. Adauto et al. Ciclo de Conferências: O olhar. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 167-182.

PARENTE, José Inácio. **A estereoscopia no Brasil 1850-1930**. Rio de Janeiro: Sextante, 1999. p. 51-97.

PÊCHEUX, Michel. **Papel da memória**. In: Achard, Pierre... et al. Sessão Temática - Papel da memória. São Paulo: Pontes, 1999, p. 49-56.

POLLAK, Michael. **Memória e identidade social...** Estudos Históricas, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200 – 215, 1992.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. **Ecce Homo. Moda e Vestuário: do homo sapiens aos dias atuais**. Rio de Janeiro: Multirio [Empresa Municipal de Múltiplos Meios], [2000 ?]. 2 videocassetes (55 min) cada.

\_\_\_\_\_. **Memória da destruição: Rio uma história que se perdeu 1889-1965**. Rio de Janeiro: Secretária das Culturas-Arquivo da Cidade, 2002. p. 5-38.

PROWN, Jules. **Mind into Matter : an introduction to material culture theory and method in interpreting objects**. London: Routledge, 1994.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções**. Rio de Janeiro: Editora Universidade de Brasília, 2002, p. 111-154.

RIO DE JANEIRO. **Paris 1900**. In: Exposição Paris 1900, 2002, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Centro Cultural do Banco do Brasil (CCBB), 2002.

ROSARIO, Cláudia Cerqueira do. **O lugar mítico da memória**. Rio de Janeiro: Morpheus - Revista Eletrônica em Ciências Humanas. 2002. Publicação on-line semestral Ano 01, número 01. Disponível em: <<http://www.unirio.br/morpheus>>. Acesso em: Dez. 2005.

SÁ, Marcos Moraes. **A mansão Figner: o ecletismo e a casa burguesa no início do século XX**. Rio de Janeiro: Senac, 2002.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e Razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. p. 166-218.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo. Editora Experimento, 1996.

SEELING, Charlotte. **Moda: o século dos estilistas 1900-1999**. Könemann: 2000. p. 15-49.

SEVCENKO, Nicolau. **Literatura como Missão : tensões sociais e criação cultural na Primeira República**. São Paulo: Brasiliense, 1999. p. 13-68.

SILVA, Marilene Rosa Nogueira. **O Poder das imagens e as imagens do poder**. In: Revista Ciências Humanas, Rio de Janeiro: v. 23, n. 1-2, p. 124-142, jun.- dez., 2000.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas : a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

TARDE , Gabriel. **Textos de sociologia**. Porto: Editora Alpha, 1993.

VERÍSSIMO, Francisco Salvador, BITTAR, William Seba Mallmann, ALVAREZ, José Maurício. **Vida Urbana : a evolução do cotidiano da cidade brasileira**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

WEHLING, Arno. **A invenção da história: estudos sobre o historicismo**. Rio de Janeiro: Editoria Central da Universidade Gama Filho; Niterói, Editora da Universidade Federal Fluminense, 1994.

WILSON, Elizabeth, **Enfeitada de sonhos**. Lisboa, Edições 70, 1985.

**FONTES MUSEOLÓGICAS**

Peças de Indumentária - Reserva Técnica do Museu Histórico Nacional (MHN)

## ANEXO A – MAISON ALEXANDRE DE PARIS

J.P. Domingues da Silva, proprietário de Maison Blanche, da Rua Uruguaiana 78, tem a satisfação de levar ao conhecimento das gentilíssimas senhoras e senhoritas do nosso High-Life que por contrato firmado em Paris (dondo acaba de chegar), ficou sendo em todo o Brasil o correspondente de Grande Maison Alexandre de Paris, expondo desde já á venda lindíssimas toilettes confeccionadas por aquella casa. Crepe da China, Voile de Soie, Radium, Baptiste, Cambraia, etc. , recebendo ao mesmo tempo encomendas para serem executadas em Paris, com inteira responsabilidade da casa no Rio de Janeiro. A reputação da Maison Alexandre é hoje universalmente conhecida pelo seu bom gosto artistico e seu corte magistral, sendo as suas toilettes confeccionadas com um raffinement de chic por nenhuma outra casa igualado. Vestir uma toilette da Maison Alexandre equival a attingir o paraíso dentro do circulo da propria existencia, tal a graça sedutora do trabalho daquela casa. Pedindo a todas as nossas elegantes que nos honrem com uma pequena encomenda da titulo de experiencia, temos igualmente muito prazer em expor a vossa apreciacao varias e lendissimas toilettes que acabam de chegar. (FON-FON, 1908).