

## A MODA COMO OBJETO DO PENSAMENTO

**Paulo Debom<sup>1</sup>**

Universidade Candido Mendes

**Resumo:** O tema Moda não recebe, em geral, destaque no ambiente acadêmico. Comumente, é analisado como sinônimo de futilidade e frivolidade, logo um assunto de menor importância. Este artigo tem por objetivo refletir sobre o fenômeno como objeto de pesquisa de grande relevância para os estudos científicos. Para isso, apresenta uma análise das ideias de diferentes pensadores de áreas diversas, como por exemplo, a sociologia, a história e a comunicação, sobre o papel da moda nas sociedades ao longo do tempo. Evidencia o que foi produzido em território nacional e indica as publicações recentes na área.

**Palavras-chave:** moda, produção acadêmica, história.

### FASHION AS A OBJECT OF THOUGHT

**Abstract:** Fashion has not generally been very prominent in academic studies. It is often seen as synonymous with futility and frivolity, therefore a matter of minor importance. This article aims to understand this phenomenon as a highly relevant scientific research subject. Hence, it presents an analysis of the ideas of different thinkers from various fields, such as Sociology, History and Communication on the role of fashion in societies over time. It emphasizes the local production and refers to recent publications in the field.

**Key words:** fashion, academic production, History.

A questão da moda não faz furor no mundo intelectual. [...] A moda é celebrada no museu; está por toda parte na rua, na indústria e na mídia, e quase não aparece no questionamento teórico das cabeças pensantes (Lipovetsky, 2002 [1987], p.9).

A citação acima encontra-se no início de *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, de Gilles Lipovetsky, publicado pela primeira vez em 1987. O cenário, aos poucos, tem se transformado e o número de publicações tem crescido. Porém, a maior parte das pesquisas é de áreas como Sociologia, Antropologia, Comunicação, Literatura e Artes. A quantidade de historiadores que abordam o tema,

---

<sup>1</sup> Doutor em História Política pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Mestre em Ciências Sociais e graduado em História pela mesma instituição. Tem larga experiência como docente na educação básica e no ensino superior. Suas aulas e pesquisas concentram-se na área de História Contemporânea e Ensino de História, com foco nos diálogos entre cultura visual, indumentária, arte, identidade e relações de poder. Integra como pesquisador, desde 2013, o Laboratório Redes de Poder e Relações Culturais (UERJ). Contato: paulodebom@gmail.com

embora tenha aumentado, ainda é pequeno. O motivo provável é por enxergarem nele algo fútil e menor. Cabe questionar: são esses os adjetivos adequados para se referir ao fenômeno? No âmbito desse artigo, pretende-se demonstrar exatamente o contrário: a Moda<sup>2</sup> é de extrema relevância para as pesquisas científicas.

Dos servos que teciam as roupas de seus senhores na Antiguidade à produção de trajes em massa nas grandes fábricas; das costureiras anônimas até as mega apresentações das coleções nos desfiles parisienses ou a crescente procura por brechós, houve um grande caminho de transformações na cultura das aparências que não pode deixar de ser analisado pelo olhar do historiador.

A ideia de que pensar sobre Moda é uma perda de tempo está ligada ao que Roland Barthes em 1957 chamou de *o mito comercial da moda* (BARTHES, 2005 [1957], p. 258). Indubitavelmente, seria insensato negar que a roupa está atrelada à cultura de consumo e o autor discute de forma profunda este assunto. Entretanto, ficar preso a este ponto é algo simplório. Nas vestes, entrecruzam-se os mais diversos elementos simbólicos que edificam uma sociedade. A indumentária permite leituras enviesadas que caminham pelas mais diversas esferas do pensamento, envolvendo política, economia, arte, entre outros.

A História da Indumentária ainda não se beneficiou da inovação dos estudos históricos que ocorreu na França há uns trinta anos: ainda está faltando toda uma perspectiva institucional da indumentária, em termos de dimensão econômica e social da História, de relações entre o vestuário e fatos de sensibilidade [...] (Idem, *Ibidem*, p.258).

O pensador francês afirmou que, desde o século XIX, os filósofos e os escritores produziram leituras belíssimas sobre o assunto, pois não tinham pudores sobre o que escrever. Cita: Jules Michelet, Thomas Carlyle, Honoré de Balzac e Claude Flaubert (Idem, *Ibidem*, p. 283). Autores que trouxeram para suas tramas narrativas, filosóficas ou literárias, de forma original as tramas dos tecidos, demonstrando o quanto que por meio dos trajes uma época é expressada.

Os primeiros trabalhos de História dedicados ao estudo das transformações dos trajes foram escritos na segunda metade do século XIX. Os três mais marcantes são de Jules-Étienne Quicherat, *Histoire du costume en France depuis les temps les plus reculés*

---

<sup>2</sup> Neste texto, a palavra *Moda* é escrita com letra maiúscula, para se referir ao conceito de Moda enquanto algo maior, que não se restringe às roupas; mas sim à postura, comportamento e visão de mundo. O vocábulo aparecerá com a inicial minúscula quando for sinônimo de modismo. Desta forma, parte-se do princípio de Roland Barthes em *O sistema da moda* (2009 [1967], p.19): “Escreveremos Moda como maiúscula no sentido de *fashion*, para podermos manter a oposição entre a Moda e uma moda”.

jusqu'à la fin du XVIII siècle (1886); de Albert Racinet, *The historical encyclopedia of costumes* (1888); e de Carl Höler, *A history of costume*. Este último, apesar de ter sido escrito entre 1860 a 1870, teve sua primeira publicação somente nos anos 1920. Tratam-se de obras que possuem um riquíssimo levantamento de dados sobre as transformações das silhuetas, mostrando de maneira descritiva e evolucionista como eram as formas vestimentares de diversos povos. Funcionam como uma espécie de glossário da indumentária. Não há, nessas obras, problematizações sobre as vestes. Em contrapartida, no mesmo período, alguns autores da Sociologia trataram a Moda como objeto científico.

Herbert Spencer foi um dos primeiros cientistas sociais a tratar o fenômeno como algo a ser problematizado. Em *Les manières et la mode*, publicado em 1883, fundamentou sua teoria no princípio da imitação e da distinção. As constantes transformações que movimentam o mundo das aparências são o resultado da prática das camadas inferiores em imitar as superiores em busca de respeitabilidade social. Para se manterem diferentes de seus subalternos, os mais abastados modificam suas formas de vestir, criando novas modas. Desta forma, a lógica da cópia por parte de alguns grupos e a necessidade de distinção por parte de outros formaria a base das mudanças. Para ele, o mimetismo pode ser dividido em dois tipos: a *imitação respeitosa* e a *competitiva*. No primeiro tipo, o objetivo de quem imita é agradar e ganhar favores daquele que é imitado. Podemos dar como exemplo a invenção do penteado à *fontage*. O nome é uma homenagem a uma das amantes de Luís XIV. Durante uma caçada no ano de 1690, um forte vento atingiu seu séquito em meio ao campo; ao ver sua preferida completamente despenteada, retirou fitas de suas roupas e as amarrou no cabelo da jovem. Ao retornarem ao palácio, o novo penteado foi notado. Ao perceber o falatório, o rei elucidou que havia gostado daquela forma diferenciada do cabelo. Em poucos dias, várias damas da corte de Versalhes usavam os cabelos amarrados com fitas à *fontage*. Em curto espaço de tempo, o modismo fazia parte do visual de várias cortes europeias<sup>3</sup>. Já o segundo tipo, a *imitação competitiva*, ocorre quando homens de grupos sociais inferiores enriquecem e, para ostentar seu poder oriundo do dinheiro e não do nascimento, usam os mesmos trajes dos membros da aristocracia. Para Spencer, essa prática era antiquíssima, todavia realmente ganhou impulso com a expansão da industrialização no século XIX, gerando, por um lado, uma democracia no campo das aparências, porém do outro, uma sociedade desregrada.

---

<sup>3</sup> Este exemplo foi retirado da obra *A roupa e a moda* de James Laver (1996, p.122), publicado pela primeira vez em 1969. É importante ressaltar a forte presença do pensamento de Herbert Spencer em um texto escrito quase um século depois do lançamento do livro do sociólogo.

Marcantes são os estudos de Gabriel de Tarde, especialmente em *As Leis da Imitação*, publicado pela primeira vez em 1890. Para ele, “[...] todas as semelhanças de origem social que se observam no mundo são o fruto directo ou indirecto da imitação [...]” (TARDE, s/d,[1890]. p. 35). Sua originalidade está na ampliação do conceito de Moda. Parte do mesmo suporte de Herbert Spencer, imitação e distinção, porém afirma que o fenômeno é também uma forma de relacionamento entre os homens em diferentes sociedades que tem por base o amor pelo novo, envolvendo as mudanças comportamentais, linguísticas, religiosas, etc. De acordo com Tarde, a Moda não é uma invenção da Idade Moderna, pois esteve presente em algumas outras épocas. Cita como os momentos mais importantes do fenômeno a Grécia do século V a.C., algumas cidades italianas nos séculos XV e XVI e Paris no XIX. Divide a História da humanidade em *eras do costume* e *eras da moda*. Na primeira, há o permanente prestígio da antiguidade, a imitação das roupas e tradições dos ancestrais, ou seja, o enfoque estava na manutenção do passado. Já na segunda, o foco está no agora, na imitação dos modelos do presente e a busca pela diferença: “O que é novo é bom” (Idem, *Ibidem*, p. 269).

Tarde destaca que a imitação se dá essencialmente quando as classes inferiores desejam parecer com as superiores, porém afirma que, com o crescimento e o progresso das cidades no século XIX, há uma flexibilização que fez com que alguns costumes das classes baixas fossem imitados pelas altas, embora deixe claro que isso era pouco frequente (Idem, *Ibidem*, p. 215).

O autor, seguindo as tendências evolucionistas das ciências sociais da época, buscou encaixar a história do vestuário dentro das leis imutáveis da vida social, no caso as da imitação. Para ele, uma *era da moda* encontrava-se sempre entre duas *eras do costume*. Acreditava que os ciclos sempre se repetiriam dessa forma.

Outra importante contribuição veio de Thorstein Veblen, com a publicação, em 1899, do texto *A Teoria da Classe Ociosa*. Segundo o pensador, a Moda é a expressão mais acabada daquilo que denominou de *consumo conspícuo*, ou seja, um consumo ostentatório. As camadas abastadas, com o objetivo de ganhar status e respeitabilidade, exibiam sua riqueza através do luxo exagerado nas roupas, na decoração e em gastos extravagantes de todo o tipo. Sendo os trajes, os responsáveis por ocupar o centro desse exibicionismo, pois são eles que causam a primeira impressão sobre a situação financeira de quem o veste.

[...] há outros modos de pôr em evidência a nossa situação pecuniária [...] mas o dispêndio com o vestuário leva vantagem sobre a maioria, pois o nosso traje

está sempre em evidência e proporciona logo à primeira vista uma indicação da nossa situação pecuniária a todos quantos nos observam. [...] (VEBLEN, 1985, [1899], p. 98).

Outro ponto fulcral em sua obra é a ideia de que a Moda está associada à ociosidade. Trajar peças que gerassem dificuldade de locomoção, ou até mesmo incômodo, eram indicativos de que seus portadores não realizavam qualquer tipo de trabalho, especialmente, o manual. Os grandes vestidos, sustentados pelos *paniers* no século XVIII; as crinolinas de couro e aço, usadas por debaixo dos vestidos na década de 1860 e os espartilhos apertadíssimos, que dificultavam até mesmo a respiração, são exemplos para expressar a futilidade da Moda enquanto símbolo do ócio dos grupos abastados.

Veblen destaca que, com a Revolução Francesa e industrialização, a indumentária masculina passou por um processo de simplificação: os homens deveriam parecer sérios e austeros. Por esse motivo, deixaram para as mulheres o exercício da futilidade do mundo da Moda. Ao longo do século XIX, em especial a partir da Restauração (1815), os vestidos femininos tornaram-se gradativamente mais pesados e os espartilhos, mais apertados. O padrão de beleza eram mulheres pequenas, frágeis e dependentes. Por meio de sua aparência, elas demonstravam a riqueza de seus maridos, ou seja, o luxo da roupa feminina e sua fragilidade física funcionavam como emblemas da riqueza dos homens.

Com certeza Veblen, ao enfatizar o consumo conspícuo, destaca algo importante para se pensar a Moda, em especial o mercado do luxo, a questão da distinção entre classes. Entretanto, sua análise em momento algum toca em pontos importantes como desejo pessoal, individualidade e afirmação de personalidade, elementos que são muito relevantes para seu estudo sobre as transformações das aparências.

Georg Simmel – um estudioso da vida nas metrópoles do século XIX e início do XX, partindo dos pontos tratados por Spencer, Tarde e Veblen – também analisou a Moda a partir das práticas de imitação, distinção e consumo. Todavia, o autor alemão não se limitou a esses aspectos, trazendo para suas reflexões temas como personalidade, individualidade e a vida em cidades. Em 1903, publica *A metrópole e a vida mental* e, em 1911, *A Moda*. Ao perceber e articular as relações entre individualismo, desenvolvimento de posturas específicas para se viver em uma metrópole, industrialização e construção das aparências por intermédio da Moda, mostrou a originalidade de suas propostas.

A Revolução Industrial causou mudanças radicais nas mais diversas esferas da sociedade. Uma das mais destacadas foi o surgimento das grandes metrópoles, a primeira

delas Londres e, na sequência, Paris. O modo de viver nos centros urbanos era radicalmente distinto da pacata vida que se levava no campo.

Para habitar uma grande cidade era necessária que fosse desenvolvida a habilidade de observar e transitar devido aos múltiplos sinais e ruídos que surgiam a todo instante. Era preciso uma espécie de educação dos sentidos para que se conseguisse conviver com o outro. Apesar de todos evitarem o olhar direto para a face do estranho, era obrigatório que se enxergasse o que estava ao seu redor. Ter que caminhar continuamente pelas ruas ou permanecer dentro de um transporte coletivo por certo tempo fazia com que as pessoas se tornassem testemunhas oculares do comportamento alheio. O desenvolvimento dos transportes de massa, como, por exemplo, o metrô londrino, fez com que os indivíduos fossem obrigados a permanecer longos períodos de tempo expostos ao olhar de outras que lhes eram estranhas. Tornou-se essencial naquele momento que se tivesse uma postura de distanciamento em relação ao outro, estabelecendo o que Simmel chamou de *atitude blasé*.<sup>4</sup> Para que se pudesse viver a experiência pública das ruas, era necessário que se utilizasse o silêncio como arma de defesa, uma espécie de escudo de proteção que permitisse ao cidadão circular, observar e participar da vida metropolitana. Vivenciar a cidade passou a ser uma experiência visual: se observava tudo o que estava ao redor, mas se mantinha, simultaneamente, uma distância de razoável segurança.

Dessa forma, as grandes cidades constituíam espaços para a formação de subjetividades individuais e, conseqüentemente, para o desenvolvimento da Moda. Ao estimularem o isolamento em meio às multidões, as metrópoles geraram novos cuidados com o corpo e com a construção de sua aparência, logo a Moda era um dos veículos privilegiados para a expressão da individualidade e da personalidade de cada um. Outro ponto a ser enfatizado é que no espaço urbano, da segunda metade do século XIX e início do XX, havia uma maior possibilidade de ascensão social, facilitando as camadas inferiores um maior acesso aos bens de consumo. Logo, as roupas usadas pelos mais ricos eram vendidas a preços acessíveis em lojas ou copiadas por costureiros em seus ateliês. Sem deixar de lado os elementos trabalhados por seus antecessores, imitação, distinção e consumo ostentatório, o autor conseguiu dar à Moda uma problematização inédita até então.

---

<sup>4</sup>“Os mesmos fatores que assim redundaram na exatidão e precisão minuciosa na forma de vida, redundaram também em uma estrutura da mais alta impessoalidade; por outro lado, promoveram uma subjetividade altamente pessoal. Não há talvez fenômeno psíquico que tenha sido tão incondicionalmente reservado à metrópole quanto a atitude blasé”. (SIMMEL, 1975 [1903], p. 15).

Nas décadas que se seguiram após as reflexões de Georg Simmel, os estudos sobre a História do Vestuário e da Moda caíram num hiato profundo. As publicações dos cientistas sociais repetiam os conceitos já desenvolvidos anteriormente, os historiadores ignoravam o assunto e as obras que ostentavam títulos relacionados à História do Vestuário foram escritas por profissionais de outras áreas que apenas descreviam a evolução das silhuetas ao longo do tempo, seguindo de perto os autores do século XIX.

A grande virada veio nos anos 1950, com o pensador Roland Barthes. Seus estudos podem ser considerados como fundadores das pesquisas sobre Moda em diversos campos do conhecimento: Semiologia, História, Arte, Sociologia, entre outros. De certa forma, sua produção deu à Moda o status de objeto do pensamento. Engana-se quem acredita que seu único trabalho sobre o assunto restringiu-se ao famoso livro *O sistema da moda*, publicado pela primeira vez em 1967.

Obras como *Inéditos 3: imagem e moda* (2005)<sup>5</sup>, *Elementos de Semiologia* (1964) e *Mitologias* (1957) versam, entre outros pontos, sobre a análise de discursos até então pouco valorizadas cientificamente, como filmes, propagandas, alimentação, atores e Moda. Esses escritos deram um frescor ao pensamento sobre os fenômenos sociais, visto que abriram uma trilha ímpar sobre o processo de construção, desconstrução e reconstrução de sentidos em objetos que passaram, então, a serem vistos como textos. Alguns de seus contemporâneos enxergavam em seus trabalhos uma traição ao pensamento científico. Ao se fazer um panorama de sua produção, percebe-se que tinha paixão pelo desvio e enxergava nas linhas sinuosas os melhores caminhos para se pensar o ser humano: “escreve-se sempre com o desejo, e não se acaba nunca de desejar” (BARTHES, 2003 [1975], p. 54).

É interessante perceber que seu mais famoso livro, *O Sistema da moda*, escrito nos anos 1950 e 1960, apresenta um texto pesado e de difícil compreensão, mesmo para aqueles que já estão inseridos no universo Barthiano por meio de outros textos. Uma leitura árdua e esquemática que, em um primeiro momento, não lembra aquele homem apaixonado pela provocação e pelos fluxos incessantes do desejo. A obra era sua tese de doutorado, orientada inicialmente por Claude Lévi-Strauss e, depois, por André Martinet, que nunca foi defendida. Talvez, os rigores e limites impostos pela escrita acadêmica tenham gerado linhas tão esquemáticas e de difícil compreensão. Quiçá a auto cobrança

---

<sup>5</sup> Trata-se de uma compilação de artigos escritos por Barthes para diferentes revistas e jornais franceses entre os anos 1950 e 1970.

por parte do autor em realizar um trabalho no qual conseguisse conjugar de forma exemplar os pressupostos da linguística de Ferdinand Saussure e a metodologia estruturalista de Lévi-Strauss, sejam as razões para o livro ser considerado por alguns como indecifrável.

Partindo dos estudos de Ferdinand de Saussure em *Curso de linguística geral*, publicado pela primeira vez em 1916, Barthes tornou-se um dos grandes expoentes da Semiologia, a ciência que:

[...] tem por objeto, então qualquer sistema de signos, seja qual for sua substância, sejam quais forem seus limites: imagens, os gestos, os sons melódicos, os objetos e os complexos dessas substâncias que se encontram nos ritos, protocolos ou espetáculos que, se não constituem “linguagens”, são, pelo menos sistemas de significação (BARTHES, 2006 [1964], p.11).

Dentro do universo de signos estudados por ele, dedicou-se ao estudo da linguagem. Qualquer forma de escrita, sinais, imagens e objetos são elementos significantes cujos significados não podem ser compreendidos fora da linguagem, logo, devem ser concebidos e lidos como formas textuais: “perceber o que significa uma substância é fatalmente, recorrer ao recorte da língua: sentido só existe quando denominado, e o mundo dos significados não é outro senão o da linguagem” (Idem, *Ibidem*, p. 12).

Nos discursos do universo das roupas, o indivíduo se coloca no mundo por meio de seu corpo vestido. Os trajes e acessórios que o cobrem são escolhas ou imposições que se constituem em discursos que formam seu visual. Desta forma, a Moda forja o sujeito por intermédio da construção de uma marca identitária que o relaciona com todos àqueles que o cercam. Em suma, a roupa produz significados, portanto é também texto.

Em uma visão superficial, uma roupa não passaria apenas de um traje que cobre o corpo. Em um olhar semiológico, a indumentária é texto, logo, expressa diversos significados. Extrapola a simples funcionalidade dos objetos e ultrapassa a visão simplória do desejo de uma pessoa em se encaixar na sociedade. Pelas tramas dos tecidos leem-se múltiplos discursos que vão desde os anseios pessoais, expressão de personalidade, influência da sociedade sobre o indivíduo, postura política, paixões, entre outros.

Barthes (2006 [1964], p.267) distinguiu dois conceitos: *indumentária* e *traje*. O primeiro fundamenta-se como uma construção social que vai além do indivíduo; já o segundo é individual, por se basear no ato de vestir-se no qual a pessoa apropria-se da



indumentária para forjar sua aparência. Esta distinção nos remete aos conceitos semiológicos de *língua* e *fala*.

A indumentária aproxima-se da *língua*. É acima de tudo social. É o ser ligado ao todo através do que veste. Para Barthes a *língua*:

Trata-se essencialmente de um contrato coletivo ao qual temos de submeter-nos em bloco se quisermos comunicar [...]. Por ser uma soma coletiva de marcas individuais, ela só pode ser incompleta no nível de cada indivíduo isolado; a língua existe perfeitamente apenas na massa falante. [...] a língua constitui-se no indivíduo pela aprendizagem da fala que o envolve [...]. A língua é, em suma, o produto e o instrumento da fala (BARTHES, 2006 [1964], p. 18-19).

O traje nos remete à *fala*. Mostra-se na forma com que cada ser expressa sua aparência individualmente no contexto social: “[...] é essencialmente um ato individual de seleção e atualização”; já a *fala* constitui-se pelas “[...] combinações graças às quais o falante pode utilizar o código da língua com vistas a exprimir o pensamento pessoal.” (Idem, *Ibidem*, p.18).

Essa analogia com a esfera linguística refere-se essencialmente às questões ligadas ao papel da Moda, compreendida como um conjunto que se forma no entrecruzamento entre *indumentária* e *traje*. Sendo que é nesta combinação que a Moda se forja enquanto *linguagem*.

Em *Elementos de semiologia* (2006 [1964], p. 28-29), Barthes classifica o vestuário em três tipos. O primeiro deles é o *escrito*: aquele que é encontrado nas descrições dos jornais, revistas de Moda e catálogos de coleções. Nele, não se encontra a manifestação da *fala*, pois não existe nenhuma espécie de expressão do indivíduo que usa a roupa, mas um conjunto fabricado por um *grupo de decisão* que diz o que é ou não tendência, ou seja, *língua* em estado puro. O segundo tipo é o *fotografado*: são as imagens produzidas pelos profissionais de Moda (fotógrafos, maquiadores, cabeleireiros e estilistas). Nesta categoria, encontra-se algo intermediário: a concepção da imagem constitui-se como *língua* de forma preponderante, pois passa por todo um processo fabricado por um *grupo de decisão*; por outro lado, há a presença do modelo fotografado, um corpo individual que expressa algo pessoal através do que lhe é dado a vestir; sendo assim, aproxima-se da *fala*. O terceiro tipo é o *real*: aquele que é usado efetivamente pelas pessoas na vida cotidiana. Este último é *língua*, pois as peças usadas e suas combinações são produzidas pelo discurso do vestuário escrito e pelo fotografado; em contrapartida, é *fala* quando envolve os detalhes de fabricação anônima que fogem aos modismos, às associações pessoais, à combinação de peças e às cores que escapam aos

padrões. Segundo o autor, este terceiro tipo era pouco percebido na sociedade de sua época.

O texto *Neste ano o azul está na moda* (BARTHES, 2005, p. 307-33) contém chaves para se compreender suas complexas reflexões. Em poucas páginas, mostra o quanto a publicidade de moda produz conceitos completamente artificiais, como, por exemplo, relacionar primavera à leveza e à suavidade de cores; inverno, à sobriedade e tons fechados. As revistas de moda estão repletas de afirmações do gênero: o vestido de corte ajustado que dá o toque sedutor ao *looks*; bermudas ajustadas combinadas com camisetas deram o ar descontraído da coleção; a blusa estampada e a saia rodada que transpiram romantismo, entre outros muitos clichês. Ou seja, o discurso das tendências de mercado encontrado na publicidade busca naturalizar algo que nada tem de natural. Cria necessidades que levam o público a querer consumir as novidades descartando o que já possuem, mesmo que ainda estejam em condições de uso, pois é preciso ser descontraído, sóbrio, romântico, ou sério de acordo com o que é lançado.

A naturalização de um discurso completamente construído pela publicidade transforma as roupas em objetos mitificados, ou seja, não são enxergados como peças a serem simplesmente vestidas, mas sim um conjunto de elementos que tem o potencial de transformar seus usuários em algo mais: a romântica; o que tem atitude; o descolado; o sedutor, etc. Barthes retoma, de certa forma, alguns dos temas que havia estudado *Mitologias* (2010 [1957]), obra clássica na qual faz um estudo dos diversos mitos forjados pela sociedade burguesa. A primeira parte trata-se de uma coletânea de artigos escritos nos anos 1950 para a revista *Les lettres nouvelles*, em que analisou propagandas de sabão em pó, um novo modelo de carro de Citroën, o gosto dos franceses por bife com fritas entre outros assuntos do cotidiano consumista. Já a segunda parte, constitui-se em um texto mais denso sobre o conceito de *Mito* e suas utilizações no capitalismo. É interessante que nas linhas desta coletânea, o escritor não toca na questão do vestuário; todavia, de certa forma ele está presente, pois as estratégias da publicidade que analisou, são as mesmas perpetradas pelo universo do mercado das roupas.

No último parágrafo de *Linguagem e vestuário*, publicado em 1959, ele expressa aquilo que será o caminho para sua pesquisa futura. Afirma que a moda impressa, em um ponto de vista semiológico, [...] funciona como uma verdadeira mitologia do vestuário [...] que, parece-me, deve ser a primeira etapa de uma linguística indumentária” (BARTHES, 2005, p.299). Neste pequeno trecho, indica porque a Moda estava ausente

em suas reflexões sobre as mitologias do mundo burguês: a importância do fenômeno é tão forte para se pensar a sociedade, que ele dedicou um livro inteiro a ele, o *Sistema da Moda* (2009 [1967]), obra na qual analisa com profundidade o vestuário escrito, procurando entre os vários recortes do imenso *patchwork* social, encontrar, decodificar e ler os caminhos que as tramas dos fios podem engendrar:

Imaginemos [...] uma mulher vestida com uma roupa sem fim, roupa tecida com tudo aquilo que a revista de Moda diz, pois, essa roupa sem fim se apresenta por meio de um texto sem fim. Esse vestuário total precisa ser organizado, ou seja, é preciso recortar nele unidades significantes, para poder compará-las entre si e reconstituir a significação geral da Moda. Esse vestuário sem fim tem duas dimensões: por um lado, aprofunda-se ao longo dos diferentes sistemas que compõem seu enunciado; por outro, como todo discurso, estende-se ao longo da cadeia dos vocábulos; portanto, é feito ora de blocos sobrepostos [...], ora de segmentos justapostos [...] (Idem, 2009 [1967], p. 78).

O vestuário – mostrado nas propagandas, nas novelas, nas coleções comerciais vendidas no varejo – não é, de modo algum, *fala*, mas somente *língua*. Reproduz as opções de alguns poucos que determinaram arbitrariamente o que deve ou não deve ser trajado naquela estação. O discurso não emana nem do indivíduo e muito menos da massa que consome o produto, mas sim do grupo de decisão que escolheu as tendências de consumo e as divulgou amplamente nos meios de comunicação de massa.

No segmento de mercado no qual a Moda se constitui apenas em *língua*, as pessoas vestem uma roupa ou acessório pelo simples fato de que foi mostrada em uma revista ou em um programa de televisão. Este consumidor, que representa a maior fatia do mercado, não constrói sua aparência buscando individualidade; ele deseja enquadrar-se no todo onde ser belo é ser igual ao grupo. Nessa linha do vestuário enquanto *língua*, podemos também citar os grupos que se vestem de maneira exótica, pois desejam ser alternativos. Em sua maioria, são pessoas que encaram a sociedade com certa insatisfação e, para exprimirem seu descontentamento, usam trajes diferenciados. Todavia, dentro de seus grupos, quase todos se parecem por meio do vestir. Não há também nenhum tipo de *fala*, mas somente *língua*.

Em uma outra corrente, no caso minoritária, mas em expansão desde os anos 1960, há aqueles que fogem dos modismos, seja da mídia ou de pequenos círculos de convivência. Nesse pequeno universo, encontra-se a possibilidade de um vestuário que se caracteriza por ser *fala*. São indivíduos que veem os modismos expostos na mídia como produtos que visam homogeneizar os padrões de comportamento. Também não se

enquadram em nenhum nicho de jovens que, por desejarem ser diferentes, acabam por se padronizar. Este segmento enxerga a Moda como uma forma personalizada de construir a aparência e de expressar subjetividades. Trata-se de um público que tanto pode comprar em lojas que seguem as tendências, como em brechós. Usam peças de designers desconhecidos, mas também de marcas famosas que foram adquiridas em lojas de usados ou pontas de estoque. Podem trajar algo que foi lançado no último desfile ou uma peça que pegaram no armário do avô. Preocupam-se com a aparência, buscam vestir-se de forma harmoniosa, porém veem a Moda como sinônimo de expressão de individualidade. Obviamente, o vestuário, enquanto *língua*, não deixa de estar presente, pois as roupas em algum momento passam pelos grupos de decisão e foram pensadas para serem compradas por grandes conjuntos de pessoas. Além disso, não existe pessoa alguma que não seja influenciada pelos outros que a cercam. Porém, o que se destaca neste caso não é o gosto coletivo, mas sim as opções de indivíduos que constroem sua aparência a partir da forma com que se relacionam com o mundo. Aqui a Moda se dá prioritariamente como *fala*, pois o a evidência não está no todo, mas no sujeito individual.

A lacuna de um estudo problematizador sobre a História da Moda, levantada por Barthes em 1957, só foi preenchida na França por Fernand Braudel, em 1967, com a publicação da primeira versão do volume I de *Civilização material, economia e capitalismo- séculos XV-XVIII: as estruturas do cotidiano*, no qual há um capítulo intitulado *Roupa e Moda*. Em 1979, lançou a edição revisada da obra e os outros dois volumes: *Os jogos das trocas* e *O tempo e o mundo*. Fernand Braudel foi um dos maiores expoentes da segunda geração dos *Annales* e professor do *Collège de France* a partir de 1949, onde gradativamente tornou-se uma espécie de norteador temático e metodológico para a historiografia francesa e mundial. Um dos principais focos de seu pensamento é o diálogo interdisciplinar entre a História e as Ciências Sociais, a partir da análise dos acontecimentos sob a ótica da *longa duração*; ou seja, a reflexão sobre os contextos históricos na esfera de uma temporalidade que ultrapasse o tempo breve dos episódios.

Em seu texto, faz uma análise sobre a importância da indumentária do final da Idade Média até o século XVIII. Critica a futilidade das camadas abastadas; mas, em contrapartida vê a Moda com olhos bem otimistas. Para ele, a necessidade de mudanças rápidas nas vestes –devido à pressão dos imitadores e a busca de distinção por parte da aristocracia –geraram dinamização comercial, subida na escala social de grupos que antes jamais poderiam almejar um futuro diferente, progresso material e certa melhoria do bem-

estar social. Logo, o estudo dessa área tão pouco valorizada pelos historiadores mostrava-se de fato necessário.

A história das roupas é menos anedótica do que parece. Levanta todos os problemas, os das matérias-primas, dos processos de fabrico, dos custos de produção, da fixidez cultural, das modas, das hierarquias sociais. Variado, o traje por toda a parte se obstina em denunciar as oposições sociais (BRAUDEL, 2005 [1967], p.281).

O trecho supracitado demonstra que o historiador francês não encara nas roupas somente as funções de adorno, vaidade, beleza e proteção. Ele as vê como algo que abarca o processo produtivo, as questões culturais, os modismos passageiros das aparências e, acima de tudo, os conflitos entre os grupos sociais, ou seja, a indumentária não pode jamais ser vista como um simples objeto isolado. Dessa forma, percebe-se que propõe um caminho para aqueles que pretendem estudar o papel dos trajes na História: as formas vestimentares se remetem às estruturas e às disputas entre camadas sociais. Para se ter a real dimensão do vestuário em uma sociedade, é necessário relacioná-lo com a grande diversidade de elementos que o cercam. A questão central não são os vestidos, acessórios e combinações, mas as relações destes com tudo o que está ao seu redor. Braudel mostra que o estudo das roupas na História não pode ser encarado como uma simples descrição das diferentes silhuetas através do tempo, mas sim como um elemento da cultura material no qual se encontram entrecruzadas as questões econômicas, a mobilidade dos grupos sociais e os valores culturais.

Em seu trabalho, encontra-se fortemente o binômio da *imitação e distinção*, amplamente discutido por Herbert Spencer (1883) e Georg Simmel (1911) na virada do século XIX para o XX. Em um trecho interessante de seu texto, apesar de afirmar que se tratam de exceções, não restringe a prática competitiva das aparências somente entre realeza, nobreza e burguesia; afirma que a roupa e os elementos dos modismos também atingem, em algumas poucas, ocasiões alguns membros das camadas populares que possuem uma melhor condição financeira, logo os historiadores da indumentária não devem limitar-se ao estudo das elites.

As leis suntuárias correspondem, portanto à sensatez dos governantes, mas mais ainda às inquietações das classes altas da sociedade quando se vêem imitadas pelos novos-ricos. Nem Henrique IV nem a sua nobreza poderiam consentir que as mulheres e as filhas da burguesia parisiense se vestissem de seda. Mas, nunca ninguém pode opor-se à paixão arrivista ou ao desejo de usar a roupa que, no Ocidente, é sinal de promoção social. [...] O mesmo se passa nos universos mais medíocres. Em Rumieges, aldeia de Flandres, perto de Valenciennes, em 1696, no dizer do Cura, que escreve o seu diário, os camponeses ricos sacrificam tudo ao luxo do trajar, “os jovens andam de chapéus agaloados a ouro e prata [...]; as moças com penteados de um pé de

altura e as outras vestimentas a condizer [...]”. Mas é uma exceção, como o são, numa representação da festa do patrono de uma aldeia alemã, em 1680, umas camponesas de gola frisada. Habitualmente, andam todos descalços ou quase, e até mesmo no mercado de uma cidade basta uma olhadela para distinguir burgueses de gente do povo (Idem, *Ibidem*, p. 281).

Braudel estabelece uma diferenciação entre os termos *roupa* e *moda*. O primeiro sempre existiu desde que os homens primitivos – por proteção, vaidade ou pudor – começaram a cobrir seus corpos. Já o segundo é uma prática que aparece no Ocidente europeu com o desenvolvimento comercial e urbano das cidades italianas na passagem da Idade Média para a Moderna, restringindo-se às camadas abastadas. Sua definição do conceito de Moda é bem significativa: “A moda é também a busca de uma nova linguagem para derrubar a antiga, uma maneira de cada geração renegar a precedente e distinguir-se dela [...]” (Idem, *Ibidem*, p. 293). Para ele, a Moda, além de se relacionar ao vestuário, encontra-se intimamente ligada às formas de comer, andar, saudar as pessoas, decorar suas habitações, entre outros elementos.

No entanto, afirma que o fenômeno não teve de seu surgimento, até o final do século XVII, uma abrangência maior. Crê que os ciclos de mudança foram ainda lentos; acredita que foi somente no XVIII, que a loucura e os caprichos obsessivos em relação às aparências tomaram conta do cotidiano da burguesia e da aristocracia. Este é um ponto bem questionável de seu texto. Pensar que a Moda, a partir do início do século XV, tornou-se algo insaciável em todos meios aristocráticos, com certeza, seria tão ingênuo quanto dizer que os ideais humanistas revolucionaram o cotidiano da maior parte da população europeia da mesma época. Porém, como analisar a corte de Henrique VIII, deixando de lado o fato de que a influência de suas vestes nas aparências ultrapassava em muito os limites dos territórios que governava? Como não observar que a ostentação de seu poder e de sua virilidade por intermédio de suas roupas, fato muito bem representado nos retratos de Hans Holbein, marcou a época? Seria adequado pensar no reinado de Elizabeth I (1558 a 1603) sem perceber a força que as mudanças no vestuário da rainha exerceram na Inglaterra e em outros locais da Europa? Como refletir sobre a construção da imagem pública de Luís XIV, coroado em 1654, não levando em conta o fato de o monarca ter transformado Paris e, mais exatamente, a corte de Versalhes, em capital da Moda na Europa?

Outra importante constatação feita por ele é que a Moda, vista como um sistema regulado por mudanças constantes é um processo que pertence somente às sociedades

ocidentais. No Oriente, entre os séculos XV e XVIII, existe uma riqueza enorme de trajes e elementos simbólicos que ostentam, porém não há mudanças contínuas em suas formas. Cita como exemplo a roupa do mandarim que, desde o século XIII até o XVIII, aparecem nas gravuras com as mesmas formas, combinações e cores. Mesmo com as transformações ocorridas com as invasões tártaras no século XVII, poucas modificações aconteceram nas aparências.

As colocações citadas no parágrafo anterior demonstram que nas sociedades orientais citadas por Braudel em sua obra, não havia espaço para a existência da Moda. Nelas, o olhar constante para as posturas e valores herdados dos antepassados era expresso através de vestimentas, acessórios e gestos que mantinham vivas as tradições, ou seja, as relações de sociabilidade eram legitimadas pelo passado. A lógica das transformações constantes das formas do parecer só encontra espaço em locais onde há o privilégio pelo presente e a busca incessante pela novidade.

Para o historiador francês, o estudo dos trajes revela-se duplamente importante. Em primeiro lugar, os materiais que compõem uma roupa, como tecidos, pedraria e corantes, contam toda uma história sobre quem os fabricou e em quais condições trabalharam. Logo, nos dão pistas importantes sobre toda a cadeia produtiva e as questões sociais nela envolvidas. Em segundo, porque nos descortina um amplo universo de posturas. “Esta moda que toca em tudo é a maneira como cada civilização se orienta. É tanto pensamento como o traje, a expressão do sucesso como o gesto de *coquetterie*, a maneira de receber à mesa, o cuidado ao fechar uma carta, é a maneira de falar [...]” (Idem, *Ibidem*, p.296).

O historiador francês Daniel Roche dedica-se, desde os anos 1970, ao estudo do consumo, dos trajes e da habitação. Sua obra de maior relevância para o objeto aqui estudado é *A cultura das aparências: uma história da indumentária* (Séculos XVII-XVIII), publicada pela primeira vez em 1989. Para ele, os trajes são os primeiros veículos da passagem da *civilização dos costumes* para a *civilização de corte*<sup>6</sup>. A Moda sempre funcionou entre dois polos: a liberdade e a sujeição; entre o curvar-se à tendência dominante e à necessidade de expressão da individualidade. Portanto, seu estudo é primordial para a compreensão do intrincado jogo das aparências, nas mais diversas sociedades.

---

<sup>6</sup> ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**, Volumes 1 e 2. RJ: Jorge Zahar Editor. 2008. Passim.

Em *A cultura das aparências* (2007,[1989]), reflete sobre o papel da indumentária na corte francesa do Antigo Regime. Aproximando-se de Roland Barthes (2006 [1964]), considera que o vestuário é a relação entre dois níveis da realidade: o de *vestir um traje* como ato personalizado no qual o indivíduo se apropria dos padrões propostos, porém atribui à roupa elementos de gosto pessoal (*fala*); e o de *vestir a indumentária*, prática na qual a pessoa coloca sobre seu corpo aquilo que lhe é sancionado pela sociedade (*língua*).  
Para Roche

A moda situa-se no cruzamento do fato de vestir, que um indivíduo pode lançar e generalizar no sistema indumentário, em que ela se torna propriedade comum, com o fato de vestimenta, generalizada numa maneira de vestir e reproduzida em escala coletiva, na alta-costura, por exemplo. As mudanças podem ser compreendidas nessa relação, com o significado da roupa crescendo à medida que se passa do ato pessoal ao gesto comum. A relação entre o indivíduo vestido e a sociedade que propõe o código do vestir pode ser medida nas grandes mudanças, que afetam o sistema indumentário, e, por comparação, nas possibilidades de difusão e recepção (ROCHE, 2007 [1989], p.59).

Em sua obra, ao analisar os trajes da corte francesa, encara a história das roupas por meio de dois caminhos: o da função das peças vestidas e o das transformações da sensibilidade. Afirma que, embora se vestir seja uma necessidade, o historiador não se pode deixar limitar por este viés, pois ficaria apenas na superfície das formas e estilos, não se permitindo mergulhar na complexa teia simbólica construída no universo das aparências. O vestuário indica inclusão e exclusão, hierarquia, imitação, distinção, gosto pessoal, entre diversos outros elementos, logo, é um caminho privilegiado para se ler a sociedade. A Moda expressa valores de sensibilidade e mobiliza sentidos. Por intermédio dos tecidos e suas cores, das folgas e apertos, pode-se perceber toda uma linguagem corporal de uma sociedade.

Para uma história da cultura indumentária da Idade Moderna, precisamos traçar a evolução das cores, dos contatos e do *status* dos tecidos. Como as aparências foram remodeladas será revelado por uma topologia corporal, por mudanças no que podia e não podia ser visto, por redefinições de modéstia e imodéstia e pelas lições de higiene que desafiaram os valores do asseio e do desasseio. As vestimentas modelam o corpo, e o corpo brinca de vestimenta; são meios de socialização, que têm seu rito de passagem. Entre a estabilidade e a mobilidade, as roupas descobrem a moda, que surge no campo das contradições sociais, quando existe uma possibilidade de desejar o que outros desejam (Idem, Ibidem, p.47).

O cotidiano da *sociedade de corte* (ELIAS, 2001,[1969] *passim*) era permeado pela obrigatoriedade dos indivíduos em ser perdulários, por meio do exibicionismo, do luxo das roupas, festas, decoração, alimentação, entre outros. O gasto ostentatório era uma prática compulsória em uma esfera social que priorizava a obrigação de esbanjar; uma camada na qual ser discreto ou econômico era quase que sinônimo de delito. Logo,



a futilidade da aristocracia que, para muitos pesquisadores, é um objeto menor nos estudos históricos, para Roche é uma das chaves para a compreensão daquele momento.

Ao se debruçar sobre o consumo e, em especial o dos artigos do universo da Moda, Roche indica que a ostentação do luxo expressa, ao mesmo tempo, o funcionamento das relações sociais e o questionamento das normas comportamentais estabelecidas pela sociedade. O aumento do espaço da burguesia – no mundo aristocrático europeu dos séculos XVIII e XIX, graças ao processo de industrialização e a difusão das ideias iluministas – gerou uma radical transformação nos padrões da cultura das aparências estabelecidos ao longo do Antigo Regime. O sistema indumentário burguês, a partir da Revolução Francesa e ao longo do século seguinte, desestabilizou as estruturas, estabelecendo novas formas para construção das silhuetas e das posturas. Percebe-se que, para o autor, a Moda vai muito além dos esquemas de *imitação* e *distinção*, típicos nas análises encontradas em várias pesquisas sobre o tema; ela funciona como um elemento de construção e desconstrução de significados. Mesmo com a Restauração promovida pelo Congresso de Viena em 1815, o mundo das aparências nunca mais foi o mesmo.

Entre os anos 1970 e 1990, outro pensador que dedicou muitas linhas à Moda em suas obras foi o sociólogo Pierre Bourdieu. Suas análises sobre o fenômeno são extremamente ácidas, como pode se perceber nas seguintes linhas de uma de suas comunicações, *Alta Costura e Alta Cultura*, publicada pela primeira vez em 1974: “[...] se quero comunicar alguma coisa esta noite é justamente a ideia de que há lucros científicos ao se estudar cientificamente **objetos indignos**”.<sup>7</sup> Nesta comunicação, resgata os estudos de Marcel Mauss sobre o papel da magia nas pesquisas sociológicas, e questiona por que não estudá-la nas páginas da *Elle* e nos trabalhos de Dior e Cardin. No *campo*<sup>8</sup> da Alta Costura, diversos estilistas se digladiam para conquistar sua fatia de mercado e, principalmente, para tornarem sua grife a mais sedutora possível. Criar roupas, acessórios e perfumes que façam com que as mulheres se sintam mais sensuais, poderosas e livres ao ostentá-las, dá à marca um status simbólico equivalente aos objetos mágicos das sociedades primitivas. Ressalta que os costureiros da *Rive Gauche* – aqueles que

---

<sup>7</sup> BOURDIEU, Pierre. Alta costura e alta cultura. In: **Questões de sociologia**. RJ: Marco Zero Editora, 1983. Disponível em: <http://www.unifra.br/professores/14299/bourdieu-alta-costura.pdf>. Página 01. Acessado em 23/01/2014. Grifo nosso.

<sup>8</sup> “Chamo de campo um espaço de jogo, um campo de relações objetivas entre indivíduos que competem por um mesmo objeto. Neste campo que é a Alta Costura, os dominantes são aqueles que detêm em maior grau o poder de constituir objetos raros pelo procedimento da grife; aqueles cuja grife tem o maior preço”. Idem. *Ibidem*, p. 2.

questionavam a ditadura da *Haute Couture* –abriam lojas na margem esquerda do Sena e dialogavam intimamente com o universo das ruas em suas criações. Eles tinham por objetivo transgredir os preceitos dos jogos do *campo* da Moda, mas não romper com o espírito dos jogos:

Suas estratégias de volta às fontes consistem em opor aos dominantes os próprios princípios em nome dos quais estes justificam sua dominação. Estas lutas entre, os detentores e os pretendentes [...] estão condenados a “fazer o jogo”, a correr riscos, estão na origem das mudanças que ocorrem no campo da Alta Costura [...] Segue-se daí que da luta interna só podem sair revoluções parciais, capazes de destruir a hierarquia, mas não o próprio jogo (Idem, *Ibidem*, p. 3).

Bourdieu vê na Moda um fenômeno de suma importância para a compreensão dos complexos fios que compõem os tecidos sociais, pois suas características de normatização e regulação da vida fornecem importantes pistas sobre os caminhos por intermédio dos quais certos valores atingem de maneira hegemônica os diferentes estratos. Para ele, a Moda é uma das formas de reproduzir os modelos dominantes por meio de uma suposta escolha individual das aparências.

O autor estabelece um diálogo com Veblen, Simmel, Tarde e Spencer ao perceber na *distinção* os mecanismos que regem as transformações do vestuário. De acordo com ele, quando os trajes das classes abastadas perdem a exclusividade, são substituídos por novas peças e gostos que mantêm as fronteiras de classe bem delimitadas. O valor simbólico de uma roupa ou acessório está relacionado não somente ao que o seu portador possui, mas principalmente, ao que os outros não têm. Dessa maneira, um traje torna-se valioso a partir do contexto no qual a maioria não tem acesso àquela peça, logo quem a veste se distingue dos outros.

A distinção não implica necessariamente, como frequentemente se crê, na esteira de Veblen e da sua teoria do *conspicuous consumption*, a procura da distinção. Todo o consumo e, mais geralmente, toda a prática, é *conspicuous*, visível, quer tenha sido ou não realizado a fim de ser visto; ele é distintivo quer tenha sido ou não inspirado pela intenção de dar nas vistas, de se singularizar (*to make oneself conspicuous*), de se distinguir ou de agir com distinção. Como tal está condenado a funcionar como sinal distintivo e, quando se trata de uma diferença reconhecida, legítima, aprovada, como sinal de distinção [...] (BOURDIEU, 2007 [1979], p.144).

O conceito de *habitus*, utilizado anteriormente por Erwing Panofsky com outro sentido em *Arquitetura Gótica e escolástica*, publicada pela primeira vez em 1951, surge em seus escritos como uma maneira de manter as estruturas sociais vigentes, garantindo a continuidade das relações que as edificaram. Os atos de cada sujeito, por mais que pareçam opções individuais, são na verdade a incorporação das regras impostas pela

sociedade e interiorizadas por cada ser como se fosse uma escolha personalizada. Vale destacar que o autor não descarta a existência do gosto pessoal nas escolhas de cada um, pois acredita que cada sujeito absorve os padrões sociais de diferentes maneiras de acordo com sua história pessoal, no entanto esta se encontra intimamente ligada aos valores incorporados na família, nas instituições educacionais e nos meios de comunicação de massa.

O papel simbólico operado no vestuário pelas grifes de Moda transforma produtos absolutamente comuns em peças que transcendem a si mesmas. A natureza material do traje não está em jogo, mas sim seu valor atribuído culturalmente. O criador desta prática foi o costureiro Charles Frederick Worth, na segunda metade do século XIX. Quando preparava um vestido exclusivo para uma cliente, colocava na parte de dentro da roupa sua etiqueta e somente fazia outra peça igual para uma mulher que habitasse em outro país, dando àquela veste uma aura mágica que colocava aquele corpo em uma escala diferenciada das demais pessoas. A *Couture*<sup>9</sup>, surgida no século XIX, reina absoluta no mundo da Moda até os anos 1950, passando, a partir de então, a dividir espaço com os estilistas do *Prêt-à-porter*, exercendo uma fascinação quase que religiosa nas mais diversas camadas sociais. Mais uma vez, para analisar o fenômeno, Bourdieu retoma Marcel Mauss:

Mauss [...] pergunta: “Quais são as propriedades específicas das representações mágicas?” E chega à conclusão de que o motor é a crença que remete ao grupo. Em minha linguagem, o que faz o poder do produtor é o campo, isto é, o sistema de relações em seu conjunto. [...] o que Dior mobiliza é alguma coisa que não é definível fora do campo; o que todos eles mobilizam, é que o jogo produz, isto é, um poder que repousa na fé na Alta Costura. [...] O que faz com que o sistema funcione é aquilo que Mauss chamava de crença coletiva. Mauss dizia a respeito da magia: “A sociedade sempre paga a si mesma com a falsa moeda de seu sonho”. [...] O que faz o valor, o que faz a magia da grife, é o conluio de todos os agentes do sistema de produção dos bens sagrados.<sup>10</sup>

Para dar continuidade ao levantamento das propostas de alguns dos principais pensadores do tema deste artigo, faz-se necessário retomar a obra *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, escrita por Gilles Lipovetsky e publicada pela primeira vez em 1987. Trata-se do livro mais citado por grande parte dos estudiosos

<sup>9</sup> Roupas feitas sob medida para clientes específicas e com caráter de exclusividade.

<sup>10</sup> BOURDIEU, Pierre. Alta costura e alta cultura. IN: *Questões de sociologia*. RJ: Marco Zero Editora, 1983 [1974]. Disponível em: <http://www.unifra.br/professores/14299/bourdieu-alta-costura.pdf>. Páginas 8-9. Acesso em 23/01/2014.

do vestuário, sejam da área de História, Filosofia, Sociologia, Artes, Comunicação, entre outros. Apesar de ser muito mencionado, percebe-se que poucos são os que o leram por inteiro e, menor ainda, o número que faz uma análise crítica de suas proposições.

Em uma linha contrária ao que propõem os clássicos, como Veblen, Tarde, Simmel e Spencer, afirma que o binômio da imitação/distinção e a rivalidade de classes não formam o motor de onde partem as transformações dinâmicas da Moda. Também, a ideia de consumo conspícuo é insuficiente para dar conta do problema. Para ele, o fenômeno aconteceu como expressão de uma nova relação do ser com o mundo que lhe cerca; do anseio de afirmar o indivíduo enquanto pessoa, fato que se apresentou pela primeira vez nos meios aristocráticos e burgueses na transição da Idade Média para a Moderna. Mesmo restringindo-se a um segmento pequeno de algumas sociedades europeias, as sementes para a formação de um sujeito com vontade própria e identidade pessoal foram lançadas e deram origem ao gosto por ser diferente, a admiração pelo presente e a paixão pelas novidades. Os membros das camadas abastadas, especialmente nas cidades italianas, tinham condições de personalizar suas formas de vestir, indicando que, naquele universo, o sujeito individual era mais importante que a coletividade. Ao longo dos séculos XV, XVI, XVII e XVIII, a Moda permaneceu restrita aos círculos da realeza, nobreza e alta burguesia. O restante da população continuava a vivenciar a *Era do Costume*.

No século XIX, devido às diversas transformações, as preocupações com o universo das aparências ganharam feições inéditas. Uma nova dinâmica social foi instaurada por meio de uma redefinição de papéis da burguesia, da nobreza e do desenvolvimento das camadas médias. A multiplicação das *maisons* de luxo, associadas pelo papel de decisão adquirido pelos costureiros, reformulou o conceito de criação no mercado de Moda. As lojas de departamento se multiplicaram para atender àqueles que não tinham condições para consumir o que era criado nas *lojas de luxo*. Para Lipovetsky, a nova forma de se construir a Moda, nos anos 1850 e 1860, *A moda dos cem anos*, foi um grande marco no processo da formação de novas subjetividades.

A Alta Costura, a exemplo da arte moderna, é inseparável da ideologia individualista, segundo a qual, pela primeira vez na história, é colocada a primazia da unidade individual sobre o todo coletivo, o indivíduo autônomo, independente, liberto da obrigação imemorial de curvar-se aos gritos, usos e tradições em vigor no conjunto social. Com o advento da representação do indivíduo autossuficiente, mais nenhuma norma preexistente à vontade humana tem fundamento absoluto, mas nenhuma regra é inatingível, as linhas

e estilos estão por ser inventados soberanamente, conforme o direito moderno à liberdade (LIPOVETSKY, 2002 [1987], p.80).

No final dos anos 1950 e ao longo da década de 1960, a construção das aparências sofreu uma nova transformação. As mudanças sociais e culturais alteraram fortemente o modelo anterior. Segundo o autor, o foco deixou de ser a *Couture* e se deslocou para o *Prêt-à-porter*, espaço onde o vestuário é concebido de forma jovem e audaciosa. O mundo das aparências, gradativamente, tornou-se plural, pois abraçou diversas formas de ser, expressando a democracia e a elevação do nível de vida e do bem-estar. As tendências lançadas pelo mercado continuaram a existir, mas a diversidade de opções gerou a possibilidade de escolher o que se deseja ser, ou seja, inaugurou-se uma época de superescolha democrática<sup>11</sup>. Em suma, na contemporaneidade, não existe mais o fora de moda, pois tudo pode estar na Moda.

A moda aberta significa precisamente o fim do “dirigismo” unânime e disciplinar [...]. A rua está emancipada do fascínio exercido pelos líderes de moda, já não assimila mais as novidades senão em seu próprio ritmo, à escolha. No público apareceu um poder ampliado de filtragem e de distanciamento em matéria de aparência, significativo da escalada individualista das vontades de autonomia privada (Idem, *Ibidem*. p. 141).

As opiniões expostas por Lipovetsky trouxeram um olhar diferente do que foi escrito antes dele. O livro nada contra a corrente das diversas apreciações que são feitas à sociedade de consumo. Todavia, seu olhar extremamente otimista em relação ao universo da Moda é exagerado. As afirmações sobre a total liberdade de escolha e a diminuição das diferenças sociais na contemporaneidade são, no mínimo, ingênuas.

Nas últimas duas décadas, diversos autores estrangeiros dedicaram seu tempo ao estudo do tema. Alguns exemplos são Michel Pastoureau- *O pano do diabo: uma história das listras e dos Tecidos listrados* (1991); Christopher Breward - *The culture of fashion* (1995); Gilles Lipovetsky e Elyette Roux – *O luxo eterno* (2005); Daniela Calanca - *História social da moda* (2008) e Lars Svendsen - *Moda: uma filosofia* (2010).

Até aqui, foram analisados somente pensadores estrangeiros. Nada foi mencionado sobre a produção brasileira. Antes do início do século XX, o vestuário não foi objeto de estudo em nenhuma obra. As publicações sobre o tema estavam restritas aos manuais de etiqueta, aos jornais femininos e aos romances.

---

<sup>11</sup> O vocábulo *superescolha* é utilizado na tradução brasileira da obra *O império do efêmero* (2002) de Gilles Lipovetsky, bem como em artigos na área de pesquisa de Moda (CARDOSO; SILVA, 2010; LEÃO, 2011).

O primeiro pesquisador que abordou o vestuário de uma forma reflexiva e problematizadora foi Gilberto Freyre. Nas obras, *Sobrados e mucambos*, de 1936 e *Modos de homem & modas de mulher*, de 1987, a indumentária aparece como um dos importantes elementos para o estudo da sociedade brasileira. No primeiro trabalho, a roupa ganha destaque nos momentos em que o autor discorre sobre os processos de assimilação dos trajes europeus, em especial no Segundo Reinado. Partindo dos relatos de viajantes e de estudos oriundos da medicina, indica a falta de adequação de tais silhuetas e materiais em território brasileiro, como espartilhos, vestidos longos, uso da lã e do veludo que eram trajados em pleno verão tropical. A comparação entre as vestimentas femininas e masculinas a partir da posição que cada sexo ocupava na fornecem questões de grande relevância para os estudos de gênero. Cinco décadas mais tarde, o sociólogo compilou artigos e os publicou na coletânea *Modos de homem & modas de mulher* em 1987. Além de retomar as questões do livro dos anos 1930, discute os padrões de beleza da década de 1980, arquitetura e decoração. Ao confrontar as posturas entre os sexos, confere ao campo das mulheres as questões da *moda*, pois vê na personalidade feminina, a preocupação com a beleza e com a vaidade. Já ao campo do masculino, confere o *modo*; nos homens há a preocupação de serem educados e finos, de apresentarem bons modos, mas no vestir são discretos e sóbrios. Seus argumentos, embora hoje possam ser questionados, expressam muito bem a lógica das aparências construída pela burguesia em ascensão nos séculos XIX e XX.

Em 1950, Gilda de Mello e Souza apresentou a tese de doutoramento *A moda no século XIX: ensaio de sociologia estética*. O trabalho foi publicado no mesmo ano, na *Revista do Museu Paulista*, recebendo apreciações negativas da comunidade acadêmica. O sociólogo Florestan Fernandes publicou uma resenha na qual teceu alguns elogios à autora, porém também a criticou de forma dura:

[...] o trabalho da Dra. Gilda de Mello e Souza, revela duas coisas. Primeiro: o talento da autora para a investigação de um fenômeno complexo, por causa das diversas facetas de que pode ser encarado e explicado. Segundo, um seguro conhecimento do campo de sua especialização [...]. Essas qualidades se refletem na composição do trabalho, tornando a sua leitura muito amena. Poder-se-ia, porém lamentar a exploração abusiva e leviana da liberdade de expressão (a qual não se coaduna com a natureza de um ensaio sociológico) e a falta de fundamentação empírica de várias explanações mais sugestivas e importantes (FERNANDES, 1952, p.139-140).

A tese alcançou um público maior ao ser lançada como livro em 1987, sob o título *O espírito das roupas: a moda no século XIX*. A pesquisa é de fundamental importância

para a historiografia da Moda no Brasil, principalmente, por ser o primeiro estudo acadêmico nacional totalmente dedicado ao objeto. A inovação e a ousadia da autora se mostraram tão grandes naquele contexto, que fez com seu trabalho fosse considerado como “uma espécie de desvio em relação às normas predominantes nas teses da Universidade de São Paulo” (MELLO E SOUZA, 1993, p.7). Em seus capítulos, analisa a indumentária por meio das formas, dos tecidos, das cores, das relações de sociabilidade, da distinção social, das representações artísticas e dos estudos de gênero. Realiza um levantamento bibliográfico sobre a área que vai desde a Sociologia – Spencer, Veblen e Simmel – ao campo da literatura, por meio de referências aos textos de Balzac, Machado de Assis e José de Alencar. A estudiosa demonstra uma grande erudição, não somente por trabalhar com autores e temas tão diversos, mas também por estabelecer articulações entre eles e as transformações das roupas ao longo do século XIX. Apesar de a obra carecer de um recorte temático mais específico – a pesquisadora aborda diversas questões, todavia não deixa clara uma delimitação de objeto – trata-se de uma leitura obrigatória por trazer um olhar inédito ao assunto dentro da historiografia brasileira e, pode-se afirmar, internacional, pois antecede os escritos de Braudel e Roche, por exemplo.

Em 1978, Maria Beatriz Nizza da Silva, lançou o livro *Cultura e sociedade no Rio de Janeiro (1808-1821)*. Por meio do estudo de matérias publicadas na *Gazeta do Rio de Janeiro*, a historiadora traçou um perfil amplo, porém de forma alguma superficial, sobre as práticas cotidianas durante o Período Joanino: moradias, festas, arte, escravidão e vestuário são alguns dos temas abordados sobre a época. A Moda tem no livro uma grande relevância, principalmente, pelo cuidado da autora em explicitar que os trajes representam o lugar do indivíduo dentro do intrincado universo das relações sociais e que, por essa razão, as vestimentas, carregadas de simbolismos, geram naqueles que as portam uma série de posturas, gestos e vocabulário específico.

Em 2002, Maria do Carmo Teixeira Rainho publicou sua dissertação, defendida dez anos antes, *A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções* – Rio de Janeiro, século XIX. Neste livro, a autora desenha um painel sobre as relações entre as transformações do espaço urbano da capital brasileira, em especial no Segundo Reinado, e a apropriação da Moda europeia pela camada social que define como a *boa sociedade*.

A obra é o resultado de uma inédita pesquisa a partir do estudo de três tipos de fontes: os manuais de civilidade, os periódicos de Moda e teses apresentadas à Faculdade de Medicina do Rio e Janeiro. A pesquisadora teceu uma ampla teia sobre as múltiplas

representações da Moda por meio dos diversos discursos que a estruturavam, mostrando como a *boa sociedade* incorporava os elementos europeus e, ao mesmo tempo, procuravam estabelecer a sua visão de mundo, valores de certo e errado e impor o que consideravam como pertencentes à civilização.

Vale aqui destacar a distância temporal entre as publicações nacionais supracitadas: Gilberto Freyre (1936), Gilda de Mello de Souza (1950), Maria Beatriz Nizza da Silva (1978) e Maria do Carmo Teixeira Rainho (2002). Esta observação deixa bem clara as grandes lacunas de décadas entre as publicações, o que expressa o desinteresse que tomava conta dos pesquisadores sobre o tema.

A produção acadêmica na área de História da Moda, em território nacional, passou por uma grande ampliação nos últimos quinze anos. Publicações de peso foram feitas, como, por exemplo, Maria Cláudia Bonadio -*Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920* (2007); Camila Borges da Silva- *O símbolo indumentário: distinção e prestígio no Rio de Janeiro - 1808-1821* (2010); Rosane Feijão- *Moda e modernidade na Belle Époque Carioca* (2011); Marcelo de Araújo - *Dom Pedro II e a moda masculina na Época Vitoriana* (2012); Maria Cláudia Bonadio – *Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960* (2014) e Maria do Carmo Teixeira Rainho – *Moda e revolução nos anos 1960* (2014). Destaca-se que aqui foram citadas pesquisas publicadas, porém muitas dissertações e teses foram defendidas, ou seja, a Moda, aos poucos, conquista seu espaço enquanto objeto do pensamento no meio acadêmico.

## Referências

BARTHES, Roland. **Roland Barthes por Roland Barthes**. São Paulo: Estação Liberdade, 2003 [1975].

\_\_\_\_\_. **Inéditos 3: imagem e moda**. SP: Martins Fontes, 2005.

\_\_\_\_\_. **Elementos de semiologia**. SP: Editora Cultrix, 2006 [1964].

\_\_\_\_\_. Roland. **Sistema da moda**. SP: Ed. Martins Fontes, 2008 [1969].

\_\_\_\_\_. **Mitologias**. Difel: RJ. 2010 [1957].

BOURDIEU, Pierre. Alta costura e alta cultura. In: **Questões de sociologia**. RJ: Marco Zero Editora, 1983 [1974]. Disponível em: <http://www.unifra.br/professores/14299/bourdieu-alta-costura.pdf>. Acessado em 23/01/2014.

\_\_\_\_\_. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Editora Zouk, 2007 [1979].



BRAUDEL, Fernand. **Civilização material, economia e capitalismo- Séculos XV-XVIII: as estruturas do cotidiano**. Volume 1. SP: Editora Martins Fontes, 2005 [1967].

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**. RJ: Jorge Zahar Editor, 2001 [1969].

FERNANDES, Florestan. A moda no século XIX. In: **Revista Anhembi**, nº 25, dezembro de 1952. p.139-40.

LAVER, James. **A roupa e a moda**, SP: Companhia das Letras, 1996 [1968].

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. SP: Companhia das Letras, 2002 [1987].

MELLO E SOUZA, Gilda de. **O espírito das roupas: a moda no século XIX**. SP: Companhia das Letras, 1993.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro – Século XIX**. Brasília: UNB, 2002.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)**, SP: Editora SENAC, 2007 [1987].

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental In: VELHO, Gilberto. (org). **O fenômeno urbano**. R.J. Zahar Ed., 1975 [1903].

\_\_\_\_\_. A moda. In: **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte** – São Paulo V.1 N. 1 abr./ago. 2008 [1911], p. 163-188. Disponível em [http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07\\_IARA\\_Simmel\\_versao-final.pdf](http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07_IARA_Simmel_versao-final.pdf). Acessado em: 23/02/2013.

SPENCER, Herbert. **Les manières et la mode**. In: \_\_\_\_\_. **Essais de morale, de science et d'esthétique**. Paris: Germer Balliere et Cie, 1883.

TARDE, Gabriel de. **As leis da imitação**. Porto-Portugal: Rés-Editora, s/d [1890].

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo : Abril Cultural, 1983 [1899].