

O ESPAÇO IMAGINÁRIO DA MODA NO RIO ANTIGO

Luciana Andrzejewski*

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.

O Rio de Janeiro do início do século XX, se configurou como capital, não somente no seu sentido político e federativo, mas sobretudo, como demonstrativo de coexistência com os acontecimentos externos.

Fazer parecer com algo que não condizia com sua realidade, tornou a capital da República, num reduto próprio para abrigar interesses convergentes, na busca de uma imagem ideal de aproximação que segue toda a lógica capitalista.

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.

Trabalhar com o objeto Moda nos fez refletir todas as possibilidades e condutas do ser na busca de uma coesão, da imagem idealizada pelos grupos que estavam no poder. A imagem que fosse um demonstrativo, uma representação de algo que almejavam. Essas imagens nos foram fornecidas através de fotografias e acervos da época e o foco do nosso olhar se lança principalmente para a reforma

* Mestre em Memória Social, pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO.

urbana e arquitetural como também as fotografias de moda e os acervos de indumentária.

Contar a História da Moda, mais do que situar cronologicamente um determinado espaço temporal, é fornecer dados e recursos metodológicos para que este objeto fale mais ou melhor do que qualquer outra fonte.

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 este objeto. Seu estudo sobre distinção social foi 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.

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-na – como vestimenta, principalmente – não deixam de estabelecer uma relação entre o belo, o novo e o espaço urbano. A fotografia comprovava o que a imprensa veiculava e testemunhava o acontecimento, atestava a importância e a veracidade da informação.

Um esforço de conclusão inicial permitiu 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.

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 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. 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 “lembrança” evoca na linguagem corrente. Desta forma, a moda é uma extensão e uma produção da memória, seja como rememoração ou como construção de sentido.

A moda remete ao papel que a imagem acumula na nova ordem social, simbólica e relacional. Para o autor, a imagem, por poder operar o acordo dos olhares, apresentaria a capacidade de conferir ao quadro da história a força da lembrança. 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.

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 ela é um fenômeno produzido e sensível a outros fatores não poderia ser diferente que adotássemos outros meios que nos apoiassem para compor tal objeto. Segundo Le Goff, 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.

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.

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.

REFERÊNCIAS

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

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

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

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

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

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

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.

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

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

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

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

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.

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.

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