

Moda, Comunicação e Modernidade no Século XIX. A fabricação sociocultural da imagem pública pela moda na era da industrialização.ⁱ

Valéria Brandiniⁱⁱ

RESUMO: Este artigo apresenta uma reflexão teórica acerca da relação entre a moda e a cultura urbana na modernidade industrial do século XIX, onde a primeira é tomada como objeto de representação, mais propriamente comunicação das novas estruturas socioculturais emergentes da segunda. A moda como discurso, corpus comunicacional em evidência neste período sócio-histórico, é aqui analisada sob uma perspectiva interdisciplinar.

PALAVRAS-CHAVE: Modernidade; Moda; Comunicação; Cultura; Urbe.

ABSTRACT: This article presents a theoretical reflection about fashion and urban culture in the industrial modernity period of the XIX century, where the first is taken as an object of representation, or properly, communication of the new social and cultural structures that emerged in the second. Fashion as speech, communicational corpus in evidence in this socio-historical period is analyzed here under interdisciplinary perspective.

KEY-WORDS: Modernity; Fashion; Communication; Culture; Urbe

Breve Descrição do Tema e Escolhas Metodológicas

Para se conhecer as características do fenômeno moda na pós-modernidade, das relações entre moda, comunicação e cultura urbana contemporânea, faz-se necessário a compreensão do momento sócio-histórico que antecedeu essa era e que consolidou a essência mutante, fluida e efêmera da expressão de moda: a modernidade e a emergência da vida urbana no capitalismo industrial.

Desta feita, no presente artigo abordamos a pesquisa realizada para a tese de doutorado “*Vestindo a Rua, Moda, Cultura & MetrÓpole*”, realizado no programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes em convênio com a Università La Sapienza em Roma (onde foi desenvolvida a pesquisa teórica do trabalho) e a Central Saint Martin’s School of Fashion and Design em Londres (onde foi desenvolvida a parte empírica da pesquisa), onde um trabalho de investigação acerca dos elementos estéticos, comunicacionais e antropológicos da moda na modernidade industrial européia foi desenvolvido visando, por meio de uma repertorização histórica, elucidar os caminhos seguidos pelo discurso estético e conseqüências sociológicas da moda no século XIX.

Da Condução Metodológica e Abordagens Teóricas da Pesquisa

Embora o vestuário com expressão de moda seja um fenômeno iniciado no século XII na sociedade ocidental e a complexidade da história da moda possa, por si só, servir como ilustração da história social do Ocidente, como vemos nas obras de historiadores como Christopher Breward (na obra *Fashion Culture* de 1995) e de Anne Hollander (na obra *O Sexo e as Roupas* de 1996), e de pintores como Watteau e Van Gogh, este trabalho tem como foco o bloco histórico situado a partir da modernidade no século XIX, cujas implicações e desenvolvimento têm repercussão direta sobre a moda na pós-modernidade, a condição contemporânea.

Nas emergentes metrópoles orientadas pela modernidade no século XIX, novas estruturas sociais e familiares nasciam com a reformulação dos grandes centros urbanos do Ocidente. Imigrações e êxodos, formação de guetos, comunidades, culturas novas que se desenvolviam com a mesma velocidade das novas máquinas geravam um novo mosaico étnico, cultural, econômico nas cidades européias que influenciava também o novo mundo. Sob a influência da moderna urbe ocidental do século XIX, muitos eventos se desenvolveram, chegando à realidade que vivemos no século XXI, entre eles a expressão da moda moderna e mais adiante a moda sob o signo da pós-modernidade.

A partir dos desdobramentos dos estudos da urbe no século XIX, cientistas que hoje pesquisam a metrópole do século XXI, entre eles Massimo Canevacci, Mike Featherstone e Celeste Olalquiaga, dedicam suas pesquisas aos estudos das relações fluidas e instâncias de poder descentralizadas da vivência urbana *in progress*, realidade que se torna signo nas fantasias e leituras das criações da moda na pós-modernidade.

Portanto, o estudo da expressão de moda, seu discurso, influenciado, afetado e transfigurado pela metrópole $\frac{3}{4}$ rua $\frac{3}{4}$ e por todas as manifestações culturais, artísticas, comportamentais, econômicas e étnicas que a caracterizam, tiveram por base, em minha pesquisa, investigações alicerçadas na aliança antropologia/comunicação, referenciadas pela urbe. Relações entre moda/cultura/urbe a partir do século XIX foram a parte inicial de minhas investigações para a tese, com ênfase em aspectos antropológicos do desenvolvimento da vida metropolitana e da moda como representação destes, instâncias estas que constituem o conteúdo do presente artigo.

Vemos que o século XIX apresentou uma revolução nas estruturas da vida social e no âmbito privado no Ocidente graças ao desenvolvimento industrial, a ascensão do

capitalismo e a redefinição de valores e códigos morais da vida urbana, elementos formadores da condição que concebemos como ‘modernidade’. A noção de progresso constituiu a base das transformações materiais e sociais ocorridas na época. O poder da tradição sucumbiu em face do poder descentralizado da inovação e a sedução do novo estilizou a vida urbana e as relações humanas, gerando novos padrões de feminilidade e apresentação da imagem pública.

Mudanças nas relações sociais e de gênero estão comunicadas, ‘estampadas’ na expressão de moda em emergência no século XIX, relações estas aqui investigadas como alicerce sócio-histórico desta pesquisa.

Urbe e Moda, A Vitrine da Modernidade

A modernidade emergente no século XIX, imersa na era industrial, trouxe, segundo VILLAÇA & GÓES na obra *Em Nome do Corpo 1998*, novos aspectos para a vida coletiva nos grandes centros urbanos, gerando transformações na vida econômica, no trabalho, nas relações sociais e na vivência privada das pessoas nas cidades, no nascimento da moderna urbe que antecedeu a vida metropolitana atual. A dissociação entre o domínio público e privado ocorrida com a ascensão do capitalismo industrial do século XIX modificou o cotidiano e, conseqüentemente, a figura do indivíduo, que passou a ser constituída com influência do desenvolvimento tecnológico e da industrialização. A partir daí, a figura do homem modelo, o gentleman, aristocrata, refinado, elegante e soberbo dos séculos anteriores, foi substituída pela figura austera do empreendedor, como vemos nos trajes masculinos adotados no século XIX.

A extravagância no traje tornou-se seara feminina e o mundo masculino passou a explorar outras formas de representação do status: se até o século XVIII a espetacularidade no traje masculino constituía uma forma aristocrática de representação de poder, novas convenções sociais, entre elas, a banalização do luxo ostentatório entre a aristocracia, a projeção do corpo humano como extensão do trabalho e a condenação do homossexualismo em países como a Inglaterra, a partir do século XVIII, reduziram a espetacularização no traje do homem, tornando-o escuro e sóbrio. Não que a exposição dos excessos tenha deixado de representar posse e diferenciação, mas o poder monetário e social masculino passou a estar representado na ostentação das vestes de esposas, mães e filhas. Adventos que veremos a seguir.

Sob a visão de Richard Sennett, na obra *O Declínio do Homem Público, As Tiraniyas da Intimidade* (1982), o capitalismo industrial pressionava a cultura pública urbana à privatização, ao mesmo tempo em que ‘mistificava’ a vida material em público, especialmente em termos de roupas, em face da produção e distribuição em massa. Novas tecnologias de produção acompanhavam a tendência da “despersonalização” do indivíduo através da uniformização de sua imagem pública, principalmente no traje masculino.

A industrialização gerou tendências à massificação de padrões. O trabalhador se ‘uniformizou’ para o novo universo do trabalho e a produção em série eliminou antigas marcas distintivas. Conforme essa padronização aumentava, tornava-se reflexo do proletariado, gerando entre as classes mais abastadas uma paixão pela unicidade, pela exaltação de atributos de personalidade que se concretizou através do consumo e que se tornou evidente através da ‘moda do absurdo’ e da confusão estilística que imperou nas últimas décadas do século XIX.

A revolução industrial e suas conseqüências sobre a urbe podem ser ‘lidas’ através das manifestações comunicadas pelo vestuário com expressão de moda no século XIX. Mudanças estruturais do comportamento e vivência social urbana que vinham ocorrendo desde o século XVIII foram potencializadas com o capitalismo industrial do século posterior. Alterações dos códigos morais de conduta masculina e feminina se fizeram nas reviravoltas da expressão de moda na Era Moderna.

Até o século XVIII na Europa, a aceitação do comportamento aristocrático licencioso, pelo qual os homens de classes hierarquicamente superiores relacionavam-se sexualmente com parceiros masculinos e femininos (especialmente na Inglaterra), organizava o universo masculino em torno do esplendor da imagem do homem, sua importância era maior quanto maior fosse a ostentação em seu traje. A linguagem corporal afeminada e maneirismos afetados eram sinal de poder aristocrático, a ser imitado por homens burgueses que, em busca de promoção social, infringiam leis suntuárias e adotavam elementos do estilo de vestimenta dos aristocratas, além de hábitos e preferências sexuais dos mesmos.

Em busca de ascensão, a burguesia não só transgredia leis suntuárias como também institucionalizava um emergente hedonismo através do consumo de prazeres e principalmente de moda. Segundo o historiador de moda Christopher Brewardⁱⁱⁱ, da Central Saint Martin’s School of Fashion, a partir do fim do século XVIII a aristocracia passou por uma reconstrução de sua imagem pública, abolindo a ostentação como

exibição de poder, adotando vestimentas mais simples. A idéia de ostentação assumiu uma conotação negativa, principalmente na Inglaterra, sob o reinado do Rei George e Rainha Charlotte, que condenavam os excessos de Robespierre e Napoleão. A aristocracia respondeu então renunciando à exuberância na moda.

Essa reestruturação da imagem pública e comportamento que data da segunda metade do século XVIII representa uma reformulação de símbolos de poder social, também muito influenciada pelo não-conformismo religioso e a ênfase na relação entre traje simples e retidão moral.

Na Inglaterra, o peso da religião, principalmente dos *Quakers*, a condenação do homossexualismo e bissexualismo, a exemplo do fechamento das ‘*Molly Houses*’ londrinas $\frac{3}{4}$ bordéis de homossexuais onde homens da elite refugiavam-se do casamento e relacionavam-se com parceiros do mesmo sexo $\frac{3}{4}$ além da reformulação dos conceitos sobre a confecção da imagem pública, tornaram a vida urbana, a partir da segunda metade do século XVIII, um território um tanto ‘ameaçador’ pelas múltiplas condenações visuais e comportamentais que infringia ao indivíduo.

Segundo Sennett (1982: 25-50), a vida pública converteu-se (em oposição aos ideais do Iluminismo, onde representava um conjunto de relações sociais) em uma instância moralmente inferior. Entre o proletariado, o capitalismo industrial passou a ditar a vida material do domínio público, a produção em massa de roupas e o uso destes padrões de produção em massa para alfaiates e costureiras significavam que a vida pública urbana começava a adotar uma aparência semelhante, e que as marcas públicas estavam perdendo suas formas distintivas. Com a dimensão adquirida pela máquina, entre a emergente classe operária, o corpo se “uniformizava” para o trabalho e as diferenças sociais que se expressavam pela composição indumentária, diferenças importantes, como ressalta Sennett, para se saber da própria sobrevivência, num meio de estranhos e em rápida expansão, tornavam-se ocultas.

O homem público sofreu uma tendência a tornar-se indiferenciado no início do capitalismo industrial, através da confluência da produção em massa e da homogeneização da aparência. Inicia-se então, através do consumo, o ato de se “revestir” coisas materiais com atributos ou associações próprias à personalidade íntima, o que Marx categorizava como o ‘fetichismo da mercadoria’ e, posteriormente, Baudrillard denominaria ‘sistema dos objetos’.

Temos a emergência do que Jean Baudrillard, na obra *O Sistema dos Objetos* (1997), caracteriza como sendo a substituição da relação humana, viva e conflituosa,

por uma relação personalizada nos objetos. Segundo o autor, no estágio de produção artesanal, os objetos refletem as necessidades na sua contingência, na sua singularidade, então o sistema de produção se adapta ao sistema das necessidades. Na era industrial, os objetos fabricados adquirem uma coerência que vem da ordem técnica e das estruturas econômicas. O sistema das necessidades torna-se menos coerente que o sistema dos objetos e este impõe coerência e adquire poder de modelar uma civilização. (BAUDRILLARD, 1997: 197)

A era industrial e o avanço do capitalismo no século XIX trouxeram a idéia de dissociação entre o homem que trabalha e seu trabalho, pois já não o controla, mas precisa vendê-lo. Tal ocorrência, que Marx classificou como a alienação provocada pelo capitalismo, reflete a idéia de transformação do homem em máquina de produção. Neste processo, o indivíduo se desumaniza e o seu produto (os bens produzidos pelo trabalho físico) adquire características humanas, psicológicas, e induz o homem à sua compra como forma de reumanizar-se através de bens adquiridos. Surgem, então, novos padrões de consumo e a moda torna-se ícone dos mesmos.

Essa homogeneização do homem público predispôs à impessoalidade, assim, a vida pública converteu-se numa agregação de estranhos. Tem início a busca por diferenciação através do conteúdo “humanizado” existente nos produtos que “personalizam” o indivíduo através da forma de sua composição indumentária: *os novos códigos de moda*.

Para Sennet (1982: 25-50), o isolamento e impessoalidade em meio ao espaço público e a ênfase emergente nas transações psicológicas se complementam. A proteção da vigilância de outrem por meio do isolamento, em relação à esfera pública, é compensada com a exposição supervalorizada para aqueles com quem se deseja fazer contato em eventos sociais variados.

Podemos pensar que essa exposição é caracterizada por máscaras sociais, por meio das quais as pessoas se representam na rua (esfera pública) e muito do que são estas máscaras sociais constituíram-se pela composição indumentária ³/₄ a moda em ascensão. As aparições em público, com seu caráter mistificador, tinham de ser levadas a sério, pois poderiam gerar indícios da pessoa oculta por trás da máscara, ou o “eu” por debaixo da roupa.

Temos como exemplo desta dicotomia entre público e privado a composição indumentária usada na vida pública na era vitoriana, onde o corpo é recoberto, escondido, apertado em roupas escuras que buscam negar e reprimir a sexualidade, em

contraposição às roupas de dormir usadas na mesma época na vida privada, caracterizadas por amplas camisolas claras, confortáveis e que permitem a liberdade do corpo.

Sennett salienta que essas mudanças, sinais gritantes de uma vida pessoal desmedida e de uma vida pública esvaziada, ficaram por muito tempo incubadas, e são resultantes de uma mudança que começou com a queda do Antigo Regime e com a formação de uma nova cultura urbana, secular e capitalista. O autor ressalta:

“O secularismo que surge no século XIX era de um tipo completamente oposto ao do século XVIII. Baseava-se em um código do imanente, de preferência ao transcendente. Sensações imediatas, fatos imediatos, sentimentos imediatos já não tinham que se encaixar em um esquema preexistente para serem entendidos. O imanente, o instante, o fato eram realidade por si mesmos. Os fatos são mais fiáveis que o sistema — ou, melhor dizendo, tornou-se um sistema... Qualquer aspecto visível desta pessoa era de algum modo verdadeiro, porque tangível; de fato, se essa aparência era um mistério, era uma razão a mais para ser levada a sério. Quando uma sociedade se dedica ao princípio de que as coisas têm significações nelas próprias, faz desse modo penetrar um profundo elemento de dúvida sobre si mesma no seu aparato cognitivo, pois qualquer exercício de discriminação poderá ser um equívoco. Fantasias que objetos físicos tinham dimensões psicológicas tornou-se lógico dentro dessa ordem secular.” (SENNETT, 1982: 37)

Quando emergem as questões e preocupações em torno do “eu” em exposição, a psicologia ganha terreno e a vida pública torna-se um espaço onde se tenta desvendar o eu oculto dos anônimos em meio à multidão através de “pistas”, traços, ou até pequenos deslizes que possam revelar a personalidade do indivíduo. Como pequenos detalhes de suas roupas, ou a utilização destes ou daqueles signos de moda.

Se na era anterior à revolução industrial as formas de exposição na vida pública revelavam a posição social ocupada pelo indivíduo, com a roupa sendo um referencial do status social ocupado por uma pessoa, (já que roupa e estilo se ancoravam na lógica da tradição); a partir do século XIX, com a emergência dos estudos psicológicos, em meio às posturas repressivas da era vitoriana, as pessoas passam a acreditar que suas roupas, seus gestos, seus gostos revelam não mais sua origem social, mas sua personalidade. O individual se sobrepõe ao coletivo, assim como a vida privada torna-se mais segura que a vida pública.

A secularização atribuiu todo um novo estatuto simbólico ao indivíduo, uma mistificação das características humanas, que se acredita estarem presentes nos objetos, nas roupas, nos usos e costumes do sujeito. Ela fez com que a imagem, a composição indumentária e os pequenos detalhes da roupa ou dos produtos consumidos,

caracterizassem uma exposição involuntária das emoções, revelando o “eu” que não se expõe abertamente na vida pública.

Essa mistificação em torno da imagem como reveladora da personalidade criou um novo estatuto para a moda, a crença na subjetividade revelada na imagem, na roupa. Com a emergência da problemática do “eu” no século XIX (a exemplo das descobertas de Freud), em decorrência da divisão da vida urbana em esfera pública/esfera privada, o estatuto da moda assume novas dimensões, tornando-se instrumento da busca narcisista por auto-satisfação, personalização e individualização crescente. O indivíduo agora é revestido pela imagem pública, esta imagem construída a partir da moda, que se torna referência do sexo, do prazer, da auto-afirmação e confunde-se com o que significa o indivíduo em si, gerando uma despersonalização dos conteúdos internos deste e a concepção de que as “pessoas são o que vestem” na esfera pública, “as pessoas são sua imagem”.

Podemos dizer que o século XIX foi um momento de ruptura, transformação e adoção de novos valores e referências derivadas do que chamamos de modernidade. O novo se sobrepõe à tradição, o individual sobre o coletivo, o privado sobre o público e adventos como o consumo e a técnica derivados do capitalismo industrial tornam-se símbolos a representar uma nova era. Até o século XIX a sociedade não se orientava pela noção de progresso.

A partir da modernidade, a técnica seduz e influencia instâncias da vida social e cultural através da descoberta da eletricidade, do trem, da fotografia. A arte se volta para a discussão do presente e a industrialização, o avanço técnico e o debate sobre o indivíduo influenciam os artistas da época e os couturiers que emergem na segunda metade do século.

Segundo Breward (1995: 83), as inovações tecnológicas, a reorganização do comércio e a industrialização ocorridas na modernidade geraram mudanças profundas na concepção e expressão de moda na segunda metade do século XIX. A idéia de modernidade $\frac{3}{4}$ simbolizando o futuro, o progresso, o novo $\frac{3}{4}$ motivou a disseminação do gosto pela moda, códigos sociais baseados na hierarquia do poder tradicional cederam lugar ao interesse de consumo da expressão de moda.

Breward analisa, a despeito do psicologismo enfatizado por Sennet (1992), outras razões que converteram o espaço privado em seara protetora e o espaço público ameaçador na vida na urbe: Nos anos 1830, ocorre um *revival* do protestantismo não-conformista na Europa, principalmente na Inglaterra, o que tornou a idéia de

feminilidade associada à casa. Nasce-se na casa, vive-se na casa, morre-se na casa, o que torna a vida doméstica mais valorizada que as ocorrências da esfera pública. Jornalistas da época associam a este advento o aumento das formas góticas em moda nos anos 1840. Contudo, Breward acredita que a mudança de práticas de negócios e o crescimento de uma segregação suburbana física entre casa e trabalho foram também grande influência para esta adoção da vestimenta gótica, simples e austera.

A partir dos anos 1830, a mulher passa a ser responsável pela imagem pública de sua família, esposas tornam-se responsáveis, no lugar de seus maridos, pelas formas expostas em público que expressavam e determinavam o status social. Com isso, questões da sexualidade masculina e feminina são reestruturadas e influenciam novas regras para a vida pública e privada de homens e mulheres.

No século anterior, precisamente de 1780 a 1820, a vestimenta feminina era baseada no estilo neoclássico, com a cintura alta – logo abaixo dos seios – e saias folgadas que, a partir da cintura, desciam até os tornozelos sem definir a silhueta feminina. Em contraposição a certa ‘simplicidade’ e classicismo do traje feminino, a vestimenta masculina atingia o extremo de adorno, colorido e requinte.

Percebe-se que até a modernidade modelos de feição do traje, ainda doutrinados pelas eras de tradição, mantinham-se em voga durante décadas, ao contrário das eras de inovação e efemeridade que caracterizam a moda contemporânea, iniciada na modernidade emergente no século XIX.

Segundo Lipovetsky (1989: 33 – 45), a moda foi um agente de transformação a partir do fim da idade média, ela permitiu que a vaidade humana, o narcisismo e o desejo estético projetassem o homem a subverter a ordem imutável da tradição. Para acompanharmos a idéia traçada por Lipovetsky, associando moda à democracia e liberdade, é necessário a compreensão de que, até antes do século XIV, o traje servia ao domínio da tradição, ao culto de antepassados e não ao valor estético, à sedução.

A busca pelo prazer estético e sexual era exterior à composição indumentária, esta ‘embalagem’ a diferenciar hierarquias sociais. Foi a partir dos séculos XVII e XVIII que a moda consolidou-se como prazer estético, elemento de individualização das aparências, de diferenciação como elemento de ambição e tentativa de mobilidade social, em contraposição à desigualdade imutável infringida aos homens nas eras de tradição.

Se a partir do século XVII, a moda como hedonismo, individualização, prazer frívolo, representação do amor cortês – heterossexual e homossexual – veículo de

exposição da vaidade masculina, projetava o poder masculino através da exuberância, a partir do século XIX a situação se inverte e novos códigos de poder são representados por uma inovação das significações nas vestimentas masculinas e femininas.

Historiadores da época associam a busca pelos prazeres da construção da imagem pública através da moda a uma forma de escapismo, semelhante à consagração das novelas e do amor romântico, uma busca por prazeres individuais que Lipovetsky (1989: 85-110) considera como sendo o corolário da nova relação de si com os outros, do desejo de afirmar uma personalidade própria que se estruturou ao longo da segunda Idade Média nas classes superiores. Individualismo, representação da subjetividade, exaltação da unicidade dos seres e seu complemento: a promoção social dos signos e da diferença pessoal.

Conforme a mulher assume a função de representante do status social de sua família, a casa e as atividades da vida privada aumentam em importância social. Ocorre, neste momento, uma feminização da cultura estética do século XIX, potencializada pela emergência da mídia impressa feminina (as revistas femininas) e a produção e consumo de bens voltados ao universo feminino. Concomitantemente, a moda masculina, em oposição aos séculos anteriores, é renegada a vestimentas bem menos ornamentadas. Vemos neste momento a ocorrência da consagração da vida pública acima descrita por Sennet (1982).

Moda Moderna: Código Urbano

Foi a partir da segunda metade do século XIX que a roupa com expressão de moda tornou-se um fenômeno, um sistema de produção, difusão e consumo inovador e que se manteve por um século. A Alta Costura surge então como uma conjugação entre as belas artes, o rigor técnico e um processo de personalização, da escolha individual, da sedução que torna o corpo objeto de desejo, de paixões, de prazer estético (VINCENT-RICARD, 1986).

Ao mesmo tempo em que a Alta Costura instaura-se sob o signo de uma diferenciação marcada em matéria de técnicas, de preços, de renomes, de objetivos, de acordo com uma sociedade ela própria dividida em classes, com modos de vida e aspirações nitidamente contrastados (LIPOVETSKY, 1989), a confecção industrial opõe-se a ela com uma produção de massa, em série e barata, imitando de perto ou de

longe os modelos prestigiosos e grifes de Alta Costura. Segundo Lipovetsky, a confecção industrial precedeu o aparecimento da Alta Costura.

“Desde os anos 1820, instala-se na França, à imitação da Inglaterra, uma produção de roupas novas, em grande série e baratas, que conhece um verdadeiro impulso depois de 1840, antes mesmo da entrada na era da mecanização com a introdução da máquina de costura por volta de 1860.” (LIPOVETSKY, 1989:71)

As roupas produzidas em série por fábricas, em países como Inglaterra, França e Estados Unidos, já no início do século XX, eram bastante rudes, mal-acabadas, compradas apenas pela grande massa de operários muito pobres, enquanto as classes trabalhadoras que dispunham de mais recursos mandavam confeccionar suas roupas em costureiras que produziam modelos sob medida. A veste usada sobre o corpo definia diferenciação de classes, ao ponto que, inicialmente, a homogeneização da composição indumentária era sinal de pobreza.

Traçando um paralelo entre o surgimento da Alta Costura e o contexto sociocultural em que se encontrava o Ocidente na segunda metade do século XIX, a evolução das cidades em meio à era moderna alterou os estatutos de vida coletiva e de vida íntima, a intimidade tornou-se refúgio, local da exposição das subjetividades e descoberta e valorização do “eu”. A rua enquanto território da vida coletiva torna-se um verdadeiro palco onde as subjetividades são protegidas em função de “personas”, máscaras sociais que valorizam detalhes da personalidade que, exposta em público, pode revelar indícios das subjetividades omitidas.

Todas as formas de utilização de objetos que, acrescidos de traços de humanização, tornassem a imagem pública caracterizada por elementos de uma suposta personalidade, constituíram-se em formas de comunicação de valores possuídos por um indivíduo.

A vida pública é, pois, o palco da Alta Costura no século XIX

Conforme Sennett, a “impersonalidade” constitui-se neste período como um mal moral. Artistas que atuam em público assumem o status de personalidades públicas. As pessoas desenvolveram mecanismos de defesa contra sua própria crença no desvendamento involuntário da personalidade através do que expressavam em sua imagem e palavras e contra a superposição do imaginário privado e público.

Curiosamente, essas defesas levaram as pessoas a elevarem os artistas que atuavam em público ao status peculiar, glamoroso e fantasioso de pessoas públicas que ocupam hoje em dia. Segundo Sennett:

“O ator e o músico ascenderam na escala social muito acima do nível da criadagem onde se encontravam no Antigo Regime. A ascensão social do artista era baseada na ostentação de uma personalidade vigorosa, excitante, moralmente suspeita, inteiramente oposta ao estilo de vida burguesa normal, na qual se evitava, através da supressão dos seus sentimentos, ser lido como pessoa”.(SENNETT, 1982: 43)

No momento em que a imagem pública torna-se um sistema de representação pessoal (por vezes, verdadeira “dramatização”), a categoria “personalidade” ascende a um nível de legitimação do indivíduo frente o social. Ao contrário da “fabricação do corpo” realizada pelos povos primitivos, tem-se a fabricação do indivíduo por meio dos signos estéticos, verdadeiros símbolos que encobrem o corpo, a comunicar atributos de uma dada personalidade. Como forma de controlar a exposição de sentimentos, a expressão involuntária do “self”, ao mesmo tempo em que se tentava mostrar uma personalidade autêntica (todavia respeitosa, “distinta”), havia um aumento sensível do cuidado com os signos que compunham a indumentária.

A partir desse momento, em decorrência das mudanças nos códigos sociais, no comportamento dos cidadãos em vida pública, ocorridas inicialmente no século XIX, os rituais da exposição pública têm como cânone a discrição, a proteção do ‘eu’ em meio à multidão de estranhos. O indivíduo passa a vestir-se com base na impessoalidade, escondendo as pistas que revelam a personalidade e que poderiam resultar na exposição involuntária das subjetividades através do traje. Ele incorpora o despojamento como aparência distinta, a revelar o isolamento daqueles que querem se distinguir da multidão.

A heterogeneidade dos rituais de exposição pública do século XIX, com toaletes marcadamente dessemelhantes entre classes sociais distintas, a expressar a ordem aristocrática cujo princípio de distinção repousava no fausto ostentatório, na exibição do luxo por parte das classes mais abastadas, cedeu lugar a uma forma de exibição pública mais homogênea ao longo do século XX, que rejeita o princípio de exibição majestosa e superior da hierarquia. Como vemos, a partir dos anos 1920, nas criações de Chanel.

A multidão, segundo Sennett, é o modo pelo qual as venais das paixões dos homens são o mais espontaneamente expressas; a multidão é o homem-animal libertado

de suas rédeas. Tal imagem passou a ter um caráter explícito de classe. As pessoas que expressavam seus sentimentos de forma mais explícita eram vistas comumente como Lumpen-Proletariat, as subclasses ou os desajustados sociais. Chamar a atenção em público, por meio de palavras, gestos ou traje, tornou-se, pois, coisa de classes inferiores, de pessoas sem refinamento, do proletariado sem cultura nem elegância, ou, de certa forma, de artistas, cuja atitude de exposição pública, por si só, já fazia com que lhes fosse atribuído um caráter suspeito, imoral, perigoso, dotado de uma liberdade ('sem rédeas') que ao mesmo tempo fascinava e amedrontava e, independentemente de seu nível financeiro, lhes relegava ao patamar da marginalidade social.

Conforme Lipovetsky (1989), a alteridade social, longe de ser supersignificada no traje, torna-se então oculta em razão da decadência dos signos da suntuosidade ostensiva. O luxo permaneceu sob outros contornos, como signo de bom gosto e refinamento na Alta Costura. Todavia, a simplicidade como forma de distinção não significou uniformização ou igualação do parecer; novos signos de distinção tomaram o lugar do luxo ostentatório, como a comodidade, a discrição.

As diferenças sutis ou, conforme Lipovetsky, 'diferenciações marginais', tornaram-se o referencial de alteridade social. O apelo da composição indumentária a partir do século XX não eliminou os signos da posição social; todavia atenuou-os, promovendo pontos de referência que valorizam sobremaneira os atributos mais pessoais, os quais se encontram menos no traje que no corpo, este, consagrado como o novo parâmetro da moda.

Com a entrada das mulheres no mercado de trabalho e na prática de diversas atividades, outrora territórios de domínio exclusivamente masculino — como os esportes — as práticas desenvolvidas pelo corpo suscitaram uma adequação do traje, ao mesmo tempo em que a imagem da mulher se desunificou, em decorrência dos novos papéis sociais por ela desempenhados a partir do século XIX.

Conclusão

Acompanhando a inserção do indivíduo na cosmologia da moderna urbe, a moda recriou os novos universos por ele adentrados, pela criação de imagens destes novos papéis, tal qual a figura feminina e as novas atividades a que se dedicava na forma de "personagens" definidos pela composição indumentária a eles adequada, como: a tenista (e o traje esporte), a motorista de automóvel, a aviadora (e os trajes militares), a

desbravadora do deserto (e o traje cáqui), a amazona (e as calças com culote), entre tantos outros estilos de indumentária que se tornaram referência para a criação de moda.

Vemos, portanto, que a moda a partir do século XIX tornou-se uma extensão do *ethos* social na moderna urbe. Através da sucessão de estilos de roupa gerados ao longo do século, podemos “ler” a realidade social e o universo cultural das gerações que se seguiram no decurso do mesmo. Isso é possível porque a roupa, na categoria de composição indumentária, é composta em sua forma e significado por símbolos que representam a evolução das sociedades. Por ela podemos observar as mudanças ocorridas nos papéis sociais, na vida pública e privada dos indivíduos, assim como perceber a importância adquirida pelo corpo e sua ornamentação nas sociedades complexas, sobretudo a partir do contexto social do século XIX, estendendo-se ao longo do século XX e chegando até o presente século XXI.

Referências Bibliográficas:

- BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo, Perspectiva, 1997.
- BARNARD, Michael. *Fashion as Communication*. London, Routledge, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. “*Le couturier et as griffe*”: *contribution à une théorie de la magie*. *Actes de la recherche en sciences sociales*. Paris, 1975.
- BREWARD, Christopher. *The Culture of Fashion*. Manchester, Manchester University Press, 1995.
- CANEVACCI, Massimo. *Cultura eXtrema, Mutazione Giovanili tra i corpi delle metropoli*. Roma. Meltemi editore. 1999
- FREYRE, Gilberto. *Modos de Homem e Modas de Mulher*. Rio de Janeiro, Editora Record, 1996.
- GIDDENS, Antony. *As Consequências da Modernidade*. São Paulo, Editora da UNESP, 1992
- HOLLANDER, Anne. *O Sexo e as Roupas, A evolução do traje moderno*. Rio de Janeiro, Rocco. 1996
- KOHLER, Carl. *A História do Vestuário*. São Paulo, Martins Fontes, 2001.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.
- LURIE, Alison. *A Linguagem das Roupas*. Rio de Janeiro, ed Rocco, 1997
- OLALQUIAGA, Celeste. *Megalópolis, Contemporary Cultural Sensibilities*. University of Minnesota Press, Mineápolis, London, 1992.
- PERNIOLA, Mario. *Il sex appeal dell'inorganico*. Totino, Einaudi, 1994.

- RIESMAN, David. *A Multidão Solitária*. São Paulo, Ed. Perspectiva, 1985.
- SENNET, Richard. *O Declínio do Homem Público. As Tirantias da Intimidade*. São Paulo. Companhia das Letras, 1982.
- SIMMEL, George. “A metrópole e a Vida Mental” (1902) in VELHO, Gilberto. *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro, Zahar. 1967.
- VILLAÇA, Nízia e GÓES, Fred. *Em Nome do Corpo*. Rio de Janeiro, Rocco. 1998.
- VINCENT-RICARD, Françoise. *As Espirais da Moda*. Rio de Janeiro, Paz e Terra. 1989.
- WILSON, Elizabeth. *Enfeitada de Sonhos, Moda & Modernidade*. Lisboa, Edições 70, 1986.

ⁱ Artigo baseado em pesquisa realizada para tese de doutorado na ECA – USP, em convênio com a Central Saint Martin's School of Fashion (Londres) e Università La Sapienza (Roma) com auxílio de bolsa de Doutorado Sanduíche da FAPESP. **Agradecimentos:** À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, instituição financiadora desta pesquisa.

ⁱⁱ Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo em convênio com a Central Saint Martin's School of Fashion and Design e a Università La Sapienza (com bolsa de doutorado da FAPESP) (2003). Mestre em Ciências da Comunicação com ênfase em Publicidade e Marketing pela Universidade de São Paulo (1998). Atualmente é professora conferencista da Universidade Estadual de Campinas, docente horista, professor horista da Universidade Anhembi Morumbi e do Instituto Europeu de Design (IED). Pesquisadora co-associada do Observatório de Sinais, especialista em etnografia do consumo e antropologia empresarial. E-mail: brandie@ajato.com.br

ⁱⁱⁱBreward foi entrevistado para esta pesquisa em 28/09/2001