

Memória e moda:

negociando sentidos no Rio de Janeiro
de Pereira Passos

Memory and fashion: negotiating
senses in Rio de Janeiro by Pereira
Passos

LUCIANA ANDRZEJEWSKI

Historiadora, mestre em Memória Social – UNIRIO
luciana@luwski.com.br

RESUMO: O século XX, no ocidente capitalista, foi marcado pelo visual. As artes e a lógica produtiva e mercadológica utilizaram-se intensamente desta linguagem. O visual orientou comportamentos, sentidos e permitiram a diferenciação social. A moda e as modas não falaram apenas para as necessidades utilitárias do vestuário ou de suas expressões, elas remeteram ao visual como forma de comunicação e de produção de representações sociais. A moda, deste Rio de Janeiro, é considerada como comportamento, atitude e linguagem social. A moda se encontra em todos os registros sobre a cidade e o comportamento confunde-se com a produção de um estilo de vida. Na verdade, no Rio de Janeiro, a palavra moda é sempre marcada pela ideia de um tempo preciso e de uma pluralidade inevitável.

PALAVRAS-CHAVE: Rio de Janeiro. Memória. Moda.

ABSTRACT: The 20th century, in the capitalist west, was marked by the visual. The arts and the productive and marketing logic used this language intensely. The visual guided behaviors, senses and allowed social differentiation. Fashion and fashions did not speak only for the utilitarian needs of clothing or expressions of language, they referred to the visual as a form of language and the production of social representations. Fashion in Rio de Janeiro is considered to be behavior, attitude and social language. Fashion is found in all records about the city and behavior is confused with the production of a lifestyle. In fact, in Rio de Janeiro, the word fashion is always marked by the idea of a precise time and an inevitable plurality.

KEYWORDS: Rio de Janeiro. Memory. Fashion.

Não é de hoje que a fotografia, é um recurso para análise de comportamento, práticas e ritos. Com elas somos capazes de contemplar não somente o ângulo estabelecido por aquele que capturou tal imagem e direciona o nosso olhar, como também, podemos identificar na espacialidade do objeto fotografado, infinitas informações que não estão explícitas e não se encerram nas dimensões da própria foto, como Barthes (2018) esclarece: “Seja o que for o que ela dê a ver e qualquer que seja a maneira, uma foto é sempre invisível: não é o que vemos”.

Dentro do contexto das imagens o foco principal desse texto, tem a moda¹ como elemento irradiador e potencializador de uma comunicação não verbal para conseguir, em parte, o objetivo de mostrar uma certa “europeização” da cidade. O período em questão se trata do Rio de Janeiro do início do século passado, mais precisamente aos anos que seguem a construção e inauguração da Avenida Central (1902-1909). A pesquisa teve como objeto de investigação a moda na produção da memória social, que explicitou a existência de diferentes formas de ser, compreender, sentir e de estar na sociedade. Uma vestimenta que se relacionou na produção de uma nova conformação societária, estética e cultural; que revelou a existência de modos de produção e de distinção social. Um costume que mostrou uma outra configuração de produzir, veicular e contar uma história.

A moda como demonstração de poder e status transforma a roupa num símbolo de comunicação contendo palavras e signos próprios. A proposta deste estudo foi demonstrar pela aparência (observando as imagens de Augusto Malta e o discurso de Figueiredo Pimentel – na coluna o Binóculo)² memórias da vida cotidiana das classes dominantes, sendo a vestimenta uma das formas material de representar os acontecimentos que marcaram as transformações da Capital e o imaginário social de uma época.

A moda, neste caso não falou a respeito somente dos trajes e elementos que compunham e se repetiam no uso contínuo, tratou-se de roupas que veiculavam e produziam diferentes sentidos, expectativas, efeitos simbólicos e comportamentais. Iniciar um estudo com ênfase na cidade do Rio de Janeiro na primeira década do século XX faz refletir sobre várias questões envolvidas sobre o comportamento humano e as relações com o contexto. A fotografia, neste caso, foi o recurso utilizado para captar através de imagens a relação da nova estética do vestir e flunar pela cidade inserida em conjunto com a nova arquitetura que compunha o cenário perfeito para as representações sociais.

As novas formas comportamentais divulgadas pela imprensa através dos textos, das ilustrações, charges e fotografias foram variáveis im-

portantes na adequação desse almejado jeito de ser. Regenerar a cidade foi um dos recursos utilizados pelo governo para aflorar o desejo de um “gosto” mais adequado com a perspectiva de uma cidade civilizada. Por essas razões que o estudo desse objeto se torna válido, pois gera a compreensão do modo de agir e pensar da sociedade em questão. A moda segue os preceitos morais, econômicos, políticos, religiosos e tecnológicos, como um parâmetro social em sintonia com as aspirações de cada época – Está intimamente ligada à história do homem.

A partir das análises em periódicos, de grande circulação da época, como a *Fon Fon*, *Gazeta de Notícias*, *O Brazil Elegante* e o *Jornal do Brasil* entre os anos de 1889 a 1914, foi possível reestruturar juntamente com os dados textuais dos livros e artigos, acervos fotográficos, mapotecas, reserva técnica, uma reflexão da sociedade da dita *Belle Époque* carioca. Neste sentido, o papel e as representações sobre o Rio de Janeiro como lugar de memória (NORA, 1996) ganha destaque. Esses fragmentos de memórias foram um dos principais pontos de partida na elaboração deste trabalho.

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

O Rio de Janeiro mais que um espaço geográfico, social e político administrativo onde situava-se o centro do poder, era também o espaço do imaginário e das diferentes representações sociais sobre o urbano e o modelo social importado dos centros do capitalismo. Possuía um ideal evidente nos diferentes discursos, uma cidade imaginada por poetas, escritores, compositores, artistas plásticos, políticos, intelectuais. Tratava-se de um espaço perfeito na produção de uma alternativa de mudança. Por outro lado, existiam outras realidades que não se adequavam ao discurso vigente, que foram desconsideradas ou secundarizadas, essas classes mais populares reagiram e tornaram os planos de idealização aos padrões europeus, distantes de concretizarem em sua totalidade, porque não adiantava, tentar apagar, destruir ou remodelar a cidade, pois mesmo quando renovada os vestígios do antigo ainda se faziam presentes nos espaços modelados para receber o novo e o belo, por isso não podemos falar em “*Belle Époque*” conforme imaginada pela elite carioca.

Começar a refletir sobre as mudanças do hábito, na burguesia urbana, pressupõem um conjunto de acontecimentos que irão gerar tal situação. Primeiro nas novas construções iniciadas com as reformas urbanísticas pretensiosamente de gosto parisiense exprimiam uma identificação, e mais do que isso, um afastamento da cultura local. A linguagem arquitetônica também é uma forma de expressar o espírito do tempo, tal como é para a moda, que são “as unidades básicas [...] como vemos, as mesmas das demais artes do espaço, e por isso é possível que, independente da vida efêmera e dos objetivos mais imediatos, se ligue de alguma maneira às correntes estéticas de seu tempo. Principalmente à arquitetura e à pintura”. (SOUZA, 1987, p. 34).

Tais conexões, já tinham sido efetuadas na extravagância das novas arquiteturas, estabelecidas com a Revolução Industrial, onde encontramos traduzidas nas roupas masculinas, os temas invariáveis do industrialismo (abóbadas, túneis e etc.), imprimiram no subconsciente e o homem se tornou cilíndrico, com suas calças, cartola e sobrecasaca. A arquitetura afetou a roupa, as roupas modificaram a anatomia.

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

O capitalismo começa a se preocupar predominantemente com a produção de signos e imagens, e não mais com as mercadorias propriamente ditas. A moda, imersa neste sistema é o campo ideal para conter esta multiplicação de signos e imagens; mas deve-se ter o cuidado em inseri-los paradoxalmente, num sistema simbólico. Estes signos e imagens apesar de serem voláteis e efêmeros não meras são representações e muito menos estruturas ocas e vazias que desprezariam o conteúdo. A compreensão que a memória é uma construção social, uma construção através da organização das percepções e experiências que encontra na moda um aliado que produz um cronograma e permite a compreensão da expressão de uma hierarquia entre os indivíduos. A moda produz um processo de identificação de data e ela permite a manifestação de um contexto.

Cronologia da mudança

A ideia de uma ação no espaço urbano, estava presente desde a segunda metade do século XIX, mas seus governantes preocuparam-se prin-

principalmente em solucionar os problemas de circulação e saneamento e o Governo Imperial não estava interessado em gastar grandes fortunas nas áreas urbanas, pois estavam ligados, essencialmente ao comércio de base rural.

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

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

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

O modelo inspirado, para a transformação do espaço urbano Central, é a Paris de Napoleão III, após as reformas comandadas pelo barão Haussmann, que é a Paris do século XIX. Este modelo acaba influenciando outras capitais, sendo o “haussmannianismo” atribuído a um valor quase tipológi-

co. De “modelo” passou a ser quase receita urbanística para as transformações das capitais.

Mais tudo isso não bastava, era preciso um outro tipo de reforma, para que o Rio pudesse em definitivo caminhar para a europeização que tanto queriam, seus governantes – precisava acima de tudo do “saneamento social”, onde velhos hábitos não combinavam, com a nova estrutura que se pretendia realizar no Centro, “era preciso tirar os pobres das ruas e escondê-los, pois eles não combinavam com as calçadas novas e limpas” (SEVCENKO, 1998, p.33), o novo circuito europeizado, visível do carioca, onde era dispensável, nas ruas, qualquer contato visual com o pobre, para que não maculasse a imagem cosmopolita da cidade.

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

As charges foram recursos bastante utilizados como propagadoras de ideias que remetia ao passado todo o aspecto negativo. A figura a seguir demonstra exatamente essa relação do antes com o depois.

FIGURA 1: “As diferentes fases da Avenida”, agosto de 1903.



A representação dessas três figuras colocando-as lado a lado, sugere o modelo didático de visão maniqueísta, pois assim evidenciam-se mais claramente os aspectos “negativos” e “positivos” em relação ao antes e depois. Mais uma vez a aparência é utilizada para comunicar um novo padrão estético que se pretende para a cidade, através das formas femininas e vestimentares. A todo momento podemos perceber esse tipo de manifestação que visava construir em conjunto com as reformas urbanísticas a formação mental e material da capital. O modelo da tríade é o mais utilizado pelo seu próprio caráter de comparação, que segundo Davallon (1999) é um tipo de proposta imagética, uma “potência perceptiva que perdura, enquanto as significações se perdem”.

O planejamento da cidade, pelos republicanos, induziu a burguesia a representar papéis num palco improvisado pelo cenário arquitetural. Os indivíduos exibiam-se nos novos espaços públicos, simulando um *status* e ostentando uma situação econômica, que nem sempre correspondiam as suas reais condições. Na aparência, as práticas das reformas, buscaram conferir ao novo espaço uma característica mais homogênea isolando-a do restante da cidade, criando um microcosmo de representação e ideal civilizado. As charges nos ajudam a compreender a linguagem crítica da época, o papel delas é de acentuar as diferenças.

Na próxima charge, mais uma vez podemos perceber a representação feminina como forma de enaltecer as obras da prefeitura. As ruas que tiveram o “privilegio” das reformas, aparecem em condições destacadas, vestindo roupas que traduziam a elegância e o bom gosto reverenciados e condizentes com os novos tempos. Mais uma vez a comparação se faz presente ao estabelecer que somente as ruas mais centrais foram “beneficiadas”, as outras, ao redor, permaneceram como eram antes das reformulações urbanísticas.

FIGURA 2: “Curioso contraste: ahi estão cinco filhas da mesma mãe (Prefeituras!!!! Acreditam?), pois isso quer dizer que até para as ruas há ironia da sorte!” BN, 03/04/1910.



A analogia que procuro fazer em especial nesta charge, são com as ruas representadas pelas formas e principalmente pela indumentária feminina traduzindo de maneira clara o que ocorreu nos bastidores das reformas urbanísticas do início do século passado, ou seja, o afastamento e a segmentação das classes menos abastadas do centro da representação

máxima do capitalismo, da cosmopolitização e dos olhares de investidores estrangeiros.

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

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

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

A Roupas perfeita

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

Gilda de Mello e Souza, foi uma das primeiras estudiosas a abordar o tema, em 1950, quando recebeu o grau de doutora em ciências sociais com a tese *A moda no século XIX*, publicada em 1952 na Revista do Museu Paulista, para a autora do Espírito das Roupas “as mudanças da moda dependem da cultura e dos ideais de uma época. Sob a rígida organização das sociedades,

fluem anseios psíquicos subterrâneos de que a moda pressente a direção” (SOUZA, 1987, P. 25). Gilberto Freyre, em *Modos de homem e modas de mulher* (1997), também confirma que o espaço urbano e o meio influência diretamente as nossas escolhas: “A moda e sua influência sobre os seres humanos, podem ir além de usos ou modos, ao mesmo tempo, pessoais e sociais podem tornar-se modas de pensar, de sentir, de crer, de imaginar, e, assim subjetivas, influírem sobre as demais modas: sobre maneiras pessoais e gerais de indivíduos e grupos seguirem modas concretas”.

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

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

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

As fotografias de Augusto Malta, permitem observarmos como os usuários utilizavam as ruas para exibirem seus trajes elegantes, ignorando as calçadas como local especificamente destinadas aos pedestres, como Lima (2000) esclarece: “Caminhavam pessoas em ritmo desacelerado, admirando a arquitetura dos monumentos que ladeavam a Avenida Central”.

FIGURA 3: Trecho Av. Central, sem data.



FIGURA 4: Av. Central, 07/10/1906.



Observamos que o embelezamento dos espaços urbanos tem o seu sentido alterado com as mudanças das reestruturações dos códigos comportamentais e vestimentares, reafirmados pelos jornalistas que procuravam orientar, influenciar e ditar como as pessoas tinham que agir e vestir, até mesmo por decreto de lei que criava a “obrigatoriedade do uso de paletó e sapatos para todas as pessoas, sem distinção”, o objetivo do regulamento era pôr “termo à vergonha e à imundice injustificáveis dos em mangas-de-camisa e descalços nas ruas da cidade”. (SEVCENKO 1999, p. 33).

Um exemplo claro de como os jornalistas procuravam sugerir padrões sobre os gostos, encontra-se na *Liga Contra o Feio*, escrita por Luiz Edmundo e publicada na coluna de D. Picollino, na *Fon-Fon* de 1908:

Tiveste, meu caro amigo, uma idéia genial, uma idea que só podia brotar no cerebro de um poeta: a Liga Contra o Feio. Batto palmas a tua iniciativa, á tua campanha contra tudo que enfeiá a cidade e a civilização dos cariocas. Quanta consa hedionda há ainda por ahi, apesar da abertura das amplas Avenidas e dos palácios em construcção! Os imundos Kiosques, retalhistas de aguardente; os trottoirs em-pandarecos da anti-sala do Rio, a rua do Ouvidor, os mictorios prehistoricos agarrados as paredes das casas e ate de igrejas; as roupas estendidas nas janellas dos prédios carros; os infectos cortiços que tem pretencões á Boulevard Saint Germain; o pessoal de pé descalço e camisa aberta sobre a moita de cabellos no peito, emfim uma serie ainda bem grande de cousas do tempo do onça, constratando singularmente com a preocupação do luxo e elegancia que tem-se notado nestes ultimos annos. A tua idea foi recebida com entusiasmo pelos jornalistas ultra-modernos, raffinés, protocollarios do Bom tom, e da nota chic. A Liga recebeu as adhesões dos amantes do Bello, lançou-se aos quatro ventos da publicidade os desígnios da nova crusada e... em todos os jornaes appareceram longos e pesarosos artigos sobre o que? Sobre a mudança do Mercado, sobre o abandono daquelle foco de immunicie que era a antiguiíssima praça! A Liga Contra o Feio, derramando lágrimas pungidas de saudades, pela mudança do quartel da alimentação, sujo e lobrego, para a nova installação, folgada, arejada, banhada de luz e sadia! Que estréa extravagante!

O poder público só consegue implementar decretos ou leis para a padronização do vestir de forma adequada em um determinado espaço, porque certos grupos sociais acatam e aceitam tais regulamentações, existe um

acordo inconsciente, uma conformidade socialmente construída onde esses grupos “escolhidos” demonstram nesse novo espaço social todo o seu bom gosto e sofisticação. Os registros fotográficos em colunas como *Os Nossos Instantaneos*, *Rio em Flagrante* ou *Binóculo*, confirmam as mudanças ocorridas reforçando a dialética própria que alimenta o sistema capitalista.

O espaço imaginário e o papel dos cronistas

A Avenida Central foi o novo circuito europeizado do carioca, onde criou-se o hábito do fluir, o passeio nas calçadas novas e limpas, as modas e modos das camadas médias urbanas e a utilização da forma de vestir como demonstração de poder e *status*.

Figueiredo Pimentel autor da frase “O Rio civiliza-se” (1908) foi um dos mais marcantes representantes desse discurso, que garantia agora não mais a manutenção de um modo de ser, mas através da sua coluna na *Gazeta de Notícias* ele ditava as novas regras comportamentais e de vestimenta para a nata da sociedade do Rio de Janeiro:

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

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

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

As colunas que tratavam sobre costumes e as fotos escolhidas eram as formas didáticas de educarem os seus leitores, a fim de introduzi-los a um novo jeito de ser comparável com o novo ambiente cosmopolita que a cidade adquirirá.

Tanto a moda, como as novas construções foram os recursos utilizados no apagamento das memórias anteriores. A mudança não seria um mo-

vimento ou um processo histórico, mas uma fatalidade ou condenação que moveria a história. A moda não é uma relação pacífica ou um compromisso em acatar o que existia, trata-se de uma produção permanente de tensão relacional e simbólica, ao subverter com a estética, novos materiais e processos produtivos a opressão do costume antigo.

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 indumentária no ocidente, tendências alcancem a hegemonia cultural, simbólica e material.

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 ela e as fotografias que a apresentam — como vestimenta, principalmente — não deixam de estabelecer uma relação entre o belo, o novo e o espaço urbano.

Paradoxos contemporâneos

Uma conclusão possível deste breve estudo, permite afirmar que a moda faz política quando passa a ser um dos recursos de organização e direcionamento do gosto, de confirmações de padrões estéticos. Comprova que possui uma linguagem própria, quando utilizam para reforçar uma ideia — modernização da cidade (um boulevard ao estilo de Paris), pois o gosto pela mudança e pelo novo é próprio dela. Ela encaminha nas subjetividades e nas relações comportamentais e sociais a consolidação por uma determinada consciência estética. Simultaneamente com o discurso das reformas urbanísticas, garantiu a continuidade dos interesses, as estratégias, as alianças e o fortalecimento do Estado e das instituições no controle, na disciplina e na hierarquização da sociedade.

Em certo sentido, podemos afirmar que a moda é um tema permanente, não pauta o veículo, mas ele não escapa do encantamento que ela produz. Os jornais e revistas permitiram que o vestir se transformasse numa expressão capaz de produzir identidades sociais, como identidade produziu

a crença no pertencimento, na legitimidade da diferença e na crença do que é específico e diferente, tornando possível o reconhecimento entre os indivíduos e grupos sociais.

Como comunicação forja relações, expectativas e comportamentos, interfere nas formas de ver e se expressar. A história encontra na moda uma linguagem distintiva e significativa que traduz expectativas e disputas fundamentais para a existência do indivíduo ou do grupo social. Ela é estruturadora de memória social quando identifica e qualifica os envolvidos.

A moda e os hábitos que ela cultiva são imposições de um sistema de distinção e prestígio social, ela remete à ideia de relações sociais, de partilhar comportamentos e de identidade social. As leis da memória estão sujeitas às leis mais abrangentes do hábito. Este é o acordo efetuado entre o indivíduo e suas próprias excentricidades orgânicas. Segundo Samuel Beckett “A vida é uma sucessão de hábitos, posto que o indivíduo é uma sucessão de indivíduos” (BECKETT, 2003, p.17).

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

O esnobismo, o desejo de parecer rico, o gosto de brilhar, a busca da distinção social pelos signos demonstrativos, tudo isso, parece estar longe de ter sido enterrado pelos últimos desenvolvimentos da cultura mercantil.

Notes

1 Apresentamos a moda como processo cultural e social, como componente capaz de traduzir de forma mais clara e rápida os fenômenos comportamentais e de distinção. O uso constante da palavra se faz necessário por se tratar de conceitos inerentes a ela, onde sinônimos do tipo (trajes, aparência, costumes, indumentária, vestimenta, roupas ou gosto) não atenderiam ao seu significado.

2 Figueiredo Pimentel autor da frase “O Rio civiliza-se”, foi um dos mais marcantes representantes do discurso, que garantia não só a manutenção de um modo de ser, mas através da sua coluna na Gazeta de Notícias ele ditava as novas regras comportamentais e de vestimenta para a nata da sociedade carioca. O estilo chamado “*grand monde*” que enchia a rua do Ouvidor, com o luxo de sua frivolidade e o que o Binóculo chamava de civilização. A Batalha das Flores, O *five o'clock tea*, os Corsos, o *Footing* do Flamengo, a Exposição Canina, os *Ladies' Club*, são algumas das influências deste cronista nas mudanças comportamentais dessas camadas, ajustando todas, ao padrão internacional (Paris). O “estar na moda”, neste caso, estende-se, não só ao vestuário, mas também à decoração da própria casa, do próprio ambiente de trabalho, à organização da própria vida, à adoção de determinados usos e costumes. As revistas da época, como a *Fon-Fon* (1907), com a seção: “Nossos Instantaneos”, utilizaria de outro instrumental revolucionário: a fotografia, representando através do “olho mecânico”, o ideal de comportamento daquela sociedade. A fotografia comprovava o que a imprensa veiculava e testemunhava o acontecimento, atestava a importância e a veracidade da informação. Esta seção da *Fon-Fon*, tinha como destaque as fotografias das pessoas da “boa sociedade” e o seu dia a dia, frequentando as lojas da “Uruguayana”, ou saindo da igreja, almoços, festas, eventos, cafés, descrevendo as roupas, cores, chapéus e tecidos, como forma de direcionar o olhar das leitoras. As imagens de exemplos femininos “corretos” que ocupavam páginas inteiras vinham ao encontro do

que se escrevia a respeito da elegância, padrões comportamentais e estéticos, nas principais colunas, dos principais periódicos, dedicados as mulheres das classes mais abastadas. O que isso significa, nas entrelinhas é a presença e marca do Estado regulamentando e atestando a nova circularidade do poder. No caso deste estudo pudemos contar com a coluna de Figueiredo Pimentel, como também com o olhar treinado de Augusto Malta para fotografar os embelezamentos das reformas de Pereira Passos. Assim foi possível identificar, como os cronistas e intelectuais da época, são em conjunto com o governo propagadores de comportamentos e hábitos que eram preciso para a transformação não só materiais mais também no campo das mentalidades. Serviam como porta-vozes de uma postura que representaria o modo de ser adequado ao novo espaço urbano. As fotografias de Augusto Malta, permitiram que observássemos o cotidiano urbano e como os cariocas se preocupavam com a própria imagem, por isso a identificação e assimilação de seus papéis, cada qual definido como roteiro para suas próprias vidas públicas.

Referências bibliográficas

- ANDRZEJEWSKI, Luciana Quintanilha. **Moda na Belle Époque**: o papel sociocultural da indumentária como forma expressiva de comunicação no Rio de Janeiro de Pereira Passos. (2006. 145). Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 07/04/2006.
- ARQUIVO GERAL DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO (AGCRJ). **Iconografias**, Rio de Janeiro: AGCRJ, 2000.
- _____. “O Rio da bela época”. In: Carlos Maul, Rio de Janeiro: AGCRJ, 2001, p. 25.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2018, pp. 17-31.
- BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). **Binóculo**. Rio de Janeiro, 2002. Localização – PRC-SPR 61, 1908 [01 jan. a 31 mar.].
- _____. **Fon-Fon!**. Rio de Janeiro, 2005. Localização – PR-SPR 131, Ano/Vol: II, jan.

a dez. 1908; Ano II, n. 41 “Fuffy Ruffles” [18 janeiro 1908].

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

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

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

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

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

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

BENJAMIN, Walter. “O Narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e**

técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994, pp. 197-221.

BERTOLLI, Cláudio F. “Mulheres e perfumes: uma questão médica”. In: 8a. Reunião a Sociedade Brasileira de Pesquisa Histórica.

São Paulo. **Anais...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Pesquisa Histórica, 1988, pp. 198-207.

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

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

LIMA, Evelyn Furquim Werneck.

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

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

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

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

Recebido em: 21/05/2020

Aprovado em: 18/07/2020