

## **A moda feminina ocidental na literatura do século XIX**

*Western women's fashion in 19<sup>th</sup> century literature*

### **Isabel Alverga-Wyler de Nonno**

Pós-graduada em Design de Moda pela Faculdade SENAI/CETIQT.

### **Dr. Pedro Duarte de Andrade**

Professor adjunto do Departamento de Filosofia e Ciências Sociais da UNIRIO (Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro). Professor orientador.

---

### **Resumo**

É noção corrente que o fenômeno da moda replicada nos países do ocidente, seguindo uma tendência geral, tal como o conhecemos, surge no século XX, quando se torna evidente, não só nas ruas, como nos escritos teóricos. A observação da literatura do século XIX, no entanto, mostra o contrário. Paris e Londres ditavam a moda que regia os grandes centros de todo o mundo, onde a burguesia endinheirada, ávida consumidora, imitava fielmente o que via nos *magasins* europeus ou nos jornais femininos. A presença da moda era tão forte que permeava os grandes romances da época, gênero de leitura favorita das mulheres. Ler Gustave Flaubert ou Machado de Assis é perceber como a moda era importante definidora social e cultural. E como é ferramenta imprescindível na construção de personagens.

**Palavras-chave:** Moda. Propagação. Consumo. Mulheres. Literatura.

### **Abstract**

*It is common knowledge that the notion of internationalized fashion emerges with the 20<sup>th</sup> century when it becomes discernible not only in the streets, but also in theory. The examination of the literature of the 19<sup>th</sup> century, however, shows the opposite. Paris and London would dictate the fashion of all other capitals of the world, where the enriched bourgeoisie, great consumer, would imitate what was seen in European magasins. The presence of fashion was so strong as to penetrate the great novels of the time, the favorite genre among women readers. Read Gustave Flaubert or Machado de Assis is to realize how important fashion was as social and cultural definer. And what a indispensable tool for writers to build their characters.*

**Keywords:** Fashion. Propagation. Consumption. Women. Literature.

## **1 Introdução**

A moda ocupa, atualmente, um espaço que antes seria impensável ver associado a ela. As discussões que suscita no meio acadêmico seriam inconcebíveis antes das anotações de Walter Benjamin, nas primeiras décadas do século XX. Isso leva muitos teóricos a

concluírem que a moda, tal como vemos na contemporaneidade, é um fenômeno que se evidencia apenas no século passado, ou, em retrospecto, no final do século XIX, época em que a fetichização da mercadoria e o impulso consumista, bem como a determinante expansão do comércio, com a utilização de técnicas de merchandising, foram efetivamente registrados.

Para certos teóricos da literatura e das ciências sociais, no entanto, como Werner Sombart ou Valerie Steele, o consumista e tudo que é a ele ligado se configura bem antes. No livro *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*, por exemplo, Colin Campbell mostra que a expansão dos mecanismos que hoje vinculamos à moda pode ser detectada pela primeira vez na Inglaterra do século XVIII, ao mesmo tempo em que se captava a ascensão de um gênero literário de extrema popularidade: o romance. Indo por essa vertente, seria natural que um pesquisador de moda buscasse a literatura para entender o fenômeno que hoje movimentava cifras milionárias. Através da comparação e contextualização de algumas leituras, na moldura histórica de suas épocas, é possível encontrar subsídios para embasar uma construção do feminino, fundamental para que a moda tenha a força que tem. Além disso, a literatura permite estabelecer a vocação para a internacionalização que é característica da moda. Antonio Candido em *Formação da literatura brasileira* define literatura como um “sistema de obras ligadas por denominadores comuns”, que pressupõe a existência de produtores literários, de receptores e um mecanismo transmissor, que “liga uns aos outros”. Esse sistema seria “simbólico” e, por meio dele, “as veleidades mais profundas do indivíduo” se transformariam em “elementos de contato entre os homens, e de interpretação das diferentes esferas da realidade” (CANDIDO, 1993, p. 23-25). Tania Carvalhal, por sua vez, explica a literatura comparada como instrumental que permite “interrogar os textos literários, concebendo-os não como sistemas fechados”, mas promovendo a “sua interação com outros textos, literários ou não” (CARVALHAL, 1991, p. 13). É o que escolhe fazer Gilda Mello e Souza (2005) em *O espírito das roupas – a moda no século dezenove*, quando empreende uma visita a autores como Marcel Proust, Balzac e José de Alencar para neles colher descrições de figurinos e roupas que repiquem as mudanças sociais que a fotografia aponta.

A ideia da moda como linguagem e sua aproximação com a literatura estão contidas, também, no estudo de Roland Barthes intitulado *Sistema da Moda*. Partindo da premissa que moda e literatura têm semelhanças, a mais forte delas, uma “técnica” que transforma o “objeto em linguagem”, Barthes estabelece a diferença entre as duas. Na literatura, a descrição “apoia-se num objeto escondido” que se tornará real a partir de sua leitura; na moda, o objeto que surge ante os olhos do leitor parece mais “concreto”, embora só parcialmente o seja, na medida em que ele está falando de ilustrações e fotografias em revistas femininas. São também diferentes as reações do leitor ante os objetos “descritos”. Quando vê o retrato, o observador “dispensa a compra”, pois a imagem o sacia. Quando lê a descrição da peça de vestuário, a reação é diversa. A palavra “liberta o vestuário de qualquer atualidade corporal” e, como consequência da ação, “o vestuário escrito”, por sua vez, “leva à compra” (BARTHES, 1999, p. 24-25). Uma vez que a literatura é um sistema adequado a interpretar os anseios do homem de

uma dada época, e adequado, até, a interpretar a própria época; uma vez que a moda, por sua vez, é um elemento inserido na existência desse homem e expresso claramente na literatura, através do recurso descritivo, nada mais natural que utilizar um sistema (a literatura) para melhor entender o outro (a moda). *Ler*, portanto, a moda, através de manifestações literárias.

No universo vasto da moda expressa na literatura, escolhemos fazer um recorte na segunda metade do final do século XIX, quando o estilo literário privilegiou a descrição e o naturalismo. Dentro da produção do período, preferimos nos ater à representação da moda feminina, mesmo enfrentando a maior exuberância empregada nas descrições de roupas masculinas. Como prova Walter Benjamin ao longo de *Passagens*, seria impossível pensar em moda *fin de siècle* sem pensar em Paris, referência para todo o mundo, a primeira cidade a ter um tipo de estabelecimento que viria a ser a catedral da moda para as mulheres - o *grand magasin*. Partindo da premissa que essa situação - a referência internacional da moda - guarda elementos de semelhança com o que vivemos hoje, quando as tendências são definidas por Londres, Paris, Nova York, fizemos a seleção de textos literários seguindo a relevância das cidades no cenário daquele momento, bem como o detalhamento na descrição do vestuário feminino. Às principais cidades do mundo acrescentou-se o Rio de Janeiro, território da pesquisadora deste trabalho.

Foram escolhidos como objeto de pesquisa: *O paraíso das damas*, de Émile Zola e *Madame Bovary*, de Gustave Flaubert (França); *A Feira das Vaidades*, de William Thackeray e *Jane Eyre*, de Charlotte Brontë (Inglaterra); *O despertar*, de Kate Chopin e *Daisy Miller*, de Henry James (EUA); *Primo Basílio*, Eça de Queiroz (Portugal); *Ana Karênina*, de Leão Tolstói (Rússia); *Lucíola*, de José de Alencar e *Quincas Borba*, de Machado de Assis (Rio de Janeiro).

## 2 A classe das palavras

Para entendermos melhor a questão da moda e seu desenvolvimento tal como é colhido no romance no século XIX, é necessário refazer um percurso que começa na ascensão da burguesia ao primeiro plano, e visa estabelecer a relação desta classe com o consumo.

A Europa passou por duas revoluções muito próximas que mudaram não somente a política e a economia dos séculos seguintes, mas também a vida social e cultural das grandes cidades. Ao alicerçar a Revolução Francesa, a classe burguesa ganha status e marca seu papel no desenvolvimento da sociedade. A Revolução Industrial, por sua vez, traz consigo não só uma nova forma de capitalismo, com suas máquinas e produção em série, mas uma nova cidade, em que se perde "o ritmo calmo e estável da ordem pré-industrial", e onde "tudo que era fixo e imutável desaparece para sempre" (WILSON, 1985, p. 41).

A mudança da cidade traz um novo conceito de privado e público e vestir reveste-se de um significado que antes não havia. A roupa, na verdade, passa a ser um aspecto da conduta. Não só a aparência é importante, mas a imagem ética que vem atrelada a ela e

que, aos poucos, vai sendo associada com bom gosto, além de uma certa indução à interpretação de quem a observa. Para o crítico Colin Campbell, a indumentária era tomada como uma “indicação importante do grau de eficiência” de uma pessoa e como “um índice primordial de caráter”, havendo “mesmo a equação fundamental entre gosto e bondade no culto da sensibilidade pela classe média” (CAMPBELL, 2001, p. 226).

Através das vestimentas as pessoas não só imitavam classes a que seria impossível pertencer. Elas ofereciam substanciais testemunhos sociais, na concepção de Georg Simmel, uma vez que satisfaziam a necessidade do indivíduo se sentir parecido com os outros ao mesmo tempo que supriam a necessidade de “distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e separar” (SIMMEL, 2008, p. 13). Aparentar aquilo que se tinha era importante, mas aparentar o que não se tinha era ainda mais vital, porque essa era, muitas vezes, a “melhor maneira” de se obter o desejado, mais tarde (WILSON, 1985, p. 48).

Na nova sociedade que emergia com a grande cidade, o ato de sonhar e o devaneio ganham especial relevância. O prazer “autoilusivo” pauta o que Campbell chama de “revolução do consumidor”, um processo mercadológico que se funda num processo cultural onde se mesclam “a ascensão do romance, o amor romântico e a moda moderna”. Seu objetivo principal? Não a compra ou o uso dos produtos, mas a procura do “prazer imaginativo”, o “hedonismo mental” (CAMPBELL, 2001, p. 130).

Na nova realidade destaca-se, igualmente, a velocidade do surgimento dos produtos e a forma como eles são expostos para gerar cada vez mais sonhos, difundindo uma vocação para a originalidade que põe em andamento a engrenagem da moda tal como a conhecemos, com importação de estilos e grande rotatividade. É a necessidade de se pôr um sonho abaixo para que outro diferente possa surgir. Como sintetiza Elizabeth Wilson em *Enfeitada de Sonhos*, “a moda acelerou o processo e proliferou-se, para andar ao ritmo da vida moderna” (WILSON, 1985, p. 51).

A burguesia, impulsionando revoluções, consegue um lugar de destaque na hierarquia social, chega ao topo mantendo intactos seus valores intrínsecos, entre os quais a família e a pátria. É na dialética entre o privado e o público que podemos observar com mais rigor o seu duplo discurso. Nas ruas, a imagem a ser construída era uma, dentro de casa as coisas eram bem diferentes. Em *A Era do Capital*, Hobsbawm coloca o dedo nessa ferida ao explicar que a unidade básica burguesa, a casa de uma única família “era uma autocracia patriarcal e um microcosmo da espécie de sociedade que a burguesia como classe” fazia o possível por denunciar e destruir, “uma hierarquia de dependência pessoal” (HOBSBAWM, 2009, p. 331).

Cercada de roupas elegantes, de objetos requintados, registra o historiador, a família burguesa do século XIX é uma instituição que desafia a análise objetiva. No centro dela, logo abaixo do pai, estão as mulheres, em seus papéis de esposas, filhas, coadjuvadas por governantas e criadas, todas entretendo o hábito de ler romances, entregando-se ao sonho que o ato de consumir ratifica.

Não é qualquer tipo de leitura, no entanto, que satisfaz esse público feminino, beneficiado pela crescente alfabetização. Se os textos de conteúdo religioso eram opção notável, e as obras consideradas clássicas ou eruditas estavam fora do alcance devido à instrução precária, a tendência era escolher textos “leves”. No livro *Os sofrimentos do jovem Werther*, Goethe, autor romântico, assinala a predileção de sua heroína Lotte:

Quando eu era mais jovem – disse ela –, nada me fascinava tanto como os romances. Só Deus sabe o quanto eu me sentia feliz, aos domingos, recolhendo-me a um cantinho para compartilhar, de todo o coração, da felicidade ou das desventuras da Srta. Jenny. Não nego que esse gênero de leitura ainda tenha algum encanto para mim; como agora, porém, são tão raras às vezes em que posso abrir um livro, tornei-me mais exigente na escolha. O autor que eu prefiro é aquele em que reconheço o mundo e os incidentes comuns no meu círculo de relações, tornando a história tão interessante e terna quanto a minha vida doméstica, que, embora não seja um paraíso, é para mim fonte de felicidade inexprimível. (GOETHE, 2007, p. 26).

É óbvio que Goethe aproveita a fala de Lotte para elucidar seu credo literário: transcrever para o papel, o mundo. Da mesma forma, aproveitamos a deixa do autor para registrar que, no bojo das mudanças que examinamos, perpassava o romantismo, investindo nas características do indivíduo. Contrapondo-se à realidade capitalista, ele insufla toda uma produção artística que questiona as máquinas e o racionalismo e está obcecada por recuperar “a unidade perdida entre o homem e a natureza” (HOBSBAWM, 1979, p. 285).

Há uma ironia contida no desenvolvimento das ideias românticas, no entanto, e Campbell a assinala criteriosamente. Ao pregar o esteticismo como verdadeiro espírito da arte, ou seja, o usufruto do prazer proporcionado pelo belo, a filosofia do movimento sugeria que esse espírito fosse transposto para a vida diária, legitimando a busca do prazer em si. Ao fazê-lo, acabou incentivando “o padrão inquieto e contínuo do consumo que tão bem caracteriza o comportamento do homem moderno” (CAMPBELL, 2001, p. 282).

Na citação de Goethe sobre Lotte está contida, igualmente, a marca dos romances a partir do século XVIII, segundo o crítico Ian Watt. No livro *A ascensão do romance*, ele identifica o realismo como diferença essencial entre as obras do período e as das épocas que as precederam. Partindo da convenção de que o romance é um relato “completo e autêntico da experiência humana”, tendo a obrigação, portanto, de ser o mais detalhado possível, os escritores do período estabelecem uma combinação de fantasia e realismo que é a sua verdadeira força. A garantia de satisfação das “aspirações românticas do leitor”, num roteiro que apresenta “um cenário tão completo e um relato tão detalhado das ideias e dos sentimentos”, faz parecer verdade literal o que não passa de “gratificação irreal de sonhos” (WATT, 1996, p. 27, 31, 178).

Se os romancistas da virada do século XVIII e início do século XIX se preocupavam com os detalhes, a safra que vem mais adiante, após as crises revolucionárias dos oitocentos, reivindica para si uma capacidade ainda mais apurada de imitar a vida real, numa era em que as fotografias, com sua fidelidade visual, trazem o questionamento ao mundo da pintura, por exemplo. Para os escritores realistas, suas obras constituíam um produto

“desapaixonado” e “científico”, quase documental, com precisas descrições do cotidiano da vida da burguesia da época, triunfante no seio de uma sociedade que confiava na competição da iniciativa privada, enaltecia aqueles “cuja energia, mérito e inteligência os elevou a tal posição” e acreditava estar criando “(não só) um mundo de plena distribuição material, mas também de crescente esclarecimento, razão e oportunidade humana”, em suma, “um mundo de contínuo progresso material e moral” (HOBBSAWM, 2009, p. 19).

Num momento de conturbação, o realismo quer registrar a sociedade que muda e se transforma, diluindo a noção de espaço tal como era concebida, apagando certezas absolutas inadequadas numa época em que o mundo se internacionaliza a reboque do poder do capital. Flaubert, em um dos seus mais famosos romances, *Madame Bovary*, consegue recriar com brilho a “heterogeneidade, a diferença”, a noção de se estar ao mesmo tempo em vários lugares, acompanhando tudo o que acontece e fazendo parte disso. O autor explicava que tudo deveria “soar simultaneamente” e exemplificava: “deve-se ouvir o mugir do gado, o murmúrio dos amantes e a retórica dos funcionários ao mesmo tempo” (HARVEY, 1992, p. 239).

A simultaneidade, característica da escrita realista, também é a marca registrada da moda nesse período, presença notável em todos os atos da vida social, com vestidos concebidos para todas as horas e situações possíveis: sair de manhã, de tarde, passear, viajar, ir ao campo, ir ao funeral, ir ao teatro.

E que moda plural e ativa era essa? Uma moda ao mesmo tempo tão individual, tão padronizada, tão internacional quanto o capital disseminado em espaços do mundo afora.

### **3 A moda estava no romance, o romance em todo lugar**

Se hoje em dia procuramos as tendências de moda em vários continentes, em cidades como Milão e Nova York, e muita outras que, com suas semanas de moda e estilo, ditam para o mundo o que se deve copiar ou elaborar com características próprias, quando o século XIX se inicia, Paris e Londres vinham disputando há pelo menos 50 anos o centro das referências em movimentos de mútua influência em relação à moda. Na consolidação das diferenças, a França ganhou o poderio de ditar as referências da moda feminina, enquanto a Inglaterra ficou com o posto equivalente em relação à moda masculina.

Paris no século XIX, graças à urbanização do barão de Haussman, tornou-se o símbolo da cidade moderna. Suas grandes avenidas, grandes teatros, exposições mundiais, galerias e lojas se tornariam modelos para outras cidades não só europeias, como ultramarinas, em países como Argentina e Brasil. As galerias eram uma nova “descoberta do luxo industrial”, cidades “em miniatura”, o mundo onde circulava o perambulador dos bulevares, o *flâneur* (BENJAMIN, 2007, p. 54). As exposições eram o altar da mercadoria como elemento mágico. As lojas de departamento, que começam a aparecer, eram consideradas “poemas do comércio” (ZOLA, 2001, p. xiii), responsáveis por impulsionar a mecânica identificada por Simmel. Ou seja, o surgimento da *haute couture* e a apropriação das classes menos abastadas das novidades da moda, obrigando as classes

superiores a desviarem-se dessa mesma moda, "virando-se para outra, graças à qual de novo se diferenciariam das grandes massas" (SIMMEL, 2008, p. 13).

Da mesma forma que os romances, lidos por quase todas as mulheres burguesas, faziam com que elas almejassem outra realidade, a moda de Paris erguia-se como o símbolo do sonho. Comprando a roupa, as mulheres tinham a sensação de ficar o mais próximo possível do real.

A literatura é um instrumento poderoso, recriando o luxo em suas histórias, descrevendo o consumo e os hábitos dessas agora chamadas grandes cidades, de ruas alargadas. Nas páginas dos livros passeiam as jovens burguesas preocupando-se com vastos e minuciosos enxovais. Circulam, igualmente, com a vontade proporcional a seus ganhos, as famigeradas *cocottes*, moças decaídas ou atrizes, *demi-mondaines*, a maior parte delas financiadas por homens ricos, que fazem questão de pagar para que elas possam exibir o que há de mais novo e caro, influenciando, com "suas loucuras de moda", as damas do "grande mundo" (SOMBART, 1990, p. 63-65).

É justamente neste grande universo de formas, cores e relações que buscamos, em autores de uma mesma época, mas de diferentes lugares, as palavras que nos permitem reencontrar, detalhe a detalhe, as imagens que eram estampadas em revistas e periódicos como *Le petit courier des dames* ou *Godley's Lady's Book*, permitindo-nos traçar um painel da roupa no período. Nos romances que escolhemos examinar, as protagonistas mulheres são leitoras, e Paris habita o sonho de todas. É ali que o coração de Denise Baudu, de *O paraíso das damas*, de Zola, bate com vigor, diante de uma vitrine elaborada. É a moda francesa que inspira a pequena Adele, a pupila de *Jane Eyre*; é na França que a aventureira Rebecca, de *A feira das vaidades*, de Thackeray, busca o modelo para as roupas que faz com suas próprias mãos; é de onde vêm as roupas que Lúcia, de *Lucíola*, de José de Alencar manda comprar. A cidade francesa era vista como a fonte maior de novidades, e a moda que fazia sucesso lá era rapidamente copiada por todos. Em *Daisy Miller*, de Henry James, a protagonista descreve para o rapaz que lhe faz a corte a sensação de usar uma vestimenta francesa legítima:

(...) a Europa é um encanto. Não estava nem um pouco desapontada. Talvez porque tivesse escutado muito sobre o assunto antes. Uma porção de amigas estiveram ali inúmeras vezes. E então ela tivera vários vestidos e coisas de Paris. Sempre que usava um vestido parisiense, sentia-se como se estivesse na Europa. (JAMES, 2008, p. 58).

A mesma euforia ao se falar de Paris é vista em *Primo Basílio*, de Eça de Queirós, confirmando a França como o maior pólo de referência de moda no século XIX.

De resto, pelo que tinha visto, as mulheres em Lisboa cada dia se vestiam pior! Era atroz! Não dizia por ela; até aquele vestido tinha chic, era simples, era honesto. Mas em geral, era um horror. Em Paris! Que deliciosas, que frescas as toilettes daquele verão! Oh! mas em Paris!... Tudo é superior! (QUEIRÓS, 1971, p. 48).

Que mulheres são essas espelhadas em personagens, cuja ética está tão misturada com seu desejo consumista a ponto de se confundir com ele? Burguesas, que dentro de sua

classe têm um papel social indiretamente importante, nem que sua função seja oficialmente a do que Thorstein Veblen chamou de “ócio substitutivo”. Belas porque ligadas ao que é dispendioso, essas mulheres têm salvo-conduto para gastar, desde que seu luxo agregue “respeitabilidade” ao marido de quem são, de certa forma, “propriedade”. Transmitem, também, uma ideia de fragilidade romântica, que, na verdade, tem tudo a ver com sua distância de “qualquer espécie de labor produtivo”. Elegância pautada, segundo o teórico, pela não-praticidade, essas encantadoras criaturas atendem à “exigência imperiosa do vestuário adotado como *dernier cri*”, um conceito que estipula mudança de “estação para estação”, num fluxo perdulário constante e exigente (VEBLEN, 1983, p. 78-81).

Para que surja uma coleção, é preciso matar simbolicamente a anterior. É essa relação de caducidade fatal que Giacomo Leopardi já havia captado no seu poema “Diálogo da Moda e da Morte” (1827) que surge, em forte simbolismo, nos romances, onde as protagonistas, entregando-se a costumes hedonistas, acabam por determinar seu próprio fim. Adúlteras, Ana Karênina, Edna Pontellier, de *O despertar*, de Kate Chopin, Luísa, de *Primo Basílio* e Emma Bovary escolhem a morte como resgate moral possível. Sua desgraça, provam os autores – principalmente Tolstói, Eça de Queiroz e Flaubert –, começa na leitura e termina na roupa.

“Lembrou-se das heroínas dos livros que havia lido e a legião lírica dessas mulheres adúlteras punha-se a cantar em sua lembrança”, escreve Flaubert, de Emma Bovary, ao descrever sua reação ao se perceber “detentora” de um amante (FLAUBERT, s. d., p. 157). Stendhal em seu ensaio *Do Amor* (1820) já observava que para quem só conhecia “o amor pelos romances” era inevitável experimentar uma “repugnância” com relação à virtude do amor (STENDHAL, 2007, p. 184-185).

Mas o adultério, mais do que uma versão moderna do amor cortês, contrapondo os caprichos do coração ao contrato matrimonial, é um “dever aristocrático”. Em *Ana Karênina*, Vronski convence Ana de que a humanidade é dividida em duas categorias opostas. A primeira de “gente vulgar, estúpida e, sobretudo ridícula”, que acredita na fidelidade e em mulheres castas. A segunda, de gente da alta, que “preza a elegância, a generosidade, a audácia, o bom humor”, e, por isso, “entrega-se a todas as paixões” (TÓLSTOI, 1971, p.114). Em *Primo Basílio*, o protagonista assegura à doce Luísa que todas as mulheres chiques de Paris tinham “naturalmente o seu amante”, fazendo com que a virtude parecesse ser “uma ocupação deles do temperamento burguês” (QUEIRÓS, 1971, p. 92). Como decorrência de sua retórica, não só Luísa se entrega a ele, como aspira a outros luxos. A citação de Eça de Queirós é exemplar:

E suspirava por aparatosas, grossas jóias inglesas, um coupé forrado de cetim... Porque nos temperamentos sensíveis as alegrias do coração tendem a completar-se com a sensualidade do luxo: o primeiro erro que se instala numa alma até aí defendida facilita logo aos outros entradas tortuosas – assim, um ladrão que se introduz numa casa vai abrindo sutilmente as portas à sua quadrilha esfomeada (QUEIRÓS, 1971, p. 128).

Não é outro o percurso percorrido por Emma Bovary, que vai gradativamente se endividando, num processo que o escritor desvenda ante os olhos do leitor. No início do

livro, Emma pede emprestados moldes para compor seu enxoval a partir de seus próprios dotes de costureira. À medida que descobre as delícias do amor escuso, ela passa a trajar, na descrição de Flaubert, um nada reles “vestido de verão de quatro folhos, amarelo, de talhe longo e roda larga”, e “um robe de chambre aberto de alto a baixo, que deixava ver, por entre as aberturas do corpete, uma camisola plissada, com três botões dourados”, um cinto de “grandes borlas” e chinelinhas grená “com laços de fita larga”. Para fugir com o amante, ela procura Lheureux, o fornecedor/agiota e lhe pede, insensatamente, que lhe venda “uma capa larga, de gola grande e forrada” (FLAUBERT, s. d., p. 63, 126, 187).

Também é esse o comportamento de Becky, de *A feira das vaidades*, seguindo um padrão que Thackeray, implacável, define como “da natureza” das mulheres, donas de “secretas contas em costureiras” e “vestidos e pulseiras” que não podem ser mostrados, sob risco de desmascarar suas proprietárias (THACKERAY, 1963, p. 147).

O caminho percorrido por Lúcia, em *Lucíola*, de José de Alencar, é o inverso: do luxo para a sobriedade. No início da trama, ela surge em todo o seu esplendor de *cocotte*. “Vestido escarlate com largos folhos de renda preta, bastante decotado para deixar ver as suas belas espáduas, de um filó alvo e transparente que flutuava-lhe pelo seio cingindo o colo”, além de “uma profusão de brilhantes magníficos capaz de tentar Eva” e “uma grinalda de espigas de trigo” misturada a seu cabelo (ALENCAR, 2008, p. 72). Mas a paixão de Lúcia por Paulo a redime. Ao final do livro, não só ela deixa de se chamar Lúcia, adotando o puro nome de batismo, Maria, como se veste com um “traje quase severo: vestido escuro, afogado e de mangas compridas, com pouca roda, simples colarinho e punhos de linho rebatidos”, completados por um penteado de cabelos “negligentemente enrolados em basta madeixa, sem ornato algum” (ALENCAR, 2008, p. 89).

Através das descrições das roupas, portanto, era possível revelar um outro conceito presente nesta sociedade: a pureza e a inocência versus a “sapiência” com aura de mistério. Na primeira aparição de Daisy Miller, toda de branco, fica claro que ela é pura, noção que o resto da novela se encarregará de nublar. Era isso o que era visto nos bailes de época e até mesmo pinturas. Vestiam-se em tons claros as muito jovens, as damas frágeis, enquanto as que vestiam tons mais sóbrios eram as irmãs que não se casaram, governantas, mulheres vividas e viúvas. Cobriam-se de custosos acessórios, jóias e xales, as casadas, que também eram mais confiantes e conversadeiras (STEELE, 1998, p. 157).

Em *Ana Karênina*, Tolstoi contrapõe a roupa da princesa Kitty com a de Ana. Kitty é mostrada com seu “complicado vestido de tule sobre forro rosa”, com rosinhas e rendas, “sapatos cor de rosa”, luvas “de canhão alto”, fita de veludo ao pescoço da qual pendia um medalhão. Ana é muito mais sofisticada:

Uma toailete de veludo preto, muito decotada, desnudava-lhe os ombros esculturais, que lembravam velho marfim, assim como o colo e os braços roliços, de pulsos finos. Rendas de Veneza lhe guarneciam o vestido. Nos cabelos negros, sem postiços, ostentava uma grinalda de amores perfeitos, combinando com outra que lhe adornava a fita preta do cinto,

rematada por rendas brancas. Estava penteada com muita simplicidade. Apenas alguns caracóis de cabelo frisado na nuca e nas frentes se lhe eriçavam, rebeldes. Em volta do pescoço bem torneado brilhava um fio de pérolas (TÓLSTOI, 1971, p. 80-82).

Mas nem só de roupas de festa é feito o século XIX, onde os uniformes têm força para ganhar as páginas. À parte a roupa excessivamente discreta das governantas, explorada por Charlotte Brontë em *Jane Eyre*, em que o “melhor vestido” de alguém dessa classe é um “traje de cetim preto” (BRONTË, 1996, p. 229), uniformes, propriamente ditos, aparecem na descrição que Zola faz das vendedoras do *grand magasin* em *O paraíso das damas*.

As vendedoras completavam a semelhança, vestidas em sua seda regulamentar e passeando suas graças comerciais sem nunca se sentar na dezena de cadeiras reservadas apenas às clientes. Todas tinham, entre suas botoeiras do corpete, como se alfinetado ao peito, um grande lápis que se erguia com a ponta para o ar; notava-se, também, saindo pela metade de um bolso, a mancha branca de um caderno de notas. Várias arriscavam bijuterias, anéis, broches, correntinhas; mas sua vaidade, o luxo que as acirrava na uniformidade imposta de sua toailete, eram os cabelos nus, cabelos exuberantes - aumentados com tranças e coques quando não eram suficientes - pesados, frisados (ZOLA, 2008, p. 127).

Cabelos e adereços são uma parte importante das descrições nos romances do século XIX. Na primeira aparição de Emma Bovary, Flaubert detalha que seus cabelos estavam em “bandós pretos” que pareciam inteiriços “de tão lisos” (FLAUBERT, s. d., p. 23). Jóias aparecem no encontro de Sofia e Rubião, em *Quincas Borba*, de Machado de Assis. Magnificamente trajada de “azul escuro, mui decotada”, Sofia traz um “diadema de pérolas feitiças, tão bem acabadas, que iam de par com as duas pérolas naturais, que lhe ornavam as orelhas, e que Rubião lhe dera um dia”, por exemplo (ASSIS, 1997, p. 703).

Críticos, os romancistas também brincavam com os excessos das *fashion victims* do período como Betty, em *Ana Karênina* “vestida ao rigor da moda”, com um chapéu minúsculo, “que mais parecia um abajur, pousado no alto da cabeça” (TÓLSTOI, 1971, p. 393).

Mas o que seriam os excessos senão o desvendamento do que há de discurso amoroso na própria moda? É o que sugere Benjamin, em *Passagens*, ao citar o pintor Grand-Carteret:

É pelas cenas da vida amorosa que se percebe, na verdade, aparecer todo o ridículo de certas modas. Estes homens, estas mulheres, não são eles grotescos em gestos, em poses, pelo topete extravagante em si mesmo, pelo chapéu de copa alta, pelo redingote ajustado à cintura, pelo xale, pelos chapéus de abas largas, pelos pequenos borzeguins de tecido? (BENJAMIN, 2007, p. 103-104).

E o que seria a moda, senão uma concretização do sonhado, a supressão de barreiras entre o “orgânico e o inorgânico” como sugeria o poeta Apollinaire, a mistura do familiar com a fantasia, a combinação de elementos dos “diferentes reinos da natureza”, cortiça, plumas, cristais, espelhos, no difícil equilíbrio entre o prático e o “nobre”? É do próprio

Apollinaire, a conclusão: a moda “faz com a matéria o que os românticos fizeram com as palavras” (BENJAMIN, 2007, p. 107-108).

#### 4 Alinhando palavras e vestidos

Ao olhar atentamente o cenário da moda no século XIX, esse trabalho observou, nítidos, os elementos que iriam se consolidar como uma marca do século XX. No centro deles, a imagem da mulher, sem dúvida, permeia todo o universo, da criação ao consumo. São suas sensações e relações, amorosas, familiares, libertárias, que fazem girar as engrenagens poderosas de um negócio extremamente lucrativo.

É interessante ressaltar que, ao longo da pesquisa deste artigo, foram encontradas muitas descrições extremamente detalhadas de roupas masculinas, atestando que o ato de vestir era carregado de importância para ambos os sexos. Baudelaire dizia, por exemplo, nunca ter gasto menos de duas horas por dia compondo sua *toilette*, num exemplo claro de dandismo. A relação da mulher com a moda, no entanto, põe em jogo variáveis tais que justificam o “casamento” bem-sucedido e vital para a economia, como se vê até hoje.

Entre os livros por nós pesquisados, *O despertar*, de Kate Chopin, destaca-se por sua delicadeza e pungência. Nele há uma passagem digna de registro. A protagonista, Edna Pontellier, exausta pela existência que leva e pela paixão fugaz do amante, dirige-se para a praia, este lugar do lazer, que no final do século XIX seria de extrema importância para a moda mundial, reduto que era da burguesia que cultuava o corpo e a saúde. Lá, ela pega em sua cabine reservada o “velho traje de banho” e desistindo dele, nua, atira-se na água, onde irá, lentamente, deixar-se afogar, sentindo seu corpo livre ao mergulhar nas águas do mar sensual, que lhe aperta “o corpo em seu suave e envolvente abraço” (CHOPIN, 1994, p. 150-151). Este ato da personagem resume, à perfeição, a noção de que a moda é uma máscara, sob a qual tanto mulheres quanto homens se escondem. Configura, igualmente, com exatidão, a opressão que o “estar na moda” gera nas pessoas. A roupa enfeita, marca, distingue, inclui, mas, muitas vezes, aprisiona, faz parte da tensa rede dos liames sociais que criam um constrangimento que vai além da crinolina, sem dúvida um exemplo concreto de tudo isso. A necessidade de bem vestir e de bem se apresentar muitas vezes sufoca.

No início deste artigo questionamos se o fenômeno da moda, com os elementos que conhecemos, seria ou não característico da contemporaneidade. O que pudemos ver, ao longo dessas páginas, é que tudo o que nos cerca hoje - grandes revistas de moda, lojas de departamento, técnicas de marketing, semanas de moda e tendência, mundo afora - não surgiu recentemente. Pelo contrário, pudemos acompanhar a evolução de uma indústria, hoje a pleno vapor, em seus primeiros momentos, na apresentação dos personagens e cenários dos “dramas” que vemos desfilar em passarelas e desfiles.

No percurso que seguimos, foi possível reiterar, a cada passo, o fascínio que a moda exerce sob todos os prismas que a examinamos: como foco de consumo, arte e comércio.

Um elemento, no entanto, percorre de fora a fora essa pesquisa e a ilumina. A noção de que, tal como Edna Pontellier, é preciso se despir de todos os artifícios e entrar no mar - ou seja, distanciar-se da terra firme -, para ver com clareza o que é a essência da moda, sua maior beleza. Trabalhar o sonho, como nos romances. Construí-lo não com palavras, mas com tecidos, fios, tramas e botões. E nunca perder essa vocação.

## Referências

- ALENCAR, José de. **Lucíola**. São Paulo: Editora Escala, 2008.
- ASSIS, Machado de. **Obra Completa**. Quincas Borba. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1997. v. 1.
- BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. Tradução de Maria de Santa Cruz. Lisboa: Edições 70, 1985.
- BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: UFMG, 2007.
- BRONTË, Charlotte. **Jane Eyre**. Tradução de Lenita Esteves e Almiro Piseta. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Tradução de Mauro Gama. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CANDIDO, Antonio. **Formação da literatura brasileira**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1993. v. 1.
- CARVALHAL, Tania. Literatura comparada: a estratégia interdisciplinar. **Revista Brasileira de Literatura Comparada**, Niterói, n. 1, mar. 1991.
- CHOPIN, Kate. **O despertar**. Tradução de Celso M. Paciornik. São Paulo: Estação Liberdade, 1994.
- FLAUBERT, Gustave. **Madame Bovary**. Tradução de Araújo Nabuco. São Paulo: Círculo do Livro, s. d.
- GOETHE. **Os sofrimentos do jovem Werther**. Tradução de Pietro Nasseti. São Paulo: Martin Claret, 2007.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 1992.
- HOBSBAWM, Eric. J. **A era das revoluções**. Tradução de Maria Tereza Lopes Teixeira e Marcos Penchel. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- JAMES, Henry. **A volta do parafuso-seguido de Daisy Miller**. Tradução de Henrique Guerra. Porto Alegre: L&PM Pocket, 2008.
- LENZ, Gleiton. **Diálogos Morais de Leopardi**. Disponível em: <[www.unioeste.br/travessias](http://www.unioeste.br/travessias)>. Acesso em: 6 mar. 2009.
- QUEIRÓS, Eça de. **O primo Basílio**. São Paulo: Abril Cultural, 1971.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Tradução Artur Morão. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.
- SOMBART, Werner. **Amor, luxo e capitalismo**. Tradução de Adília Maria Agostinho Batista. Venda Nova: Bertrand Editora, 1990.
- SOUZA, Gilda Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

STEELE, Valerie. **Paris Fashion**. London: Berg Publishers, 1998.

STENDHAL. **Do amor**. Tradução de Herculano Villas-Boas. Porto Alegre: L & PM Pocket, 2007.

THACKERAY, William Makepeace. **A feira das vaidades**. Tradução de Ruth Leão. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1963. 2 v.

TÓLSTOI, Leão. **Ana Karênina**. Tradução de João Gaspar Simões. São Paulo: Abril Cultural, 1971.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**: um estudo econômico das instituições. Tradução de Olívia Krähenbühl. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

WATT, Ian. **A ascensão do romance**. Tradução de Hildegard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos**: moda e modernidade. Tradução de Maria João Freire. Lisboa: Edições 70, 1985.

ZOLA, Émile. **Au bonheur des dames**. Translated and edited by Robin Buss. London: Penguin Books, 2001.

\_\_\_\_. **O paraíso das damas**. Tradução de Joana Canedo. São Paulo: Estação Liberdade, 2008.

---

### **Currículo Resumido do(s) Autor(es)**

#### **Isabel A. W de Nonno**

Aluna da pós-graduação em Literatura, arte e pensamento contemporâneo, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2010). É também pós-graduada em Design de moda, pelo Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil (2009). Graduiu-se em Desenho Industrial pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2007), e possui mais de três anos de experiência profissional em programação visual. Atualmente coordena a área de design da produtora Plumagenz - Criação Cultural & Design e é sócia-diretora da empresa Estamparia Literária.

<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.jsp?id=K4463669A4>

E-mail: belawn@gmail.com

**Pedro Duarte de Andrade**

Professor adjunto do Departamento de Filosofia e Ciências Sociais da UNIRIO (Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro). Pelo Departamento de Filosofia da PUC-Rio, atua na Pós-Graduação Lato-Sensu (na Especialização em Arte e Filosofia desde 2005 e na Especialização em Filosofia Antiga desde 2010) e atuou na Graduação de 2009 a 2010. Foi professor substituto do Departamento de Filosofia do IFCS/UFRJ de 2008 a 2009. Foi professor visitante e pesquisador (Research scholar) na Brown University (EUA) em 2004 e 2006. É membro do GT Heidegger na ANPOF. É professor do Senai-Cetiqt, onde ministra as disciplinas sobre arte na Pós-Graduação Lato-Sensu (Especialização em Design de Moda e Especialização em Design de Estamparia). Tem doutorado em Filosofia pela PUC-Rio, finalizado com a tese "Estio do tempo: o amor entre arte e filosofia na origem do romantismo alemão". Também na PUC-Rio, concluiu o mestrado em Filosofia com a dissertação "Pensamento desinteressado: a pergunta pela estética no fim da metafísica". Graduiu-se com a monografia "Octavio Paz e a questão do tempo". Durante a graduação, foi bolsista de iniciação científica (PIBIC) com os projetos "Heidegger e a questão da arte" e "Cidade e nação: representações do Rio de Janeiro no início e no final do século XX". Ênfase de pesquisa nas áreas de Estética, Filosofia Contemporânea e História da Filosofia.

<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.jsp?id=K4764734P6>

E-mail: p.d.andrade@gmail.com