

II. A MODA DE CEM ANOS

Foi ao longo da segunda metade do século XIX que a moda, no sentido moderno do termo, instalou-se. Certamente nem tudo então é absolutamente novo, longe disso, mas, de maneira evidente, apareceu um sistema de produção e de difusão desconhecido até então e que se manterá com uma grande regularidade durante um século. Tal é o fenômeno histórico a sublinhar aqui: a despeito dos progressos tecnológicos, de suas incessantes reviravoltas ou “revoluções” estilísticas, a moda não escapou àquilo que se pode muito bem chamar de uma estrutura de longa duração. Da metade do século XIX até a década de 1960, momento, com efeito, em que o sistema começa a fender-se e a readaptar-se parcialmente, a moda vai repousar sobre uma organização a tal ponto estável que é legítimo falar de uma *moda de cem anos*, primeira fase da história da moda moderna, seu momento heroico e sublime. Moda de cem anos: sem dúvida, maneira de dizer que um ciclo está terminado, maneira sobretudo de insistir em tudo o que nos une ainda, profundamente, a essa fase fundadora, instituidora de uma nova organização do efêmero, de uma nova lógica do poder chamada a experimentar um extraordinário destino histórico, já que se imporá cada vez mais no coração de nossas sociedades no decorrer do século XX. Guardadas as proporções, seria preciso dizer da moda de cem anos o que Tocqueville dizia da América: vimos aí com efeito mais do que a moda; aí reconhecemos uma figura, certamente particular, mas significativa do advento das sociedades burocráticas modernas; vimos aí mais do que uma página da história do luxo, das rivalidades e distinções de classes; aí reconhecemos uma das faces da “revolução democrática” em marcha.

A MODA E SEU DUPLO

A moda moderna caracteriza-se pelo fato de que se articulou em torno de duas indústrias novas, com objetivos e métodos, com artigos e prestígios sem dúvida nenhuma incomparáveis, mas que não deixam de formar uma configuração unitária, um sistema homogêneo e regular na história da produção das frivolidades. A *Alta Costura* de um lado, inicialmente chamada *Costura*, a *confecção* industrial de outro — tais são as duas chaves da moda de cem anos, sistema bipolar fundado sobre uma criação de luxo e sob medida, opondo-se a uma produção de massa, em série e barata, imitando de perto ou de longe os modelos prestigiosos e *griffés* da Alta Costura. Criação de modelos originais, reprodução industrial: a moda que ganha corpo se apresenta 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.

Evidentemente, o sistema assim descrito não traduz senão parcialmente uma realidade histórica mais complexa. Entre esses dois eixos, organizações intermediárias, a pequena e a média costura, jamais deixaram de existir. Na França, em particular, inúmeras são as mulheres que continuaram a recorrer a uma costureira ou a realizar elas próprias seus vestidos, a partir dos “moldes” à venda nos magazines ou difundidos pelas revistas de moda: nos anos 1950, 60% das francesas vestiam-se em costureiras ou faziam seus vestidos. Além disso, a confecção, sobretudo nos países fortemente industrializados, que têm a possibilidade de reproduzir legal e rapidamente os modelos de Alta Costura (os EUA, por exemplo), não se limitou a uma produção de baixo preço, mas diversificou sua oferta e fabricou artigos de diferentes qualidades, do ordinário ao semiluxo. Isso posto, o esquema global permanece este: a Alta Costura monopoliza a inovação, lança a tendência do ano; a confecção e as outras indústrias seguem, inspiram-se nela mais ou menos de perto, com mais ou menos atraso, de qualquer modo a preços incomparáveis. Se, portanto, a moda moderna se apoia em dois eixos maiores, torna-se como nunca radicalmente monocéfala.

Na medida em que a Alta Costura é o laboratório incontestado das novidades, a moda de cem anos designa essencialmente a moda feminina. Isso não significa que não tenha havido, no mesmo momento,

uma moda masculina, mas esta não se apoiou em nenhuma instituição comparável à Alta Costura, com suas casas ilustres, suas renovações de estação, seus desfiles de manequins, suas audácias e “revoluções”. Além disso, a moda masculina é impulsionada por Londres e, a partir de 1930, cada vez mais pelos EUA, enquanto o centro da Alta Costura é Paris. Comparada à moda Costura, a moda masculina é lenta, moderada, sem impacto, “igualitária”, ainda que seja articulada do mesmo modo sobre a oposição sob medida/série. Incontestavelmente, a Alta Costura é a instituição mais significativa da moda moderna; só ela precisou mobilizar permanentemente o arsenal das leis a fim de se proteger contra o plágio e os falsificadores, só ela despertou debates acalorados, só ela gozou de uma celebridade mundial, só ela se beneficiou da publicidade regular e acelerada da imprensa especializada. Prolongando um fenômeno já manifesto no século XVIII, a moda moderna é de essência feminina.

A ordem de dois patamares da moda não se instituiu em função de um projeto explícito nem em um tempo inteiramente sincrônico. 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. À medida que se implantam os grandes magazines, que as técnicas progridem, que diminuem os custos de produção, a confecção diversifica a qualidade de seus artigos, dirigindo-se à pequena e média burguesia. Após a guerra de 1914, a confecção se transforma profundamente sob o efeito de uma maior divisão do trabalho, de um maquinismo mais aperfeiçoado e dos progressos da indústria química, que permitem obter coloridos mais ricos e, a partir de 1939, novos têxteis à base de fibras sintéticas. Mas a despeito desses progressos, a organização da moda permanece inalterada; todas as indústrias permanecendo, até os anos 1960, dependentes dos decretos da Alta Costura.

Outono de 1857-inverno de 1858: Charles-Frédéric Worth funda, na rue de la Paix em Paris, sua própria casa, primeira da linhagem do que um pouco mais tarde será chamado de Alta Costura. Ele anuncia: “Vestidos e mantôs confeccionados, sedas, altas novidades”, mas a verdadeira originalidade de Worth, de quem a moda atual continua

herdeira, reside em que, pela primeira vez, modelos inéditos, preparados com antecedência e mudados frequentemente, são apresentados em salões luxuosos aos clientes e executados após escolha, em suas medidas. Revolução no processo de criação, que foi acompanhada, além disso, de uma inovação capital na comercialização da moda e de que Worth é ainda o iniciador: os modelos, com efeito, são usados e apresentados por mulheres jovens, os futuros *manequins*, denominados na época “sósias”. Sob a iniciativa de Worth, a moda chega à era moderna; tornou-se uma empresa de criação mas também de espetáculo publicitário. Depois, dezenas de casas organizadas sobre os mesmos princípios aparecem: na exposição de 1900, vinte casas de Alta Costura estão presentes, entre as quais Worth, Rouff (fundada em 1884), Paquin (1891), Callot Soeurs (1896). Doucet, que mais tarde empregará Poiret, abre suas portas em 1880, Lanvin em 1909, Chanel e Patou em 1919. A Exposição das Artes Decorativas de 1925 acolhe 72 casas; em 1959, umas cinquenta casas estão registradas pela Câmara Sindical da Costura parisiense. Essas casas, muitas vezes de renome, empregam, segundo sua importância e a época, de cem a 2 mil empregados, mas seu peso na economia nacional manifestamente não terá relação com o tamanho de seu efetivo. A indústria de luxo que representa a Alta Costura terá um papel capital na economia francesa, especialmente pela exportação de roupas que, graças ao prestígio das grandes casas parisienses, ocupará, na metade dos anos 1920, o segundo lugar em nosso comércio exterior.¹ Durante esse período, verdadeiramente de prosperidade excepcional antes da grande depressão que atingirá duramente a Alta Costura, esta permitia realizar, só com ela, um terço das vendas de exportação em matéria de vestuário.² No conjunto, as vendas de Alta Costura representavam, então, cerca de 15% da exportação global francesa.³ Isso posto, na metade dos anos 1950 a situação já mudara profundamente: Dior que, sozinho, respondia por mais da metade do montante total das exportações visíveis e invisíveis da Alta Costura não realizava mais do que 0,5% do total das exportações visíveis da França.

Fundada na metade do século XIX, é só no começo do século seguinte que a Alta Costura adotará o ritmo de criação e de apresentação que lhe conhecemos ainda em nossos dias. Inicialmente, nada de coleções com data fixa, mas modelos criados ao longo do ano, variando apenas em função das estações; também nada de desfiles de moda organizados, que

aparecerão nos anos 1908 e 1910 para se tornar verdadeiros espetáculos, apresentados com horário fixo, à tarde, nos salões das grandes casas. Além disso, depois da guerra de 1914, à medida que as compras de modelos pelos compradores profissionais estrangeiros se multiplicavam, as apresentações sazonais de coleções foram organizadas em datas mais ou menos fixas. Cada grande casa apresenta a partir de então, duas vezes por ano em Paris, no final de janeiro e no começo de agosto, suas criações de verão e de inverno, e depois, sob a pressão dos compradores estrangeiros, as de outono e de primavera (meia-estação) em abril e em novembro. As coleções, apresentadas em primeiro lugar aos representantes estrangeiros (sobretudo americanos e europeus), são em seguida apresentadas aos clientes particulares, duas ou três semanas mais tarde. Os profissionais estrangeiros compram os modelos de sua escolha com o direito de reproduzi-los no mais das vezes em grande série em seus países. Munidos dos modelos e das fichas de referência dando as indicações necessárias para a reprodução do vestido, os fabricantes, à exceção contudo dos fabricantes franceses que não tinham acesso imediatamente às novidades de estação por razões evidentes de exclusividade, podiam reproduzir as criações parisienses simplificando-as: assim, muito rapidamente, em algumas semanas, a clientela estrangeira podia vestir-se na última moda da Alta Costura a preços acessíveis, ou até muito baixos, segundo a categoria de confecção. De maneira que a Alta Costura menos acelerou a moda, como se crê por vezes, do que a *regularizou*. As mudanças rápidas de moda não são, com efeito, contemporâneas da Alta Costura, mas precederam-na em cerca de um século: já no final do Antigo Regime, a moda ganhou um ritmo desenfreado, a ponto de colar na própria atualidade. Mas essa velocidade permaneceu até então aleatória, impulsionada em ordem dispersa por tal ou tal árbitro das elegâncias. Com a era da Alta Costura, ao contrário, pela primeira vez, há uma institucionalização ou orquestração da renovação: no essencial, a moda torna-se bianual, as meia-estações não fazendo mais do que anunciar os sinais precursores da moda seguinte. Ao invés de uma lógica fortuita da inovação, instalou-se uma normalização da mudança de moda, uma renovação imperativa operada com data fixa por um grupo especializado. A Alta Costura disciplinou a moda no momento em que ela engatava um processo de inovação e de fantasia criadora sem precedente.

Paris dita a moda: com a hegemonia da Alta Costura aparece uma moda hipercentralizada, inteiramente elaborada em Paris e ao mesmo tempo internacional, seguida por todas as mulheres *up to date* do mundo. Fenômeno que, de resto, não deixa de ter similitude com a arte moderna e seus pioneiros concentrados em Paris, estruturando um estilo expurgado dos caracteres nacionais. Com certeza, isso não é absolutamente novo: a partir do século XVII, a França se impôs cada vez mais como farol da moda na Europa, e a prática das “bonecas de moda”, essas primeiras embaixatrizes de moda, que se torna corrente no século XVIII, revela ao mesmo tempo a tendência à unificação do traje europeu e o polo atrativo de Paris. Contudo, durante todo esse tempo, as toaletes jamais deixaram de apresentar certos traços reconhecíveis próprios aos diferentes países: a exemplo da pintura, a moda conservou um caráter nacional. A Alta Costura, secundada pela confecção, ao contrário, permitiu à moda desprender-se da influência nacional, não deixando subsistir senão o modelo e sua cópia em grande número, idêntica em todos os países. A moda moderna, ainda que sob a autoridade luxuosa da Alta Costura, aparece assim como a primeira manifestação de um consumo de massa, homogêneo, estandardizado, indiferente às fronteiras. Houve uniformização mundial da moda sob a égide parisiense da Alta Costura, homogeneização no espaço que teve como contrapartida uma diversificação no tempo, ligada aos ciclos regulares das coleções sazonais.

Centralização, internacionalização e, paralelamente, *democratização* da moda. O impulso da confecção industrial de um lado, o das comunicações de massa do outro, enfim a dinâmica dos estilos de vida e dos valores modernos acarretaram, com efeito, não apenas o desaparecimento dos múltiplos trajes regionais folclóricos, mas também a atenuação das diferenciações heterogêneas no vestuário das classes, em benefício das toaletes ao gosto do dia para camadas sociais cada vez mais amplas. O fenômeno mais notável aqui é que a Alta Costura, indústria de luxo por excelência, contribuiu igualmente para ordenar essa democratização da moda. A partir dos anos 1920, com a simplificação do vestuário feminino de que Chanel é de alguma maneira o símbolo, a moda se torna, com efeito, menos inacessível porque mais facilmente imitável: a distância entre as toaletes diminui inelutavelmente. A partir do momento em que a exibição de luxo tornou-se signo de mau gosto,

que a verdadeira elegância exigiu discrição e ausência de aparato, a moda feminina entrou na era da aparência democrática. Em 1931, a jornalista Janet Flanner escrevia a propósito de Chanel: “Chanel lançou o ‘gênero pobre’, introduziu no Ritz o tricô do apache, tornou elegantes a gola e os punhos da camareira, utilizou o lenço de cabeça do operário de terraplenagem e vestiu as rainhas com macacões de mecânico”. Evidentemente, distâncias muito nítidas continuaram a distinguir as toaletes das diferentes classes, mas o fato mais importante reside em que o luxo do vestuário deixou de ser um imperativo ostentatório, só legítimo uma vez esfumado e invisível; uma certa simplicidade “impessoal”, aparentemente estandardizável, conseguiu impor-se na cena da elegância feminina. “Eis o Ford assinado por Chanel”, concluía em 1926 a edição americana de *Vogue* a respeito de um vestido preto, sóbrio, de mangas compridas. Nos antípodas da ênfase aristocrática, o estilo moderno democrático vai encarnar-se em linhas depuradas e versáteis, em “uniformes” ostensivamente discretos. Se a primeira revolução a instituir a aparência feminina moderna reside na supressão do espartilho por Poiret em 1909-10, a segunda, sem dúvida mais radical, situa-se nos anos 1920 sob o impulso de Chanel e de Patou. Paul Poiret abandonou o espartilho, deu uma flexibilidade nova ao andar feminino, mas permaneceu fiel ao gosto da ornamentação sofisticada, à suntuosidade tradicional do vestuário. Chanel e Patou, ao contrário, repudiaram o luxo vistoso, despojaram a mulher das fanfreluches e das nove-horas: elas usarão, doravante, vestidos justos curtos e simples, chapéus em forma de sino, calças e malhas de lã, Chanel poderá vestir as mulheres da alta sociedade com *tailleur de jérsei*, com pulôver cinza, preto ou bege. Patou criará suéteres com motivos geométricos e saias retas plissadas. Doravante é chique não parecer rico. O que se afirmou para os homens no século XIX, com a estética de Brummell, ganhou de uma maneira muito diferente o universo feminino; a exibição flamejante eclipsou-se em benefício da estética democrática da pureza, da sobriedade, do conforto.

A heterogeneidade das toaletes, consubstancial à ordem aristocrática, onde o fausto ostentatório é um imperativo social destinado a marcar com brilho a dessemelhança humana e social, foi substituída, no começo do século XX, por uma moda de tendência “homogênea”, que repousa na própria rejeição do princípio da exibição majestosa e superior da

hierarquia. “Outrora as mulheres eram arquitetônicas como proas de navios, e belas. Agora, parecem pequenas telegrafistas subalimentadas”, dizia Poiret — a alteridade social, longe de ser supersignificada pelo traje, é no presente oculta em razão da decadência dos signos da suntuosidade ostensiva. Reabsorção dos símbolos da distância social que, evidentemente, não pode ser separada do imaginário democrático da igualdade de condições: seres reconhecidos de essência semelhante não podem, no limite, senão oferecer uma imagem de si mesmos sem disparidade extrema, sem marca gritante de fosso hierárquico. No mais profundo da revolução do vestuário feminino do século XX, na sequência da dos homens, há o desmoronamento do universo “holista”, o advento de uma sociedade comandada pelo ideal da igualdade democrática.

O processo, contudo, não se realizou sem um certo equívoco: o luxo permaneceu, de fato, com a condição de ser eufemístico, um valor insubstituível de gosto e de refinamento de classe no coração da Alta Costura. A democratização da moda não significa uniformização ou igualação do parecer; novos signos mais sutis e mais nuançados, especialmente de *griffes*, de cortes, de tecidos, continuaram a assegurar as funções de distinção e de excelência social. Ela significa redução das marcas da distância social, amortecimento do princípio aristocrático do *conspicuous consumption*, paralelamente a esses novos critérios que são a esbeltez, a juventude, o sex-appeal, a comodidade, a discricção. A moda de cem anos não eliminou os signos da posição social; atenuou-os, promovendo pontos de referência que valorizam mais os atributos mais pessoais: magreza, juventude, sex appeal etc.

O estilo democrático sóbrio também não se impôs uniformemente. Paralelamente aos trajes de dia simples e ligeiros, a Alta Costura não deixou de criar vestidos de noite suntuosos, sofisticados, hiperfemininos. A moda de cem anos aprofundou a distância entre os diferentes tipos de vestuários femininos. De um lado, uma moda de dia (cidade e esporte), sob a égide da discricção, do confortável, do “funcional”. Do outro, uma moda de noite feérica, realçando a sedução do feminino. A democratização da moda caminhou junto com a *desunificação* da aparência feminina: esta tornou-se muito mais proteiforme, menos homogênea; pôde atuar sobre mais registros, da mulher voluptuosa à mulher descontraída, da *school boy* à mulher profissional, da mulher esportiva à mulher *sexy*. A desqualificação dos signos faustosos fez o

feminino entrar no ciclo do jogo das metamorfoses completas, da coabitação de suas imagens díspares, por vezes antagônicas.

Mais diretamente que o imaginário da igualdade, outros fatores, culturais e estéticos, tiveram um papel de primeiro plano na revolução democrática do parecer feminino. Os *esportes* em particular. Mesmo pouco difundida, a prática do golfe, do tênis, da bicicleta, dos banhos de mar, do alpinismo, das excursões, da caça, dos esportes de inverno, da direção automobilística permitiu modificar, de início lentamente, muito mais depressa após a Grande Guerra, o ar dos trajes femininos.⁴ O golfe introduziu o uso do cardigã; a bicicleta permitiu o aparecimento, por volta de 1890, de calças bufantes apertadas sob o joelho e, em 1934, do short de verão; os banhos de mar impulsionaram, no começo do século XX, a inovação de maiôs sem mangas com decote redondo, seguida, nos anos 1920, do maiô de uma só peça com as pernas e os braços nus. Nos anos 1930, as costas serão completamente descobertas no maiô duas peças. Desde os anos 1920, os vestidos de hóquei, de patinação e de tênis ficaram mais curtos; em 1921, Suzanne Lenglen causara sensação jogando tênis pela primeira vez com saia plissada que terminava abaixo do joelho e com cardigã sem mangas. Desde o final do século XIX, os trajes de esporte multiplicaram-se: em 1904, a casa Burberry apresentava um catálogo de 254 páginas consagrado quase inteiramente ao vestuário esportivo de confecção. No começo dos anos 1920, a Alta Costura lançou-se nesse espaço: em 1922, Patou faz uma primeira apresentação de trajes de esporte e de ar livre; em 1925, abre sua loja, Le Coin des Sports. O chique, então, será usar conjuntos esporte mesmo para passear na cidade e ir ao restaurante: o sportswear fez sua primeira aparição de “classe”. Passear de short, exhibir as pernas, os braços, as costas, a barriga tornou-se pouco a pouco legítimo: o biquíni fará sua aparição por volta do final dos anos 1940. Os estilos versáteis, funcionais, sexy não são separáveis nem da voga crescente dos esportes nem do universo individualista-democrático que afirma a autonomia primeira das pessoas; juntos, desencadearam um processo de *desnudação* do corpo feminino e um processo de redução das coações rígidas do vestuário que entravam a expressão livre da individualidade. Os esportes dignificaram o corpo *natural*; permitiram mostrá-lo mais tal como é, desembaraçado das armaduras e trucagens excessivas do vestuário.

Os esportes não apenas fizeram evoluir os trajes especializados, mas contribuíram, de maneira crucial, para mudar as linhas do vestuário feminino em geral, criando um novo ideal estético de feminilidade. Pelo ângulo do culto esportivo, impôs-se o protótipo da mulher esguia, esbelta, moderna, que joga tênis e golfe, por oposição à mulher vaporosa, sedentária, entretida em seus babados e rendas. A dessofisticação do vestuário dos anos 1920, a eliminação dos franzidos e fanfreluches em proveito das formas sóbrias e limpas vieram como resposta a esse novo ideal de esporte, de leveza, de dinamismo. De 1924 a 1929, Patou criou todos os seus modelos sobre o mesmo princípio de seus trajes de ar livre e de esporte: “Meus modelos são concebidos para a prática do esporte. Faço de modo a que sejam tão agradáveis de olhar quanto de usar e permitam uma grande liberdade de movimento”.⁵ Quarenta anos mais tarde, a sensação Courrèges e suas linhas futuristas dos anos 1960 só farão radicalizar esse processo em nome dos mesmos valores de conforto e de expansão do corpo: “Procurei uma moda dinâmica, com a constante preocupação da liberdade do gesto... a mulher de hoje liberou-se. É preciso que o seja também fisicamente. Não se pode vesti-la como estática, como sedentária” (Courrèges).

Como ignorar, por outro lado, a influência considerável das correntes da arte moderna na transformação democrática da moda após a Primeira Guerra Mundial? A silhueta da mulher dos anos 1920, reta e lisa, está em consonância direta com o espaço pictórico cubista feito de panos nítidos e angulares, de linhas verticais e horizontais, de cores uniformes e de contornos geométricos; faz eco ao universo tubular de Léger, ao *despojamento* estilístico empreendido por Picasso, Braque, Matisse, depois de Manet e Cézanne. Os volumes e curvas da mulher deram lugar a uma aparência depurada, dessofisticada, na continuidade do trabalho das vanguardas artísticas. A moda tirou as lições do projeto modernista, começado por Manet, de que Georges Bataille dizia que se caracterizava pela “negação da eloquência”, pela rejeição “da verborreia grandiloquente” e da majestade das imagens; abandonando a poética da ornamentação e da exibição da lantejoula, a moda Costura trabalhou parcialmente para dessublimar e desidealizar o aspecto feminino, democratizou o estilo do vestuário no clima dos novos valores estéticos modernistas, dirigidos para a depuração das formas e a recusa do decorativo.

A democratização da aparência correspondeu a extensão e depois a generalização do *desejo de moda*, outrora circunscrito às camadas privilegiadas da sociedade. A moda de cem anos não só aproximou as maneiras de vestir-se, como difundiu em todas as classes o gosto das novidades, fez das frivolidades uma aspiração de massa, enquanto concretizava o direito democrático à moda instituído pela Revolução. Ainda que, há séculos, camadas sociais ampliadas tenham tido acesso às modas, é só depois da Primeira e da Segunda Guerra Mundial que o “direito” à moda encontrará uma base real e uma legitimidade de massa. Está longe o tempo em que os sarcasmos tinham por alvo as classes inferiores imitando a aparência aristocrática. O ridículo na era democrática estará menos na imitação da moda (excetuando-se o esnobismo) do que no *fora de moda*, essa nova “interdição” de massa. A moda de cem anos emancipou a aparência das normas tradicionais, ao mesmo tempo que impunha a todos o *ethos* da mudança, o culto da modernidade; mais do que um direito, a moda tornou-se um imperativo social categórico. Pelo feérico da Alta Costura, das revistas, das estrelas, as massas foram preparadas para o código da moda, para as variações rápidas das coleções sazonais, paralelamente, aliás, à sacralização do código da originalidade e da personalidade. Essa é uma das características da moda de cem anos: a reivindicação cada vez mais ampla de individualidade foi acompanhada de uma obediência sincronizada, uniforme, imperativa às normas da Alta Costura. Ao mesmo tempo que cada estação prescreve regularmente suas novidades, tornando imediatamente fora de moda o que “se fazia” antes, a moda é seguida o mais exatamente possível, em ordem cadenciada; os afastamentos, contestações e antimodas só tendo começado a ganhar alguma amplitude nos anos 1960. Imposição de uma tendência homogênea e proclamação sazonal de uma moda “oficial”, de um lado; conformismo de massa e submissão uniforme aos códigos de vestuário, de outro: esse momento se liga, a despeito de sua especificidade organizacional, à era rígida e standardizada das disciplinas.⁶ A moda de cem anos contribuiu, paralelamente às organizações disciplinares e às instituições democráticas, para arrancar nossas sociedades da ordem holista-tradicional, para instalar normas universais e centralizadas, para instituir a primeira fase das sociedades modernas individualistas autoritárias.

A MODA CONSIDERADA
COMO UMA DAS BELAS-ARTES

Com a Alta Costura aparece a organização da moda tal como a conhecemos ainda hoje, pelo menos em suas grandes linhas: renovação sazonal, apresentação de coleções por manequins vivos, e sobretudo uma nova vocação, acompanhada de um novo status social do costureiro. O fenômeno essencial, com efeito, é este: desde Worth, o costureiro se impôs como um criador cuja missão consiste em elaborar modelos inéditos, em lançar regularmente novas linhas de vestuário que, idealmente, são reveladoras de um talento singular, reconhecível, incomparável. Fim da era tradicional da moda, entrada em sua fase moderna artística — tal é o gesto realizado por Worth, o primeiro que introduz mudanças incessantes de formas, de tecidos, de acessórios, que transforma a uniformidade das toaletes a ponto de chocar o gosto do público, que pode reivindicar uma “revolução” na moda atribuindo-se o mérito de ter destronado a crinolina. O costureiro, após séculos de relegação subalterna, tornou-se um artista moderno, aquele cuja lei imperativa é a inovação. É nesse contexto que a moda se identificará cada vez mais com a profusão criativa da Alta Costura: antes de 1930, as grandes casas apresentavam a cada estação coleções ricas de 150 a 300 modelos novos, e nos anos 1950, em que o número médio variava ainda entre 150 e 200, criavam-se em Paris cerca de 10 mil protótipos por ano.

A distância em relação ao passado é nítida, marcada: de artesão “rotineiro” e tradicional, o costureiro, agora modelista, tornou-se “gênio” artístico moderno. Até então, o alfaiate ou a costureira tinham pouca iniciativa, os “moldes” eram imperativos; a arquitetura geral do vestuário, seus elementos de base eram mais ou menos invariáveis durante um dado período; só certas partes do traje autorizavam um corte e um feitiço fantasistas. A realizadora não tinha nenhum papel criador; é preciso esperar o aparecimento, na segunda metade do século XVIII, dos “vendedores e vendedoras de moda” para que seja reconhecida, em ofícios de moda, uma certa autonomia criadora, circunscrita no caso só aos ornamentos e acessórios da toaleta. O talento artístico conferido aos negociantes de moda reside, então, no talento *decorativo*, na capacidade de enfeitar e enobrecer o vestuário por meio de

fantasias de moda (chapéus, casquetes, bugigangas, passamanarias, fitas, plumas, luvas, leques, fichus etc.), não na invenção de linhas originais. Conservantismo e uniformidade na confecção de conjunto, fantasia e originalidade mais ou menos acentuadas nos detalhes — assim se pode resumir a lógica que ordena a moda desde que ela verdadeiramente tomou corpo no Ocidente, a partir da metade do século XIV. É esse dispositivo que vai ser brutalmente modificado pela Alta Costura, a partir do momento em que a vocação suprema do modelista reside na criação incessante de protótipos originais. O que passou ao primeiro plano foi a linha do vestuário, a ideia original, não mais apenas no nível dos adornos e acessórios, mas no nível do próprio “molde”. Chanel poderá dizer mais tarde: “Façam primeiro o vestido, não façam primeiro o acessório”.

De direito, o modelista é um criador “livre”, sem limites; de fato, à frente de um empreendimento industrial e comercial, o grande costureiro vê sua autonomia criadora limitada pelos costumes do tempo, pelo estilo em voga, pela natureza particular do produto realizado — o traje — que deve agradar a estética das pessoas e não apenas satisfazer o puro projeto criador. É por isso que não se pode levar muito longe o paralelismo entre o aparecimento do costureiro criador e o dos artistas modernos em sentido estrito. Se o Novo se torna uma lei comum, resta que os pintores, escritores e músicos tiveram uma liberdade de experimentação, um poder de afastar as fronteiras da arte que não tem equivalente na moda. Mesmo novo, o vestuário deve seduzir e valorizar a pessoa que o usa; mesmo novo, não deve chegar cedo *demais* nem chocar *demais* as conveniências ou os gostos. Portanto, nem tudo mudou com o advento da Alta Costura: como no passado, o novo de moda permaneceu um conjunto de variações necessariamente lentas no estilo de uma época, uma “aventura confortável” (Sapir), “sem risco”, comparada às rupturas brutais, às dissonâncias, às provocações da arte moderna. Com a Alta Costura, houve uma descontinuidade organizacional, mas sobre o fundo de continuidade própria da moda e de seu imperativo de sedução imediata.

A despeito desse conservantismo consubstancial à moda, a Alta Costura sistematizou a um ponto tal a lógica da inovação, que não é ilegítimo reconhecer aí uma figura particular, certamente menos radical, mas no entanto significativa do dispositivo original que aparece na

Europa: a vanguarda. Não é um fenômeno anedótico que, desde a aurora do século XX, certos grandes costureiros admiram e frequentam os artistas modernos: Poiret é amigo de Picabia, Vlaminck, Derain e Dufy; Chanel é ligada a P. Reverdy, Max Jacob; Juan Gris realiza os trajes da *Antigone* de Cocteau, sendo os cenários de Picasso e a música de Honegger; as coleções de Schiaparelli são inspiradas pelo surrealismo. Mesmo lentas, as audácias do vestuário se multiplicam a ponto de ofuscar a tradição aristocrática (o célebre “miserabilismo de luxo” de Chanel escarnecido por Poiret), os gostos estéticos e a imagem arquetípica da mulher (estilo garçonne, vestidos de noite excêntricos, shocking pink), os costumes e a decência: vestido curto pelo joelho dos anos 1920, profundidade do decote nas costas e desnudamento dos trajes de verão ou de praia dos anos 1930, minissaia dos anos 1960. Nos anos 1920, certos estados americanos editarão leis para deter a onda de impudor ligada ao encurtamento dos vestidos;⁷ já nos anos 1920, o arcebispo de Paris se associara a um protesto dirigido aos costureiros, responsáveis por modas indecentes e provocantes. Desde os anos 1920, Chanel e Patou substituíram a lógica da ornamentação complexa, que prevalecia desde sempre, pela do estilo e da linha rigorosa; aparece uma revolução no vestuário feminino que de alguma maneira faz tábula rasa do passado, do imperativo do cerimonial e do ornamento luxuoso próprio da moda anterior. Dessublimação relativa da moda (“robe-chemise”, emprego de materiais pobres, “jérsei”, depois panos de saco, de limpeza, materiais sintéticos em Schiaparelli) correspondente à da arte modernista; simplificação ou depuração da moda paralela a certas pesquisas dos cubistas, dos abstratos, dos construtivistas. A exemplo da arte, a Alta Costura lançou-se em um processo de rupturas, de escalada, de mudanças profundas, que a tornam aparentada, a despeito de sua não linearidade, de suas reviravoltas, de suas “voltas atrás” (o *New Look* de Dior), à vanguarda. Ainda que a corrida para a frente não se tenha traduzido pelos signos extremistas e destruidores do desmembramento, a moda foi conquistada, em sua escala, ludicamente, pela lógica moderna da revolução, com suas discontinuidades, sua embriaguez do Novo, mas também com suas excomunhões, suas rivalidades, suas lutas de tendência inerentes ao mundo dos criadores.

A nova vocação do costureiro foi acompanhada por uma extraordinária promoção social. Sob o Antigo Regime, alfaiates e

costureiras eram personagens anônimos relegados à esfera inferior das “artes mecânicas”; seus nomes, nos opúsculos e textos que ecoam de perto ou de longe a moda, quase nunca eram consignados. As novidades em voga levavam, então, o nome do grande personagem, do nobre, que lançara tal ou tal moda. A mudança sobrevém no século XIX e sobretudo com Worth: a partir desse momento, o costureiro vai gozar de um prestígio inaudito, é reconhecido como um poeta, seu nome é celebrado nas revistas de moda, aparece nos romances com os traços do esteta, árbitro incontestado da elegância; como as de um pintor, suas obras são assinadas e protegidas pela lei. Por seu proclamado desdém pelo dinheiro e pelo comércio, por seu discurso evocando a necessidade da “inspiração”, o grande costureiro se impõe como um “artista de luxo” (Poiret) que coleciona obras de arte, que vive num cenário faustoso e refinado, que se cerca de poetas e de pintores, que cria ele próprio trajes de teatro, de balé, de filme, que subvenciona a criação artística. Rivaliza-se nas referências artísticas para designar os modelistas: Dior é o Watteau dos costureiros, Balenciaga, o Picasso da moda.⁸ A própria criação de moda faz uso da citação artística: os vestidos Mondrian ou Pop Art, as saias Picasso de Yves Saint-Laurent. A alta sociedade e depois a imprensa especializada permitiram ao grande costureiro não só reforçar sua imagem de artista, mas também adquirir um renome internacional imenso: em 1949, o Instituto Gallup dava Christian Dior como uma das cinco personalidades internacionais mais conhecidas.

Por espetacular que seja, tal promoção social não é absolutamente nova. Desde a metade do século XVIII, os ofícios de moda, os cabeleireiros, os sapateiros, os “comerciantes de modas” se consideram e são cada vez mais considerados como artistas sublimes. Nessa época aparecem os primeiros tratados sobre a arte do penteado, especialmente de Le Gros e de Tissot. Em seu *Traité des principes et de l'art de la coiffure*, Lefèvre, cabeleireiro de Diderot, escreve: “De todas as artes, a do penteado deveria ser uma das mais estimadas; as da pintura e da escultura, essas artes que fazem viver os homens séculos após sua morte, não podem disputar-lhe o título de colega; não podem negar a necessidade que dela têm para terminar suas obras”. A era dos grandes artistas do cabelo se abre; penteiam com traje característico, a espada de lado; escolhem sua clientela e chamam-se “criadores”. Le Gros colocava sua arte acima da dos pintores e abre a primeira escola profissional

batizada de “Academia de Penteado”. Um pouco mais tarde é o nome de Léonard que se impõe, talvez o cabeleireiro mais famoso, a propósito de quem a sra. de Genlis dizia em 1769: “Enfim Léonard chegou; vem e é rei”. Triunfo igualmente dos sapateiros sublimes, esses “artistas dos sapatos”,⁹ e sobretudo dos comerciantes de modas consagrados como artistas da moda, como bem sugere L. S. Mercier em seu *Tableau de Paris*: “As costureiras que cortam e costuram todas as peças do vestuário das mulheres e os alfaiates que fazem os espartilhos e coletes são os pedreiros do edifício; mas a comerciante de modas, criando os acessórios, imprimindo a graça, conseguindo a prega encantadora, é o arquiteto e o decorador por excelência”.¹⁰ Os comerciantes de modas, que substituíram há pouco o comércio do armarinho, fazem fortuna e gozam de uma glória imensa: Beaulard é cantado como um poeta; Rose Bertin, “ministra das modas” de Maria Antonieta, é celebrada em versos pelo poeta J. Delille; seu nome se encontra nas cartas da época, nas memórias e gazetas. Agora, o refinamento, o preciosismo e a impertinência são aceitos entre esses artistas da moda de faturas exorbitantes. Com cinismo, Rose Bertin responde a uma de suas clientes que discutia seus preços: “Só se pagam a Vernet sua tela e suas cores?”.¹¹ Tomando como pretexto qualquer acontecimento, sucesso de teatro, falecimento, acontecimentos políticos, batalhas, a arte dos comerciantes de modas se exerce em fantasias e fanfreluches inumeráveis; são essas criações de artistas que explicam o montante das faturas: “No preço de custo de um vestido, tal como figura nos livros de contas das comerciantes de modas, o tecido (99 varas, ou seja, 107 metros de veludo preto) representa 380 libras, o feitiço 18 libras e os acessórios 800 libras”.¹² Sob o Império, Leroy, cuja glória é tão grande quanto a fatuidade, consagra o próprio alfaiate como artista; uma revista de moda da época observa: “Os senhores alfaiates hoje desprezam a costura e só se ocupam do que chamam de desenho do traje”. No mesmo momento, a sra. Raimbaud, a célebre costureira, é apelidada pelas gazetas de “o Michelangelo da moda”. Sob a monarquia de Julho, Maurice Beauvais é consagrado como “o Lamartine dos modistas”, enquanto brilham novos nomes de costureiras (Vignon, Palmyre, Victorine) e costureiros (Staub, Blain, Chevreuil). Quando Worth se impõe como esse “autocrata do gosto”, a gente de moda tornara-se há muito tempo gente de arte. A celebridade de Worth e depois a das grandes casas, sua condescendência

em relação aos clientes, seu luxo e seu refinamento, suas maneiras de artista, suas faturas assombrosas não designam uma reviravolta histórica, mas prolongam um *ethos* e um processo de elevação social que já data de um século.

Não se pode separar a consagração dos ofícios de moda da nova representação social da moda que se delineia mais ou menos no mesmo momento. Durante séculos, as modas jamais foram objeto de uma descrição por si mesmas: nada de revistas especializadas, nada de crônicas redigidas por profissionais. Quando textos e opúsculos evocavam a moda, supunha-se que esta era conhecida dos leitores; as indicações fornecidas por escritores moralistas, espíritos religiosos ou pregadores não eram senão pretexto para escarnecer ou denunciar os costumes do tempo e as fraquezas humanas: pretensão dos burgueses enriquecidos, paixão pelo “parecer” dos cortesãos, gosto do dispêndio, inconstância, ciúme e inveja das mulheres. Desde que a moda é mencionada, o gênero que domina é satírico. Em suas Memórias, os grandes senhores não se dignavam levar em conta as superfluidades, do mesmo modo que a literatura elevada onde eles eram representados. Os opúsculos que deixam conhecer em detalhe as características e as formas do vestuário são excepcionais; de maneira geral, a informação é menos importante do que as finezas estilísticas da versificação ou do que as brincadeiras a que dão lugar as frivolidades. Com os primeiros periódicos ilustrados de moda no final do Antigo Regime, o tratamento dado à moda muda; doravante, é regularmente descrita por ela mesma e oferecida ao olhar: *Le Magazin des modes françaises et anglaises*, que aparece de 1786 a 1789, tem por subtítulo: “Obra que dá um conhecimento exato e ágil dos trajés e adereços novos”. Sem dúvida, toda uma literatura crítica se manterá, e até o século XX, fustigando os artifícios e a alienação das consciências nas pseudonecessidades, mas sem comparação com a amplitude sociológica e midiática da nova tendência “positiva” para fazer da moda um objeto a ser mostrado, analisado, registrado como manifestação *estética*. Proliferação dos discursos de moda não apenas nas revistas especializadas, cada vez mais numerosas nos séculos XIX e XX, mas também entre os próprios escritores que, no decorrer do século XIX, fazem da moda um assunto digno de atenção e de consideração. Balzac escreve um *Traité de la vie élégante* (1830) e Barbey d’Aurevilly, *Du dandysme et de George Brummell* (1845), assim

como diversos artigos de moda. Baudelaire redige um *Eloge du maquillage*; vê na moda um elemento constitutivo do belo, um “sintoma do gosto pelo ideal”, e empenha-se em “vingar a arte da toaile das ineptas calúnias com que a oprimem certos amantes muito duvidosos da natureza”.¹³ Mallarmé escreve *La Dernière Moda*; no final do século, P. Bourget, Goncourt, Maupassant dão ao romance mundano uma dignidade literária e uma base de realidade fazendo uma pintura minuciosa e exata da vida elegante, dos adornos do *high life* e de seus cenários delicados, refinados, luxuosos. Um pouco mais tarde, Proust descreverá as rivalidades mundanas e se interrogará sobre os motivos psicológicos da moda, do esnobismo, nos salões do faubourg Saint-Germain. A partir da segunda metade do século XVIII, a moda se impôs como algo para exaltar, descrever, exhibir, filosofar; tanto ou talvez mais ainda do que o sexo, ela se tornou uma máquina prolixa de produzir texto e imagem. A era moralista-crítica da moda deu lugar a uma era informacional e estética que traduz um superinvestimento em questões relacionadas ao parecer, um interesse sem precedente pelas novidades, essas paixões democráticas que tornarão possível a glória da gente de moda e sobretudo dos grandes costureiros.

No momento em que a moda se afirma como objeto sublime, a época se torna rica em invenções de palavras que designam a pessoa na moda e o *dernier cri* em matéria de elegância. A partir do século XIX, fala-se dos *beaux*, dos *fashionables*, dos *dandies*, dos *lions et lionnes*, dos *cocodès*, dos *gommeux et gommeuses*; no final do século, *smart* substitui *urf*, *chic*, *copurchic*, *v’lan*, *rupin*, *sélect*, *ha*, *pschutt*. Os primeiros decênios do século XX verão o aparecimento de *dernier bateau*, *dans le train*, *up to date*. À multiplicação dos discursos de moda correspondem uma aceleração e uma proliferação do vocabulário *dans le vent*, redobrando o culto moderno consagrado ao efêmero.

A dignificação social e estética da moda caminhou ao lado da promoção de inúmeros assuntos menores, agora tratados com a maior seriedade, como o revelam os gostos dândis assim como obras tais como: *La Gastronomie*, de Berchoux (1800), o *Almanach des gourmands*, de Grimod de La Reynière (1803), a *Physiologie du goût*, de Brillat-Savarin (1825), a *Art de mettre sa cravate* (1827) e a *Art de fumer et de priser sans déplaire aux belles* (1827), de Émile Marc Hilaire, o *Manuel du fashionable* (1829), de Eugène Ronteix, a *Théorie de la démarche*, de Balzac. A era

moderna democrática valorizou as frivolidades, elevou à posição de arte sublime a moda e os assuntos subalternos. Num movimento de que o dandismo oferece uma ilustração particular mas exemplar, o fútil (decoração, locais de frequência, trajés, cavalos, charutos, refeições) tornou-se coisa primordial, semelhante às ocupações tradicionalmente nobres.

A elevação social da gente de moda certamente não é um fenômeno sem precedente; num sentido, pode-se ligá-lo a um movimento de reivindicação muito mais antigo, já que inaugurado nos séculos XV e XVI pelos pintores, escultores e arquitetos, que não se detiveram antes de obter para suas profissões um estatuto de artes liberais, radicalmente distinto daquele dos ofícios mecânicos ou artesanais. Mas se a luta das corporações para que seus membros chegassem à condição de artistas e gozassem do reconhecimento social não é de modo algum nova, resta que nos séculos XVIII e XIX o processo manifestou-se por sinais particulares, tão característicos do momento histórico, que não pôde deixar de ser favorecido pelos valores próprios à era moderna. O notável, com efeito, reside na maneira pela qual se traduziu a reivindicação de seus novos estatutos; todos os testemunhos concordam: o artista de moda impôs-se com uma incrível impertinência e arrogância em relação à sua clientela, ainda que esta fosse da mais alta sociedade. Insolência de um Charpentier, de um Dagé,¹⁴ de uma Rose Bertin, de quem a sra. de Oberkirch pôde dizer que lhe parecia “uma pessoa singular, inchada de sua importância, tratando de igual para igual com as princesas”.¹⁵ Os modistas sublimes não só fazem valer que sua arte iguala em nobreza à dos poetas e dos pintores, mas comportam-se como iguais com os nobres. Por isso, a reivindicação dos ofícios de moda é inseparável dos valores modernos, do ideal igualitário de que é uma das manifestações. O fenômeno é sem precedente e traduz o ímpeto de ambição social correlativa à era democrática em seu estado nascente. Tocqueville já o observara: “No momento em que essa mesma igualdade estabeleceu-se entre nós, fez eclodir imediatamente ambições quase sem limites [...] Toda revolução aumenta a ambição dos homens. Isso é sobretudo verdadeiro da revolução que derruba uma aristocracia”.¹⁶ Orgulho e impertinência de modo algum circunscritos, de resto, aos ofícios de moda, mas que aparecem tanto no comportamento dos jovens que se gabam de moda, de refinamento, de elegância (*petits-maîtres*,

muscadins, incroyables, fashionables, dandies), quanto nas Cartas onde surge um novo tom em relação ao leitor. Autores como Stendhal, Mérimée, A. de Musset, Théophile Gautier exibem seu desprezo pelos gostos do grande público e seu receio de serem comuns usando de um estilo feito de graça impertinente, de despreocupação afetada, de alusões desdenhosas, de afirmações arrogantes em relação ao leitor.¹⁷ A pretensão artística e a insolência da gente de moda não podem ser separadas de uma corrente mais ampla de ambição, de suficiência, de vaidade, própria à entrada das sociedades na era da igualdade.

A consagração dos criadores de moda, evidentemente, só se explica parcialmente a partir da ambição corporativista, mesmo exacerbada pela exigência igualitária. Se a gente de moda conseguiu ser reconhecida como artistas de gênio é que uma nova sensibilidade para as superfluidades, novas aspirações apareceram, valorizando de maneira inédita feitos até então indignos de ser levados em conta. Sem dúvida, desde a Renascença a moda gozava de certa consideração como símbolo de excelência social e de vida de corte. Contudo, não a ponto de merecer ser exaltada e descrita em sua realidade detalhada. Nas eras aristocráticas, a moda é uma expressão demasiadamente material da hierarquia para que se lhe conceda atenção; o estilo elevado em literatura põe em cena as façanhas heroicas, as atitudes gloriosas e magnânimas dos seres de exceção, o amor ideal e depurado das grandes almas, não as coisas pequenas e fáceis, as realidades concretas, ainda que fossem de luxo, que o vulgo pode atingir e possuir. Os únicos modelos legítimos serão encontrados nas figuras de devotamento, de glória, de amor sublime, não nas imagens de moda. A promoção das frivolidades não se pôde efetuar senão porque novas normas se impuseram, desqualificando não apenas o culto heroico de essência feudal, mas também a moral cristã tradicional que considera as frivolidades como signos do pecado do orgulho, de ofensa a Deus e ao próximo. Inseparável da desafeição progressiva pelos valores heroicos e pela moral religiosa, a promoção da moda o é, ao mesmo tempo, do crédito de que vão gozar na corte e na cidade, sobretudo a partir do século XVIII, o prazer e a felicidade, as novidades e as facilidades materiais, a liberdade concebida como satisfação dos desejos e abrandamento das conveniências rigoristas e interdições morais; desde então, o gozo pessoal tende a prevalecer sobre a glória, o atrativo e a finura sobre a

grandeza, a sedução sobre a exaltação sublime, a volúpia sobre a majestade ostentatória, o decorativo sobre o emblemático. Foi dessa redução da ideia de altivez correlativa à dignificação das coisas humanas e terrestres que saiu o culto moderno da moda, que não é senão uma de suas manifestações. A apologia da felicidade, a busca do agradável, a aspiração a uma vida mais livre, mais radiosa, mais fácil acarretaram um processo de humanização do sublime, uma concepção menos majestosa, menos elevada do belo, assim como um enobrecimento das coisas úteis, dos “pequenos prazeres”, das fantasias decorativas, das belezas e refinamentos temporais: fanfreluches, bibelôs, “pequenos apartamentos”, decorações de interior, miniaturas, pequenos camarotes de teatro etc. A hegemonia do majestoso foi substituída por uma estética das formas graciosas, por um elogio da leveza sedutora, da *variedade*, fonte de prazeres e de excitações. No coração do estatuto moderno da moda, a nova moral individualista dignificando a liberdade, o prazer, a felicidade: assim, *Le Magasin des modes*, que tem por epígrafe “o tédio nasceu um dia da uniformidade”, é bem um eco do espírito hedonista do século (ainda que conciliado com a razão, a moderação, a virtude), apaixonado por sensações inesperadas, por surpresas, por renovações. Na raiz da promoção da moda, o repúdio do pecado, a reabilitação do amor de si mesmo, das paixões e do desejo humano em geral; a mesma revista define assim seus objetivos: “Colocar todo mundo em condição de satisfazer essa paixão que traz em estado nascente pelos objetos que o farão aparecer com o máximo de vantagens e de brilho”. Foram esses novos valores morais que glorificam o humano que permitiram o enobrecimento da moda. A ideologia individualista e a era sublime da moda são assim inseparáveis; culto da expansão individual, do bem-estar, dos gozos materiais, desejo de liberdade, vontade de enfraquecer a autoridade e as coações morais: as normas “holistas” e religiosas, incompatíveis com a dignidade da moda, foram minadas não só pela ideologia da liberdade e da igualdade, mas também pela do prazer, igualmente característica da era individualista.

Certamente, o triunfo do prazer e das frivolidades foi favorecido pelo crescimento das riquezas, pelo desenvolvimento da “sociedade de corte” e dos salões, pelo fortalecimento da monarquia absolutista e pela nova situação da nobreza, despossuída de todo poder real, reduzida a encontrar seus símbolos de excelência nos artifícios e superfluidades no

momento em que a burguesia enriquecida procura imitar, como nunca, as maneiras nobres. A Revolução e a abolição dos privilégios acentuarão ainda mais o processo, favorecendo os desejos de elevar-se e de brilhar, aumentando o desejo de transpor as barreiras, mantendo a aristocracia como farol de vida mundana, despertando o desejo de destacar-se do comum e do vulgar por uma estetização maior das aparências. Isso posto, seria demasiadamente redutor assimilar o fenômeno a um recurso elitista de reconhecimento e de diferenciação de classes em uma sociedade em que a desigualdade de nascimento já não é legítima, em que se dissolvem os critérios estáveis de dignidade social, em que o prestígio é menos um dado do que uma conquista. Recolocado na longa duração, o novo estatuto da moda deve ser interpretado bem mais como uma fase e um instrumento da revolução democrática. O que significa, com efeito, a sagração artística da moda se não um rebaixamento do sentido do sublime, uma humanização dos ideais, a primazia concedida aos “pequenos prazeres” acessíveis a todos, a obsessão das pequenas diferenças e das nuances sutis? O ideal democrático da sedução, dos sucessos rápidos, dos prazeres imediatos ganhou precedência sobre a exaltação heroica das grandezas e sobre a desmedida da moral aristocrática. Além disso, elevando em dignidade fenômenos e funções inferiores, turvando a divisão arte nobre/arte modesta, o império da moda contribuiu no trabalho da igualdade. Por essa dissolução dos gêneros e ofícios hierarquizados que institui uma igualdade de princípio entre domínios outrora heterogêneos, a celebração da moda aparece como uma manifestação democrática, ainda que seja no interior do mundo dos privilegiados e em nome da diferença distintiva que ela tenha nascido.

Ao mesmo tempo que a moda e a gente de moda ganham suas cartas de nobreza, a “gente de pensamento”, filósofos, escritores, poetas vão gozar igualmente de um imenso prestígio, são considerados por vezes “como reis” (um Voltaire, por exemplo) e se atribuem o papel supereminente de guias, educadores, profetas do gênero humano.¹⁸ Do mesmo modo que o artista de moda se impõe como árbitro de elegância, o intelectual, o poeta, mais tarde os cientistas têm pretensão à legislação dos valores, invocam seu direito de educar o povo e governar a opinião, tendo em vista o bem público e o progresso. Esse triunfo da corporação pensante e dos artistas missionários não deve ocultar, todavia, a outra

face do fenômeno a partir da época romântica e sobretudo da metade do século XIX, momento em que, com efeito, os artistas começam a apresentar uma representação ambivalente, derrisória de si próprios.¹⁹ A glória do artista e sua decadência, o esplendor supremo da arte e sua natureza ilusória caminham juntos. O processo não fará senão acentuar-se com os criadores de vanguarda, que chegarão a sabotar-se a si mesmos como artistas, a buscar ações “antiartísticas”, a declarar a arte inferior à vida. A esse trágico da representação artística opõe-se uma imagem triunfante, toda positiva, da moda e do grande costureiro, artista em quem a desrazão frívola aparece como um jogo necessário: “O espírito de contradição na moda é tão frequente e tão regular que nele se encontra quase uma lei. As mulheres não usam raposas sobre vestidos leves, chapéus de veludo no mês de agosto e de palha em fevereiro?... Há, nas decisões da moda e das mulheres, uma espécie de provocação ao bom senso que é encantadora”.²⁰ Enquanto o grande costureiro é celebrado pelo mundo, a imprensa e os escritores, os artistas modernos, os pintores em particular, conhecem uma incontestável desclassificação e rejeição social: suas obras, desde os anos 1860, provocam escândalo, desencadeiam a zombaria, o desprezo e a hostilidade do público. Estabelece-se uma ruptura entre a arte acadêmica e a arte nova, destinando os pintores à incompreensão da maioria, a uma vida precária, à boemia, à revolta, ao destino “de artista maldito”, contrastando de maneira significativa com a fortuna dos grandes costureiros, com seus faustos, suas aceitações dos valores dominantes. À glória dos costureiros correspondeu uma queda de prestígio dos artistas modernos; celebração de um lado, decadência do outro, a lógica democrática, também aqui, prossegue sua obra de igualação das condições, dissolve as dessemelhanças e hierarquias extremas, eleva em dignidade a uns enquanto faz, de alguma maneira, “descer” os outros, ainda que de modo ambíguo, não tendo a arte jamais deixado de tirar de sua própria rejeição a confirmação de sua posição suprema.

A época que engrandeceu a moda é também aquela que, por outro lado, tornou-a “proibida” aos homens: as fantasias serão banidas, os alfaiates para homens jamais se beneficiarão da aura dos grandes costureiros, e nenhuma imprensa especializada será consagrada às modas masculinas. As sociedades modernas cindiram radicalmente o império da moda: a apoteose da moda feminina teve como contrapartida

o recalque ou a denegação da moda masculina, simbolizada pelo uso do traje preto e mais tarde pelo terno-gravata. Sem dúvida o dandismo empenhou-se em “espiritualizar a moda”. Sem dúvida as questões masculinas da elegância, do aspecto, da correção serão muitas vezes tratadas. Mas, no essencial, a moda e seu prestígio não dirão respeito mais do que ao universo feminino; ela se tornou uma arte no feminino. Se a era moderna dissolveu a divisão existente entre a arte nobre e a moda, paradoxalmente acentuou como nunca a divisão do parecer masculino e feminino, engendrou uma desigualdade ostensiva na aparência dos sexos e em sua relação com a sedução.

Tudo foi dito sobre a “grande renúncia” masculina, sobre suas ligações com o aparecimento do mundo democrático e burguês. O traje masculino neutro, escuro, austero, traduziu a consagração da ideologia igualitária como ética conquistadora da poupança, do mérito, do trabalho das classes burguesas. O vestuário precioso da aristocracia, signo da festa e do fausto, foi substituído por um traje que exprime as novas legitimidades sociais: a igualdade, a economia, o esforço. Espoliação dos homens do brilho dos artifícios em benefício das mulheres, estas sim destinadas a dar continuidade aos símbolos de luxo, de sedução, de frivolidade. Mas é preciso ver nessa nova repartição das aparências apenas uma forma daquilo que Veblen chamava de “consumo por procuração”, um meio de continuar a exhibir, por intermédio das mulheres, o poder pecuniário e o estatuto social masculino? Seria subestimar o peso das representações culturais e estéticas que, há séculos e milênios, são ligadas à posição do feminino. Qualquer que seja o papel desempenhado aqui pelo dispêndio demonstrativo de classe, a monopolização feminina dos artifícios é ininteligivelmente separada da representação coletiva do “belo sexo”, da feminilidade destinada a agradar, a seduzir por seus atributos físicos e pelo jogo do factício. A disjunção nova da moda e a preeminência do feminino que institui prolongam a definição social do “segundo sexo”, seus gostos imemoriais pelos artifícios tendo em vista seduzir e parecer bela. Sacralizando a moda feminina, a moda de cem anos institui-se no prolongamento da exigência primeira da *beleza* feminina, no prolongamento das representações, dos valores, das predileções multisseculares do feminino.

A SEDUÇÃO NO PODER

A vocação criadora do costureiro, que define a própria Alta Costura, é inseparável de uma nova lógica no funcionamento da moda: realizou-se uma mutação organizacional que assinala a entrada da moda na era da produção moderna. Até Worth, o alfaiate, a costureira, a comerciante de modas jamais deixaram de trabalhar em ligação direta com a cliente; é de comum acordo que elaboram a toalete, a elegante fazendo valer seu gosto e suas preferências, orientando o trabalho dos profissionais de moda. Assim, Rose Bertin podia evocar suas horas de “trabalho” com a rainha. A gente de moda ainda não adquiriu o direito soberano à liberdade criadora, ficando subordinada, ao menos em princípio, à vontade dos particulares. Na metade do século XVIII, houve sem dúvida uma valorização nova dos ofícios de moda, mas que não foi, de modo algum, acompanhada de uma transformação na organização e na concepção do trabalho: glória e promoção social certamente, não autonomia de criação. Comparado a esse dispositivo artesanal, o gesto de Worth é crucial: equivale à destruição da secular lógica de subordinação ou de colaboração entre a costureira e sua cliente em favor de uma lógica que consagra a independência do modelista. Imaginando continuamente modelos originais que a clientela só precisa escolher, de início usados por sua mulher nos campos de corridas ou nas alamedas do Bois, apresentando-os depois em manequins vivos, Worth dá origem à moda no sentido atual do termo, emprega o duplo princípio que a constitui: autonomização de direito e de fato do costureiro-modelista, expropriação correlativa do usuário na iniciativa da composição do vestuário. Essa passagem brusca indica a incontestável novidade histórica da Alta Costura: de uma era em que a cliente coopera com a costureira a partir de um modelo em suma fixo, passou-se a uma era em que o vestuário é concebido, inventado de ponta a ponta pelo profissional em função de sua “inspiração” e de seu gosto. Enquanto a mulher tornou-se uma simples consumidora, ainda que de luxo, o costureiro, de artesão, transformou-se em artista soberano. É assim que é preciso compreender a arrogância de Worth, a autoridade com que se dirigia às mulheres da mais alta sociedade: mais do que um traço de caráter, é preciso reconhecer aí uma ruptura, a afirmação do direito

recém-adquirido do costureiro de legislar livremente em matéria de elegância.

Revolução na organização da moda que, é verdade, não se apresentou imediatamente com essa radicalidade inerente aos esquemas lógicos. Até o começo do século XX, os modelos eram muitas vezes exclusivos, adaptados e colocados ao gosto de cada cliente. Poiret se esforçará por minimizar o império recém-adquirido do costureiro, insistindo no papel sempre crucial de certa clientela: “Uma parisiense, especialmente, jamais adota um modelo sem nele fazer modificações capitais e sem particularizá-lo. Uma americana escolhe o modelo que lhe é apresentado, compra-o tal qual é, enquanto uma parisiense o quer em azul se é verde, em grená se é azul, acrescenta-lhe uma gola de pele, muda as mangas e suprime o botão de baixo”.²¹ Mas suas considerações, qualquer que seja sua verdade psicossociológica, não devem ocultar o essencial: o advento de um poder “demiúrgico” do costureiro, que tem mão forte na concepção do vestuário; quando muito a elegante tem a liberdade de nele introduzir modificações de detalhe. O conjunto cabe ao costureiro; o acessório à cliente, aconselhada pela vendedora, zelando esta para que não seja desfigurado o espírito do costureiro, sua marca. Por outro lado, à medida que a clientela privada diminuía e que a Alta Costura produzia cada vez mais protótipos destinados à exportação, o poder de alguma maneira “discricionário” do costureiro moderno não cessou de fortalecer-se.

A Alta Costura é, portanto, antes de tudo a constituição de um poder especializado exercendo uma autoridade separada, e isso em nome da elegância, da imaginação criadora, da mudança. Por isso é preciso recolocar a Alta Costura em um movimento histórico muito mais amplo, o da racionalização do poder nas sociedades modernas, que viram, com efeito, desde os séculos XVII e XVIII, o aparecimento de novas formas de gestão e de dominação que podemos chamar de burocráticas e cuja peculiaridade é visar penetrar e remodelar a sociedade, organizar e reconstituir de um ponto de vista “racional” as formas de socialização e os comportamentos até em seus detalhes mais ínfimos. A dominação burocrática encarrega-se de forma cabal da elaboração da ordem social, e isso através de um aparelho separado de poder que repousa sobre a disjunção sistemática das funções de direção e de execução, de concepção e de fabricação. É precisamente tal dispositivo que se

encontra instalado na Alta Costura: com a expulsão de fato do usuário e a monopolização do poder nas mãos de especialistas da elegância, a mesma lógica burocrática organiza agora a moda, a fábrica, a escola, o hospital ou a caserna, com a diferença de que os costureiros legislaram em nome do gosto e das novidades e não em função de um saber racional positivo. Lógica burocrática que, de resto, ordenará toda a organização das grandes casas doravante estruturadas de maneira piramidal, tendo no topo *o estúdio*, cuja vocação é a elaboração dos modelos, e “embaixo” as oficinas com suas tarefas especializadas (as fazedoras de mangas, de corpetes, de saias, as “costureiras”, e, mais tarde, as que fazem ponto *ajour*, as operárias do “grande vestido”, do *tailleur*, do “solto”) e seus índices hierarquizados (“primeira”, “segunda de oficina”, primeira e segunda contramestras, ajudante, aprendiz). Que a Alta Costura tenha tido por clientes as mulheres da alta sociedade, que tenha sido uma indústria de luxo, não muda nada o fato historicamente maior de que fez a moda passar da ordem artesanal para a ordem moderna burocrática.

Além disso, impossível não ver os laços de parentesco que unem a Alta Costura ao próprio desígnio da organização burocrática moderna, em sua vontade de reabsorver a alteridade intangível das formas tradicionais do social em proveito de uma racionalidade operatória, competente e deliberada. De que se trata, com efeito, senão de libertar a moda de uma ordem, no fundo ainda tradicional, onde as novidades eram aleatórias e irregulares, onde, além disso, a iniciativa da mudança era um privilégio aristocrático enraizado na estrutura de uma sociedade de ordens? Com a Alta Costura, a inovação, mesmo imprevisível, torna-se imperativa e regular; já não é uma prerrogativa de nascimento, mas uma função de um aparelho especializado relativamente autônomo, definido pelo talento e pelo mérito; a moda, como as outras dimensões do mundo humano, abre-se à experimentação acelerada, à era moderna e voluntarista das rupturas e “revoluções”.

Organização burocrática de um gênero particular, é preciso esclarecer imediatamente, já que à frente das grandes casas se encontra não um poder anônimo, independente da pessoa que o exerce, como é o caso nas instituições modernas “panópticas” e democráticas, mas um artista idealmente insubstituível, único por seu estilo, seus gostos, seu “gênio”. Com a Alta Costura, impossível, como nas organizações burocráticas

estritas, separar a pessoa da função, o poder não é intercambiável ou desencarnado, definindo-se o costureiro por um talento singular, sua marca, que por vezes se procurará, para os maiores, “imortalizar”, perpetuar mesmo após seu desaparecimento (o estilo Chanel, por exemplo). A Alta Costura conjugou de maneira original um processo burocrático com um processo de personalização que se manifesta, aqui, pela “onipotência” estética, insubstituível, do costureiro. Nesse sentido, a Alta Costura faz parte dessas novas instituições inseparáveis de uma sacralização das pessoas, enquanto, de maneira antinômica, a sociedade moderna se define pela desincorporação anônima do poder político e administrativo.²² A lógica da dominação diluída e impessoal dos Estados democrático-burocráticos tem por complemento o poder mágico das superindividualidades aduladas pelas massas: grandes atrizes de teatro e grandes costureiros, vedetes esportivas e de music-hall, estrelas de cinema, ídolos do show business. Assim, à medida que a instância política renuncia à exibição do superpoder, aos símbolos de sua alteridade em relação à sociedade, erigem-se no campo “cultural” figuras quase divinas, monstros sagrados que gozam de uma consagração sem par, dando continuidade, desse modo, a uma certa dessemelhança hierárquica no próprio seio do mundo igualitário moderno.

Se a Alta Costura é incontestavelmente uma figura da era burocrática moderna, em compensação seria inexato ligá-la a essa forma historicamente datada do controle burocrático que é o dispositivo disciplinar. Com efeito, ao invés da produção dos corpos úteis, a glorificação do luxo e do refinamento frívolo; ao invés do adestramento uniforme, a pluralidade dos modelos; ao invés da programação injuntiva e da minúcia dos regulamentos, o convite à iniciativa pessoal; ao invés de uma coerção regular, impessoal e constante, a sedução das metamorfoses da aparência; ao invés de um micropoder exercendo-se sobre os mais ínfimos detalhes, um poder que abandona o acessório aos particulares e se consagra ao essencial. Evidentemente, a Alta Costura é uma organização que, sendo burocrática, emprega não as tecnologias da coação disciplinar, mas processos inéditos de *sedução* que inauguram uma nova lógica do poder.

Sedução que aparece imediatamente nas técnicas de comercialização dos modelos: apresentando modelos em manequins vivos, organizando desfiles-espetáculos, a Alta Costura instala desde o século XIX, ao lado

dos grandes magazines, das “galerias” parisienses, das exposições universais, uma tática de ponta do comércio moderno fundada na teatralização da mercadoria, no *reclame* feérico, na solicitação do desejo. Com seus manequins de sonho, réplicas vivas e luxuosas das vitrines atrativas, a Alta Costura contribuiu para essa grande revolução comercial, sempre em curso, que consiste em estimular, em desculpabilizar a compra e o consumo através de estratégias de encenação publicitária, de superexposição dos produtos. A sedução, contudo, vai bem além desses procedimentos de exibição mágica, mesmo reforçados pela beleza canônica e irreal dos manequins ou pela fotogenia das cover-girls. Mais profundamente, a sedução opera pela embriaguez da mudança, pela multiplicação dos protótipos e pela possibilidade da escolha individual. Liberdade de escolha: não eliminemos com demasiada rapidez essa dimensão, que alguns se apressam em reconhecer ilusória sob pretexto de que a moda é tirânica, prescrevendo a todas as mulheres a linha chique do ano. De fato, um universo separa a moda anterior à Alta Costura, com seus modelos uniformes, e a moda plural moderna, com coleções amplamente diversificadas, qualquer que seja a homogeneidade de conjunto. A imposição estrita de um corte cedeu lugar à sedução da opção e da mudança, tendo como réplica subjetiva a sedução do mito da individualidade, da originalidade, da metamorfose pessoal, do sonho do acordo efêmero do Eu íntimo e da aparência exterior. A Alta Costura disciplinou ou uniformizou a moda menos do que a *individualizou*: “Deveria haver tantos modelos quantas são as mulheres”.²³ Peculiar à Alta Costura foi menos impulsionar uma norma homogênea do que diversificar os modelos a fim de sublinhar as individualidades pessoais, de consagrar o valor da originalidade na toailete, e isso até a extravagância (Schiaparelli). “O que vocês têm a ver com a moda? Não se ocupem dela e usem simplesmente o que lhes vai bem, o que lhes assenta”:²⁴ a Alta Costura, organização de alvo individualista, afirmou-se contra a standardização, contra a uniformidade das aparências, contra o mimetismo de massa, favoreceu e glorificou a expressão das diferenças pessoais.

A Alta Costura iniciou, além disso, um processo original na ordem da moda: *psicologizou-a*, criando modelos que concretizam emoções, traços de personalidade e de caráter. Desde então, segundo o traje, a mulher

pode parecer melancólica, desenvolta, sofisticada, severa, insolente, ingênua, fantasista, romântica, alegre, jovem, divertida, esportiva; aliás, essas essências psicológicas e suas combinações é que serão sublinhadas de preferência pelas revistas de moda.²⁵ A individualização da moda moderna é inseparável dessa personalização-psicologização da elegância; assim, o que outrora aparecia como marcas de classe e de hierarquia social tem tendência a tornar-se cada vez mais, embora não exclusivamente, signo psicológico, expressão de uma alma, de uma personalidade: “Entre nos grandes costureiros e sentirá que não está num magazine mas na casa de um artista, que se propõe fazer de seu vestido um retrato de você mesma, e parecido”.²⁶ Com a psicologização do parecer abre-se o prazer narcísico de se metamorfosear aos olhos dos outros e de si mesmo, de “mudar de pele”, de se tornar e de se sentir como uma outra, mudando de toalete. A Alta Costura forneceu meios suplementares aos desejos metamórficos das mulheres, ampliou as gamas de sedução da aparência. Esportiva de short ou calça, esnobe de vestido de coquetel, severa de *tailleur*, altiva ou vampe com peles de noite, a sedução moderna da Alta Costura sustenta-se no fato de que conseguiu fazer coexistir o luxo e a individualidade, a “classe” e a originalidade, a identidade pessoal e a mudança efêmera de si: “A cada estação, o que (a mulher) busca é talvez, mais ainda do que um vestido, uma renovação de seu aspecto psicológico. A moda tem um papel a desempenhar junto à mulher: ajuda-a a ser. Pode até fazer-lhe as vezes de *doping!*”²⁷

A ruptura com a ordem disciplinar se revela do mesmo modo pela lógica da *indeterminação* que doravante é consubstancial à moda. Sem dúvida os protótipos são bem estritamente concebidos e preparados à parte nos laboratórios da Alta Costura; contudo, os costureiros não são, de forma alguma, os artesãos únicos da moda. Esta se estabelecerá posteriormente na apresentação das coleções, em função da escolha pela clientela e pelas revistas de tais e tais modelos. A moda do ano só aparece quando os sufrágios de certa clientela e da imprensa tiverem convergido para um tipo de modelo. Esse ponto é essencial: os costureiros não sabem antecipadamente quais de seus modelos terão sucesso, de maneira que a Alta Costura faz a moda sem saber qual será seu destino exato, sem saber o que será a moda. Esta permanece aberta às escolhas do público, indeterminada, no momento mesmo em que seus

protótipos são estruturados inteiramente pelos grandes costureiros. “O costureiro propõe, a mulher dispõe”, pôde-se dizer: vê-se o que separa esse dispositivo, integrando em seu funcionamento a imprevisibilidade da procura, do poder disciplinar, cuja essência consiste em nada deixar às iniciativas individuais, em impor do alto regras padronizadas racionais, em controlar e planificar de ponta a ponta a cadeia dos comportamentos. Essa indeterminação não é residual, é constitutiva do sistema, quando se sabe que um décimo apenas dos modelos de uma coleção, nas primeiras décadas do século, obtinham a aprovação das clientes: “O balanço total de uma estação é, portanto, de cerca de trinta modelos de sucesso sobre os trezentos apresentados”.²⁸ Os gostos do público, as escolhas das revistas, as estrelas de cinema adquiriram um papel de primeiro plano, a ponto de poder contrariar as tendências da Alta Costura. Assim, a moda dos anos 1920 foi mais imposta pelas mulheres do que pela Alta Costura: “Em 1921, a Alta Costura declara guerra aos cabelos curtos. Em vão. Em 1922, luta contra a saia curta e, com efeito, bruscamente as saias se alongam, mas então a cintura fica muito baixa. As coleções de inverno apresentam tecidos de cores vivas para combater o preto preferido pelas mulheres. Novamente em vão — e eis que nas coleções de primavera o preto domina”.²⁹ A linha da mulher efebo de vestido-camisa, lisa e fina, difundiu-se contra as tendências dominantes da Alta Costura, que continuou a propor às mulheres, para finalmente renunciar a isso, coleções ricas em enfeites, *flous*, curvas e drapeados.

Instalou-se então, em pleno coração da era autoritária moderna, um novo dispositivo organizacional antinômico ao das disciplinas: programando a moda e no entanto incapaz de impô-la, concebendo-a inteiramente e oferecendo um leque de escolhas, a Alta Costura inaugura um tipo de poder maleável, sem injunção estrita, incorporando em seu funcionamento os gostos imprevisíveis e diversificados do público. Dispositivo rico em futuro, já que se tornará a forma preponderante do controle social nas sociedades democráticas, à medida que estas se engajarem na era do consumo e da comunicação de massa. Os produtos na sociedade de consumo repousam, com efeito, sobre o mesmo princípio dos modelos das coleções dos costureiros: jamais se oferecem num tipo único, cada vez mais é possível escolher entre tal ou tal variante, entre tais ou tais acessórios, séries ou programas, e

combinar mais ou menos livremente seus elementos; a exemplo da Alta Costura, o consumo de massa implica a multiplicação dos modelos, a diversificação das séries, a produção de diferenças opcionais, a estimulação de uma procura personalizada. De uma maneira mais geral, na *open society*, os aparelhos burocráticos que agora organizam a produção, a distribuição, a mídia, o ensino, os lazeres, reservam um lugar maior, sistemático, aos desejos individuais, à participação, à psicologização, à opção. Estamos na segunda geração da era burocrática: após a geração das disciplinas imperativas, a da personalização, da escolha e da liberdade combinatória. Imensa transformação das modalidades e finalidades do poder, que hoje ganha setores cada vez mais amplos da vida social e do qual a Alta Costura curiosamente foi o primeiro elo, a matriz sublime e elitista. Com a Alta Costura experimentou-se, antes mesmo da psicanálise embora de maneira paralela, uma nova lógica do poder, renunciando a uma dominação e a uma previsão sem falha, já não se exercendo por coações imperativas, impessoais e totais, mas deixando uma margem de iniciativa aos indivíduos e à sociedade. A aproximação com a psicanálise não deve surpreender, sendo nela exemplarmente empregada a mesma inversão do poder disciplinar. De um lado, a psicanálise repousa sobre as associações livres do paciente, no silêncio do analista e na transferência, como se o poder médico registrasse a ineliminável parcela das singularidades subjetivas e a impossibilidade de dominar, de controlar totalmente os indivíduos.³⁰ Do outro, a moda moderna diversifica os modelos, solicita as diferenças e abre o espaço indeterminado da escolha, das preferências, dos gostos aleatórios. Não abdicação do poder, mas emergência de um poder aberto e maleável, poder de sedução prefigurando aquele mesmo que se tornará dominante na sociedade da superescolha.

O que se chama de “tendência” da moda, em outras palavras, a similitude existente entre os modelos das diferentes coleções de um mesmo ano (lugar da cintura, comprimento do vestido, profundidade do decote, largura dos ombros) e que muitas vezes faz crer, erroneamente, que a moda é decretada por combinação deliberada entre os costureiros, não faz senão confirmar a lógica “aberta” do poder da Alta Costura. Por um lado, a “tendência” não é separável da Alta Costura como fenômeno burocrático fechado e centralizado em Paris: os costureiros, ao zelarem

por afirmar sua singularidade, não podem elaborar suas coleções sem levar em consideração o que aparece de original em seus concorrentes, tendo a moda por vocação surpreender e inventar continuamente novidades. A ideia inédita de um costureiro, muitas vezes tímida e pouco explorada no início, é então muito rapidamente reconhecida como tal, captada, transposta, desenvolvida pelos outros, nas coleções seguintes. É assim que muda a moda: em primeiro lugar por tateios e balões de ensaio, depois por sedimentações e ampliações “miméticas”, e no entanto particulares a cada vez; uns tantos processos que são ocasionados pela lógica da renovação constitutiva da profissão e que explicam por que, contrariamente a uma ideia aceita, os saltos bruscos na moda (o *New Look*, por exemplo) são muito mais raros do que as mudanças lentas. Mas, por um outro lado, a “tendência” escapa à lógica burocrática pelo fato de que resulta também das escolhas da clientela e, depois da Segunda Guerra Mundial, das escolhas da imprensa, que se voltam num dado momento para tais ou tais tipos de modelo; a “tendência” revela tanto o poder das paixonites do público ou da imprensa quanto o dos costureiros, que são obrigados, sob pena de fracasso comercial, a acompanhar o movimento, a adaptar-se aos gostos da época. A unidade das coleções não é, de modo algum, o signo de um acordo secreto entre os costureiros (que, bem ao contrário, escondem ciumentamente seus protótipos), não significa a onipotência dos modelistas, sendo, antes, o efeito do encontro de uma burocracia estética com a lógica da demanda.³¹

PEQUENA GENEALOGIA DA GRANDE COSTURA

Pela leitura dos estudos consagrados à moda moderna, a gênese da Alta Costura não parece encerrar nenhuma dificuldade, nenhum mistério, a tal ponto suas relações com a ordem capitalista, com o sistema do lucro e das rivalidades de classes são apresentadas como determinantes. Sem dúvida a Alta Costura é uma empresa industrial e comercial de luxo, cujo objetivo é o lucro e cujas criações incessantes produzem uma obsolescência propícia à aceleração do consumo; sem dúvida a ideia, extraída da confecção industrial operária e depois pequeno-burguesa, de reagrupar as operações, outrora separadas, da compra direta na fábrica, da venda do tecido, da fabricação de roupas prontas, é inseparável da motivação capitalista de realizar um “triplo ganho”,³² como já admitia o filho de Worth; sem dúvida, enfim, a ideia de apresentar modelos em manequins vivos é um sistema publicitário judicioso, guiado por um mesmo móvel lucrativo. Mas por mais importante que possa ter sido a motivação econômica, ela deixa na sombra o fato original de que a Alta Costura se apresenta como uma formação sempre de duas cabeças, econômica e estética, burocrática e artística. A lógica do lucro favoreceu a criação de novidades, mas sozinha não pode, mesmo conjugada com o princípio da concorrência entre as casas, explicar nem a escalada no número de criações das coleções, nem a pesquisa estilística por vezes de vanguarda que caracteriza a moda moderna. Com a Alta Costura desencadeou-se um processo permanente de inovação estética que não pode deduzir-se mecanicamente da racionalidade econômica.

É por isso que não se deixou de requisitar, um pouco em toda parte, a teoria clássica da distinção social e da competição das classes. A emergência da Alta Costura estaria ligada, mais profundamente, ao princípio da busca da consideração honorífica das classes dominantes. Nessa problemática, a Alta Costura aparece como uma instituição de classe que exprime, em seu registro, o triunfo da burguesia e sua vontade de conquistar o reconhecimento social por intermédio de emblemas femininos suntuários no momento em que, precisamente, o vestuário masculino já não é faustoso e em que a democratização da aparência se desenvolve sob o efeito do impulso da confecção industrial. Reação contra o “nivelamento” moderno das aparências e produto das

“lutas internas no campo da classe dominante”, a Alta Costura ter-se-ia imposto, em suma, como por necessidade sociológica, levadas em conta as lutas de concorrência e as estratégias de distinção das classes superiores. Nessas condições, a Alta Costura não passa de um “aparelho de produção de emblemas de classe”, correspondente às “lutas simbólicas” e destinado a fornecer à classe dominante “ganhos de distinção” proporcionais à sua posição econômica.³³ À mecânica economicista adicionou-se a dialética sociológica da distinção.

Se está fora de questão, em matéria de moda, negar o papel da busca da distinção social, convém marcar com insistência que ela não pode, em caso algum, esclarecer a emergência da Alta Costura naquilo que faz sua incomparável originalidade histórica, a saber, sua lógica organizacional burocrática. Sustentar que a Alta Costura nasceu como reação ao impulso da confecção e com finalidade de oposição distintiva³⁴ não resiste ao exame dos fatos históricos. Sob o Segundo Império, a confecção para mulheres, embora já atinja uma clientela burguesa, permanece limitada; as técnicas ainda não permitem uma confecção precisa e ajustada para toda uma parte do vestuário feminino; os primeiros vestidos feitos sob medidas padronizadas só aparecerão depois de 1870. A confecção realiza sobretudo os elementos amplos da toalete (lingerie, xales, mantilhas, mantôs e casacos curtos); no que se refere a seus vestidos, as mulheres continuaram e continuarão ainda por muito tempo a dirigir-se às suas costureiras. A confecção em série está, portanto, muito longe de ter invadido o mercado quando Worth instala sua casa. De fato, a confecção não foi uma “ameaça” para as classes superiores; a qualidade dos tecidos, o luxo dos adornos, o renome das costureiras permitem, de qualquer modo, exibir diferenças prestigiosas. É preciso invocar a competição entre frações da classe dominante? A concorrência entre os “detentores e os pretendentes”, os mais ricos e os menos ricos, os antigos e os novos? Mas em que tais fenômenos, de modo algum novos, podem explicar a ruptura institucional da Alta Costura? Se nos ativermos à dinâmica das lutas simbólicas, a Alta Costura e seu dispositivo moderno não se imporiam, podendo o antigo sistema de produção perfeitamente continuar a fornecer emblemas de “classe”. Ora, houve uma mutação organizacional: separação do profissional e do usuário, criação regular de modelos inéditos, a nova

organização burocrático-artística não pode ser interpretada como o eco da distinção social.

Mais profundamente, a Alta Costura é inconcebível sem a transformação revolucionária da ordem social e jurídica do Antigo Regime no final do século XVIII. Assim, podemos datar da abolição das corporações (1791) pela Constituinte a possibilidade histórica de uma produção livre do vestuário. Até então, a política regulamentária e costumeira do Antigo Regime impedia especialmente o alfaiate ou a costureira de estocar e de vender o tecido, isto é, de realizar trajes fabricados com antecedência. A ideia de produzir roupas prontas, de reagrupar a compra do tecido, sua venda assim como seu “feitio”, inaugurada em primeiro lugar na confecção industrial destinada às classes populares e médias, depois desenvolvida a um nível luxuoso de início por Me. Roger,³⁵ depois sobretudo por Worth e pela Alta Costura, procede da dissolução democrática do regime corporativo, dos mestres e jurandas. Isso posto, por crucial que seja, a abolição das corporações não é, de modo algum, uma condição histórica suficiente para dar conta da emergência de uma organização burocrática e artística: sem novas legitimidades históricas, os fatores econômicos, sociológicos, jurídicos jamais poderiam ter dado origem à instituição separada da Alta Costura. É preciso decidir-se: as ideias e representações sociais do mundo moderno não foram superestruturas secundárias, estiveram no coração da burocratização da moda.

A competição das classes, a lógica dos ganhos, a abolição das corporações só conseguiram configurar a Alta Costura em razão especialmente do reforço da legitimidade do valor social das novidades, suscitado pelo advento das sociedades democrático-individualistas.³⁶ Sem dúvida, depois do final da Idade Média, o Novo ganhou um incontestável direito de cidadania, mas, a partir do século XVIII, sua valorização social foi fortemente aumentada, como o atestam, de uma maneira direta, a celebração artística da moda, e, de uma maneira indireta, a profusão das utopias sociais, o culto das Luzes, o imaginário revolucionário, as exigências de igualdade e de liberdade. O êxtase do Novo é consubstancial aos tempos democráticos; foi esse *crescendo* na aspiração às mudanças que contribuiu poderosamente para o nascimento da Alta Costura como formação burocrática fundada na separação do profissional e do particular e consagrada à criação permanente. Foi

preciso essa religião moderna das novidades, essa depreciação acentuada do antigo em proveito da modernidade, para que as mulheres renunciassem a seu tradicional poder de controle sobre suas toaletes, para que se desfizesse o princípio de legitimidade multissecular segundo o qual aqueles que fazem trabalhar as pessoas de arte têm “escolha e voz” sobre as obras que encomendam. Por intermédio do Novo, a organização artesanal, com suas lentidões e suas inovações aleatórias, pôde dar lugar precisamente a “uma indústria cuja razão de ser é criar novidade” (Poiret). Com efeito, quando o Novo se afirma como exigência suprema, impõem-se ao mesmo tempo, a mais ou menos longo prazo, a necessidade e a legitimidade da independência do costureiro, de uma instância separada inteiramente destinada à inovação criadora, liberta dos inelutáveis conservantismos ou inércias da demanda social.

Nenhuma autonomização burocrática da moda sem, igualmente, o valor último reconhecido à liberdade individual. A Alta Costura, a exemplo da arte moderna, é inseparável da ideologia individualista, segundo a qual, pela primeira vez na história, é colocada a primazia da unidade individual sobre o todo coletivo, o indivíduo autônomo, independente, liberto da obrigação imemorial de curvar-se aos ritos, usos e tradições em vigor no conjunto social. Com o advento da representação do indivíduo autossuficiente, mais nenhuma norma preexistente à vontade humana tem fundamento absoluto, mais nenhuma regra é intangível, as linhas e estilos estão por ser inventados soberanamente, conforme o direito moderno à liberdade. Desde então abre-se a possibilidade de deslocar cada vez para mais longe as fronteiras da aparência, de criar novos códigos estéticos: o aparecimento do costureiro independente é uma das manifestações dessa conquista individualista da criação livre. Nada é mais redutor do que explicar a multiplicação dos modelos, as rupturas estilísticas, o excesso dos costureiros a partir das coações sociológicas da distinção e da motivação econômica: a corrida para a frente da moda moderna, por útil que seja aos “negócios”, só foi possível em razão do ideal moderno do Novo e de seu correlato, a liberdade criadora. A “revolução” realizada por Poiret no começo do século XX explica retrospectivamente a gênese “ideológica” da Alta Costura; assim, quando ele escreve: “Foi ainda em nome da Liberdade que preconizei a queda do espartilho e a adoção do

sutiã”,³⁷ pode-se dizer que foi menos a liberdade das mulheres que se viu visada — “Sim, eu liberava o busto, mas entravava as pernas”³⁸ — do que a do próprio costureiro, encontrando no espartilho um código secular que colocava um obstáculo à imaginação de novas linhas, uma armadura refratária à criação soberana.

É preciso sublinhar, mais uma vez, tudo o que a Alta Costura deve ao culto moderno da individualidade. No essencial, a Alta Costura substitui a uniformidade do corte pela multiplicidade dos modelos; diversifica e psicologiza o vestuário; é habitada pela utopia segundo a qual cada mulher de gosto deve estar vestida de uma maneira singular, adaptada a seu “tipo”, à sua personalidade própria: “... a grande costura consiste precisamente em desenvolver a individualidade de cada mulher”.³⁹ Diversificação dos modelos: o fenômeno exige coisa bem diferente da busca do lucro, requer a celebração ideológica do princípio individualista, a plena e inteira legitimidade conferida à apresentação personalizada de si, a prioridade da originalidade sobre a uniformidade. Que as criações da Alta Costura tenham servido de emblema de classe, que tenham sido adotadas em uníssono, não muda nada o fato de que ela não pôde instituir-se senão sustentada pela ideologia individualista moderna que, reconhecendo a unidade social como valor quase absoluto, teve como repercussões gostos mais acentuados para a originalidade, o não conformismo, a fantasia, a personalidade incomparável, a excentricidade, o conforto, a exibição do corpo. Foi apenas no quadro dessa configuração individualista que pôde ser destruída a lógica anterior de moda, que limitava a originalidade aos acessórios da toailete. A Alta Costura não é o produto de uma evolução natural, não é uma simples extensão da ordem produtiva das frivolidades; do século XIV até a metade do século XVIII, as fantasias estavam de fato e de direito estritamente circunscritas, pouco inclinadas a estender-se, subordinadas a uma estrutura geral da toailete idêntica para todas as mulheres; mesmo em seguida, quando os adornos ganharão todo o seu impulso, a arquitetura do vestuário permanecerá uniforme. A Alta Costura, em compensação, operou uma inversão completa de tendência: a originalidade de conjunto torna-se imperativa, impõe-se como um fim último *a priori*, vindo tão somente as razões comerciais, de fato, colocar um freio na imaginação criadora. Tal inversão não pôde realizar-se senão produzida por uma revolução nas

representações sociais legítimas, aquela mesma que reconheceu no indivíduo um valor supremo. A despeito, portanto, de seu caráter de indústria de luxo destinada a tornar ostensiva a hierarquia social, a Alta Costura é uma organização individualista-democrática, tendo adaptado a produção de moda aos ideais do indivíduo soberano, ainda que este tenha permanecido, como é o caso das mulheres, “menor” na ordem política. Uma formação de compromisso entre duas eras, tal é a Alta Costura: por um lado, dá continuidade, com efeito, à lógica aristocrática secular da moda com seus emblemas luxuosos, mas, por outro, organiza já uma produção moderna, diversificada, conforme às referências ideológicas do individualismo democrático.

Os valores da era individualista contribuíram de maneira determinante para ordenar a moda moderna, desempenhando, em relação à moda, o papel que tiveram em relação ao Estado. Nos dois casos houve, de acordo com a igualdade, repúdio dos emblemas majestosos da alteridade hierárquica, humana e política; nos dois casos houve crescimento e burocratização do poder, dominação cada vez maior, cada vez mais penetrante, de instâncias especializadas sobre a sociedade, no momento mesmo em que eram invocados valores emancipadores, quer seja o princípio do Novo ou o da soberania coletiva. Além disso, a exemplo do Estado democrático que encontra sua legitimidade em sua homogeneidade com a sociedade que representa e da qual não é mais do que o estrito executante, o costureiro moderno não cessará de lembrar sua função democrática de instrumento dos desejos coletivos: “A verdade é que respondo por antecipação às vossas secretas intenções... Sou apenas um médium sensível às reações de vosso gosto e que registra meticulosamente as tendências de vossos caprichos”.⁴⁰ À diferença dos artistas e da vanguarda, que proclamam alto e forte sua independência soberana, a Alta Costura ocultou amplamente, de acordo com sua essência burocrática, seu poder novo de legislar a moda no momento em que se expandia, como jamais, um poder de iniciativa, de direção e de imposição estilística.