

A moda entre a visibilidade e o anonimato no processo de metropolização do Rio de Janeiro

MARCOS GUEDES VENEU¹

ROSANE FEIJÃO DE TOLEDO CAMARGO²

Introdução

Ao longo da primeira década do século XX, a cidade do Rio de Janeiro passou por uma série de intervenções que tinham como principal intuito modernizar a capital da República recém instituída no país. Tratava-se de um processo que atuava objetivamente sobre a cidade em sua dimensão física, modificando configurações urbanísticas e introduzindo novos estilos arquitetônicos e decorativos, mas que também propunha importantes alterações simbólicas.

Longe de permanecerem em esferas abstratas, tais alterações tiveram implicações diretas na vida cotidiana, desdobrando-se em transformações que atingiam os hábitos, o comportamento e a sensibilidade dos habitantes da cidade. As análises de Georg Simmel sobre as condições psicológicas criadas pelas metrópoles, assim como os estudos de Walter Benjamin sobre a Paris do Segundo Império constituem a principal base teórica deste trabalho, que pretende explorar questões relacionadas às transformações citadas acima a partir de um ponto de vista muito específico: o da composição da aparência pessoal.

Revistas ilustradas como *O Malho*, *Fon-Fon!* e *Careta*, que começaram a circular no início do século XX no Rio de Janeiro, acompanhavam de perto as transformações urbanas e, mais do que isso, davam sustentação ao novo estilo de vida que se propunha naquele momento, publicando, a seu modo, textos e imagens de caráter educativo, difundindo as principais idéias cultivadas pelas camadas envolvidas com o projeto de modernização da cidade – idéias estas, em grande parte, importadas da Europa.

A cidade e a arquitetura, a decoração e o mobiliário, a linguagem e as maneiras, o corpo e o vestuário: tudo isso foi sendo alterado de forma a tornar-se mais compatível com os ideais da elite urbana e burguesa que substituía os valores de uma sociedade senhorial por outros, mais individualistas e cosmopolitas. Informações sobre moda ganharam espaços inéditos na imprensa a partir do momento em que as aparências tornaram-se fundamentais

¹ Pesquisador da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Mestre em Antropologia Social – MN/UFRJ.

² Doutoranda em Comunicação Social - UERJ, bolsista CAPES.

2

para o desenvolvimento não somente de uma identidade metropolitana, mas também para ressaltar distinções de classe ou conseguir algum destaque individual em função do domínio das insígnias da moda, da modernidade e da elegância em espaços tomados por multidões de anônimos.

O Rio de Janeiro no início do século XX

A reforma urbana que pretendia modernizar o Rio de Janeiro no início do século XX foi contemporânea dos artigos de Simmel sobre a intensificação dos estímulos nervosos nas grandes metrópoles. Logo se faziam sentir também nas Américas as consequências, por ele discutidas, da imposição do ritmo acelerado de trens, automóveis e outras máquinas ao cotidiano dos cidadãos. Um exemplo disso é a grande difusão dos *boulevards*, amplas vias que vieram facilitar o escoamento do tráfego de veículos nas grandes cidades. Popularizados inicialmente em Paris após a reforma Haussmann e replicadas em cidades como Roma, Viena e México a partir da segunda metade do século XIX, os *boulevards* tornaram-se uma marca importante do período³.

O projeto que modificou as áreas centrais do Rio de Janeiro também tomou por base as transformações urbanas empreendidas na capital francesa durante o Segundo Império. Paris havia se tornado um modelo para as mais diferentes dimensões da vida urbana. Da literatura às artes visuais, da moda à arquitetura, o que era produzido em Paris com facilidade era considerado bom, ganhava reconhecimento de qualidade e refletia o mais alto grau de civilização. A reforma urbana não obedecia porém apenas a motivações de ordem estética, mas procurava aplicar soluções semelhantes a problemas semelhantes. Entre 1872 e 1906 o Rio de Janeiro teve um forte aumento populacional: com um crescimento anual entre 3 e 4% passou de 274 mil a mais de 800 mil habitantes (ABREU, 2008: 54-67). Boa parte deles eram imigrantes estrangeiros ou populações deslocadas de áreas rurais, o que contribuía para tornar mais urgente a afirmação de padrões e valores normativos comuns.

O slogan cunhado pelo jornalista Figueiredo Pimentel, responsável pela coluna “O Binóculo”, a mais lida no Rio de Janeiro no início do século XX, resumia o desejo de parcelas

³ C.f. BENEVOLO, Leonardo. “A influência de Haussmann” in **História da arquitetura moderna**, p. 114-122. São Paulo: Perspectiva, 1976.

3

da sociedade carioca de se aproximar do estilo e das condições de vida dos parisienses. “O Rio civiliza-se” era mais do que uma constatação: anunciava um processo – e um processo frágil, que requeria atenção constante: a roda do progresso havia sido colocada em marcha, mas para que ela continuasse o seu caminho, esforços deveriam continuar a ser feitos.

Grande parte da imprensa se engajou nos trabalhos de remodelação dos costumes de forma a torná-los mais condizentes com o status de metrópole que a cidade enfim adquiria. Algumas reportagens ganhavam dimensão educativa, publicando conselhos e regras de comportamento, geralmente impregnadas de forte cunho moral. Um exemplo disso é o artigo publicado na *Fon-Fon!* de 01/01/1910, que classificava como “detestável” o hábito dos cariocas andarem “pelo meio da rua”. O texto começa com um lamento: “Vai-nos sendo difícil abandonar os nossos velhos hábitos de aldeia.” Mais adiante o autor explica a razão de seu descontentamento:

Reparem só! Temos a Avenida Central em que as calçadas são larguíssimas e commodas. Pois bem, não é raro encontrar magotes de gente a passear pelo meio da rua. Ora, isto, além de perigoso, attendendo ao movimento de vehiculos e à impassibilidade elegante dos inspectores dos mesmos, empresta-nos uma expressão de embasbacamento já imprópria da nossa basofia de civilização.

E é mesmo. O provinciano anda pelo meio da rua porque não tem o habito da calçada e só costuma andar em estradas sem calçamento. Demais para ele o meio da rua é um ponto... estratégico para suas contemplações basbaques... Nelle ainda se pode admitir esse habito atrazado.

*Mas nós, com a nossa civilização, com o nosso smartismo? Não acham detestável?
Pois eu acho.*

Interessante observar que, na visão do cronista, a culpa pelos acidentes envolvendo pedestres e veículos recai majoritariamente sobre os primeiros, que não sabem se comportar no ambiente moderno: ao invés de incorporarem o ritmo veloz da grande cidade, os provincianos perdem-se em suas “contemplações basbaques”. Para que estivessem em acordo com a civilização e o *smartismo* do Rio metrópole, todos já deveriam ter desenvolvido a postura *blasée*, que o colunista reconhece nos inspetores de veículos – profissão ainda mais moderna que os próprios veículos – como “impassibilidade elegante”.

A “atitude *blasée*”, segundo Simmel (1987, p. 15-22) seria uma consequência da dissociação da realidade e da desvalorização de todo o mundo objetivo como estratégia de preservação do indivíduo frente à intensa estimulação do sistema nervoso promovido pelo estilo metropolitano de vida. O artigo da *Fon-Fon!* aponta para a transformação que se operava nos gestos cotidianos: estes exteriorizariam transformações mais profundas, pois a

4

partir da naturalização de um novo gestual seria possível perceber seres definitivamente modernizados. Faziam parte desse novo comportamento tanto a postura *blasée* quanto a pressa no caminhar, que deveria incluir certa rapidez de reflexos para enfrentar os novos equipamentos tecnológicos, especialmente os bondes elétricos, que circulavam pelas ruas em velocidade com a qual grande parte da população teve dificuldades em se acostumar, desencadeando frequentes acidentes.

Multidão, moda e modernidade

Ao escrever o ensaio “O pintor da vida moderna”, Baudelaire talvez não tivesse idéia da importância que a palavra modernidade viria a ter em diferentes campos de conhecimento. Usada por ele para definir o “transitório, o efêmero, o contingente” (BAUDELAIRE, 1997: 25) tanto na arte quanto nas aparências em um período de mudanças radicais na cidade em que vivia – a Paris do Segundo Império –, o termo passou a representar o conjunto de fenômenos que vieram a definir a vida na metrópole moderna.

Entre esses fenômenos ganha destaque, no texto de Baudelaire, a formação das multidões que, em função das novas condições de trabalho e lazer na cidade, ocupavam as ruas, inaugurando novas formas de existência dessa multidão de se deslocar, sua gênica e vão instaurar na metrópole um ritmo novo, mais rápido, caótico, fragmentado e desorientador do que as fases anteriores da cultura humana” (SINGER, 2004: 96).

Quando, em 1902, Georg Simmel publicou pela primeira vez o ensaio que ganhou em português o título “A metrópole e a vida mental”, os sentimentos expressos por Baudelaire já haviam se naturalizado nos grandes centros mundiais. As novas sensibilidades, já presentes no início do século XX, foram fortemente influenciadas pelo bombardeio de estímulos de que fala Simmel. Segundo ele, uma das consequências da intensificação dos estímulos nervosos e da aceleração do ritmo da vida foi a dificuldade de cada indivíduo em se afirmar como tal, face à massificação promovida pela vida metropolitana. Para enfrentar essa situação,

O homem é tentado a adotar as peculiaridades mais tendenciosas, isto é, as extravagâncias especificamente metropolitanas do maneirismo, capricho e preciosismo. Agora, o significado dessas extravagâncias não jaz absolutamente no

conteúdo de tal comportamento, mas antes na sua forma de “ser diferente”, de sobressair de forma notável e assim atrair atenção. (SIMMEL, 1987:22)

Embora o desejo de individualidade mova a procura de “maneirismos” – que também poderiam ser chamados de modismos –, tais extravagâncias esbarram em limites que se definem, paradoxalmente, por uma necessidade contrária, ou seja, a vontade de fazer parte da massa: é preciso pertencer a um grupo e, dentro dos padrões definidos por este grupo, iniciar a busca por distinção.

É justamente este dualismo, que opõe e conjuga individualização e massificação, a principal sustentação das idéias que Simmel desenvolve em “Filosofia da moda”, ensaio publicado pela primeira vez em 1895. Ao analisar o fenômeno da moda, Simmel o entende como uma “manifestação constante da nossa espécie”, e afirma:

Ela é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para diferenciação, para mudar e se separar. (SIMMEL, 2008: 24)

Apesar da pertinência das colocações de Simmel, é preciso fazer uma ressalva com base em discussões que estabelecem distinções entre indumentária e moda⁴. A primeira expressão se refere a todos os modos de vestir, independente de estarem ou não ligados a processos de moda. Daniel Roche (2007: 20) em seu estudo sobre a história social e cultural das aparências prefere usar simplesmente o termo “roupa”, definido pela *Enciclopédia* como “tudo o que serve para cobrir o corpo, para adorná-lo ou para protegê-lo das injúrias do ar”. Quanto à moda, Gilles Lipovetsky localiza o nascimento de tal fenômeno em meados do século XIV, quando as mudanças no parecer se dão em um ritmo até então desconhecido.

A moda não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações (...). Contra a idéia de que a moda é um fenômeno consubstancial à vida humano-social, afirmamo-la como um processo excepcional, inseparável do nascimento e do desenvolvimento do mundo moderno ocidental. (LIPOVETSKY, 1989: 23)

Tal ressalva, no entanto, não invalida o pensamento de Simmel, que naquele momento não se preocupou em fazer distinção entre moda e indumentária. Dentro ou fora do processo de moda, o ato de vestir-se ou de construir a aparência pessoal é antes de tudo um ato de significação, impregnado de duas forças opostas e inseparáveis: identificação e distinção.

⁴ Sobre a distinção entre moda e indumentária, c.f. BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

6

Ao mesmo tempo em que aponta o aumento na qualidade e quantidade de liberdade pessoal conferidas por círculos sociais mais extensos e conseqüentemente menos rígidos, Simmel (1987:20) chama a atenção para os conflitos psicológicos causados pela multidão, lugar que, segundo ele, seria o de maior solidão nas grandes cidades.

O grande perigo da multidão, não estava, portanto, apenas relacionado ao trânsito de veículos ou aos crimes descritos pelas reportagens sensacionalistas e pelos romances policiais que vinham conquistando o público desde o final do século XIX: a massificação era uma ameaça à individualidade. As medidas profiláticas para combater tal perigo estavam relacionadas à mudança de hábitos e ao acesso à informação. Saber se relacionar com a multidão passou a ser uma habilidade que requeria competência emocional para não se deixar abater por ela ou nela se sentir diluído. Assim, em sua relação com a cidade, o homem moderno oscila entre duas posturas aparentemente antagônicas: a do *flâneur* e a que Nicolau Sevcenko descreve como o “andar à americana”. A primeira estabelecia uma relação intensa com o espaço que o circundava, enquanto a segunda fazia com que seu portador ignorasse o ambiente por onde se deslocava, adquirindo uma atitude de despreendimento por tudo e todos que estavam ao seu redor. Segundo Sevcenko,

Esse ato de introversão [o andar à americana] implica ao mesmo tempo uma possibilidade de concentração em outros assuntos alheios àquele lugar e àquelas pessoas, ganhando tempo pessoal, que é portanto entendido como mais importante que a realidade adjacente imediata, e numa sincronização com o ritmo acelerado dos novos equipamentos tecnológicos. Paradoxalmente portanto, ampliação do tempo e espaço privados para o interior do âmbito público e inserção da experiência íntima no plano regulado das energias aceleradas e dos mecanismos massificantes. (SEVCENKO, 1998: 551)

Aqueles que pretendiam ser modernos ou que já se consideravam incorporados à ordem moderna não deveriam mostrar-se extasiados com a concretização da modernidade que transformava o ambiente em que viviam. Mesmo o *flâneur*, com seu olhar atento, voltado para o que acontecia ao seu redor, mantinha uma postura de isolamento interior, evitando ser tragado pela cidade, como os basbaques do texto da *Fon-Fon!* ou o *badaud* descrito por Benjamin:

O simples flanador está sempre em plena posse de sua individualidade; a do badaud, ao contrário, desaparece absorvida pelo mundo exterior... que o impressiona até a embriaguez e o êxtase. Sob a influência do espetáculo que se oferece a ele, o badaud se torna um ser impessoal; já não é um ser humano; é o público, é a multidão. (Fournel apud Benjamin, 1989, p. 202)

7

Se por um lado o anonimato promovia certa liberdade, por outro provocava inquietação e desconforto. Enquanto a cidade manteve o status de “aldeia”, tais sentimentos ainda não haviam se instalado em seus habitantes, já que ainda era possível reconhecer grande parte dos personagens com os quais se dividia o espaço do cotidiano. Walter Benjamin (1989:36-46) sublinha que nas cidades grandes as pessoas tinham que se acomodar a uma circunstância nova e bastante estranha, pouco acolhedora, “onde ninguém era para o outro nem totalmente nítido nem totalmente opaco”. Benjamin acreditava que somente através da visão, do olhar atento típico do *flâneur*, seria possível vencer a insegurança que as ruas cheias de desconhecidos inspiravam. Era preciso decifrar a multidão, entender sua composição para sentir-se mais seguro em meio a ela:

Delyau, amigo de Baudelaire e o mais interessante dos pequenos mestres do folhetim, pretendeu distinguir o público de Paris em suas diversas camadas com tanto desembaraço quanto o geólogo as camadas de rocha. Se tal coisa pudesse ser feita, então a vida na cidade grande não seria nem de longe tão inquietante com provavelmente parecia a cada um. (Idem: 37)

As camadas de que fala Benjamin só poderiam ser distinguidas pela aparência, já que o contato estabelecido com a multidão e na multidão era apenas físico, superficial. Trajes, acessórios, penteados e trejeitos serviam como marcadores: apesar de guiados pela mesma moda, eram postos em circulação de acordo com as possibilidades financeiras e as coordenadas que cada indivíduo se sentia impelido a seguir em função de seu pertencimento a determinado grupo.

A moda, apesar de seu caráter fantasista, aparentemente aleatório, coloca em evidência os valores dos grupos em que se instala. No processo de composição da aparência pessoal, há, sem dúvida, motivações psicológicas, subjetivas, mas em trabalhos como este, do campo das ciências sociais, é de maior interesse abordar as coberturas corporais como um sistema de códigos de determinada sociedade (BARTHES, 2005: 257-267).

Seguindo uma linha semelhante, o historiador Philippe Perrot (1981: 16) se empenha em afirmar o caráter simbólico das roupas, contrapondo-se à idéia de que elas estariam ligadas primeiramente às funções de proteção, pudor e ornamentação. Para ele, o ato de vestir-se constitui essencialmente um ato de significação, capaz de manifestar uma essência, uma tradição, uma herança, uma casta, uma linhagem, uma etnia, uma geração, uma religião, uma proveniência geográfica, um estatuto matrimonial, uma posição social, um papel econômico, uma posição política ou uma afiliação ideológica.

8

É possível perceber, por exemplo, através de ilustrações de moda, que a velocidade, ao se tornar um valor indispensável à modernidade, passa a se expressar na indumentária feminina e nas imagens que dela são feitas. Há um grande contraste entre as amplas saias sustentadas por anáguas estruturadas da década de 1850, que constituíam figuras com bases enormes e, portanto, estáveis e a silhueta esbelta, curvilínea e dinâmica do início do século XX. Diversos fatores influenciaram tal transformação e entre eles é possível destacar a tendência de dar aos corpos uma aparência mais leve, para que eles pudessem ter mais mobilidade e, assim, tornarem-se mais velozes.

A moda nas revistas ilustradas cariocas

As revistas ilustradas tiveram um papel estratégico no processo de modernização do Rio de Janeiro. Direcionadas ao grande público, exploravam novas formas de linguagem e de expressão com o intuito de se aproximar dos leitores para melhor veicular as idéias acopladas ao ideário moderno (VELOSO, 2010:49).

A partir de 1905 os assuntos relacionados à moda – no vestir e no comportamento – ganharam espaços crescentes em veículos como *Fon-Fon!*, *O Malho* e *Careta*. Em suplementos, artigos mais ou menos extensos e charges de humor o tema da moda era abordado muitas vezes de forma educativa, como que para auxiliar na formatação de hábitos, gestos e aparências. A intenção era coaduná-los com o status de metrópole que a cidade se empenhava em atingir. Em aparente contradição com o desenvolvimento do fenômeno do anonimato metropolitano, as reportagens sobre moda passaram a acentuar uma inédita visibilidade dos membros da elite ao olhar público. Na Avenida Central os passantes se sujeitavam não apenas a terem suas *toilettes* descritas e comentadas pelos jornalistas, mas até mesmo a serem fotografados, tendo sua aparência entregue à curiosidade dos leitores.

A questão da visibilidade é, aqui, crucial: é por ela que passam muitas questões referentes à modernidade e ao poder e suas estratégias de controle. Ela é fundamental, por exemplo, para se entender o porquê dos trinta e três metros de largura da Avenida Central – na época da sua construção, uma dimensão inédita para o país –, que substituiu a acanhada Rua do Ouvidor como “principal índice simbólico da cidade” (SEVCENKO, 1998: 522). Tudo ali magnificava a experiência da visão: seu traçado absolutamente retilíneo, que abria

9

uma enorme perspectiva ao olhar; a iluminação feérica proporcionada pelos modernos globos elétricos da iluminação pública; as vitrines de ares cosmopolitas, e, é claro, o cuidado com a aparência das pessoas que por ali passavam. A charge “Inconveniência das Avenidas”, publicada na revista *O Malho* de 31 de março de 1906 deixa bastante clara a alteração operada na relação entre os novos espaços e o cuidado com o vestir. A personagem central, uma senhora preocupada em apresentar-se corretamente, pede maior empenho à criada que ajusta seu espartilho enquanto explica: “Pois tu não sabes, tola, que agora há uma porção de avenidas? Quanto mais largas forem as ruas, mais se repara na elegância das damas. Aperta! Aperta!”

Portanto, já no início do século XX (ou desde meados do século XIX, na Europa, se nos remetermos à reforma parisiense de Haussmann, inspiradora da reforma carioca) formas de controle ao ar livre já estavam sendo colocadas em prática. Os espaços públicos abertos, inaugurados neste período, favoreciam um olhar diferente do panóptico de Jeremy Bentham: os passantes que desfilavam pela Avenida Central, no Centro do Rio, sabiam que estavam sendo ou que poderiam estar sendo observados. E não por um, mas por diversos pares de olhos, distribuídos por toda a Avenida: guardas municipais, colonistas sociais e outros passantes como eles mesmos, o que fazia de cada um, simultaneamente, algoz e vítima de um sistema que lançava mão de estratégias disciplinares e de controle.

A relação das revistas com a moda não se esgota na simples difusão de tendências ou em conselhos sobre o uso desta ou daquela peça. Ao publicarem fotografias de personagens de destaque na vida da cidade ou notinhas em que incensavam ou ridicularizavam estes mesmos personagens em função de suas escolhas estéticas, formava-se aí também um processo disciplinar, que distribuía prêmios e sanções de acordo com o entendimento dos editores do que era certo ou errado.

Um bom exemplo dessa “premiação” que a imprensa poderia promover em função da elegância pessoal pode ser vista na coluna “Calçada”, da revista *Fon-Fon!* de 12 de setembro de 1908. As várias mulheres ali citadas ganham destaque por cultivarem sua beleza, ou por fazerem escolhas bem sucedidas, consideradas de “bom gosto”, o que poderia torná-las “soberanas da moda”:

Mlle. J. S. – Digna de um Esboceto. Muito bonita e elegante. Se a beleza se contasse por galões, seria pelo menos generala.

Mme. S. V. – Vejam o seu toilette no Binoculo do dia 2 do corrente. Ravissante!

Mme. V. A. H. – Toda de preto. Uma das soberanas da moda.

10

Mlle. O. C. G. – Uma das morenas mais chics de um dos nossos bairros mais citados.

Mme. D. P. – Em companhia de sua irmã, cujo bom gosto no vestuário tem feito sensação em Montevideo.

Naquele momento, em que um modelo específico de civilização – a civilização francesa – era desejado, havia uma vontade de demarcação muito clara entre o certo e o errado. Uma das missões que a imprensa tomava para si era a de prescrever comportamentos, indicar as formas consideradas corretas de comportamento, buscando operacionalizar a idéia do moderno. “A proposta era “instruir” e familiarizar o público leitor com as novas coordenadas espaciotemporais” (VELLOSO, 2010: 98).

Para tanto valiam também as reprimendas, que se tornavam públicas quando veiculadas pelas temidas colunas. Os exemplos a seguir foram também retirados da revista *Fon-Fon!*:

Mme. D. R. – Perdôe-nos V. Ex. mas aquella collete com que esteve hontem no Municipal, não era seu. Não era... Estava largo demais e com certeza a defunta era mais gorda. (11/06/1910)

Mme. A.C. - Talvez fosse por pressa, talvez. Mas as meias com que Mme. passeiou hontem pela Avenida estavam desirmanadas. Uma era mais clara do que a outra e os bordados eram desiguales. Talvez fosse pressa, talvez. (Fon-Fon!, 14/05/1910)

Paradoxalmente, ao mesmo tempo em que difundiam de forma enfática as formas corretas de vestuário e comportamento, atuando no sentido de equalizar as aparências, o destaque dado a certas personalidades tornava a massa menos homogênea. Ao destacar individualidades, através de menções à elegância em colunas diversas e ao publicar fotos de personagens da vida cultural e política da cidade, geralmente de corpo inteiro, a imprensa atuava como mediadora para que a multidão que percorria as calçadas da Avenida Central ou do Corso na Praia de Botafogo se tornasse menos anônima.

Os textos jornalísticos e suas imagens recriavam uma experiência potencialmente compensatória da desorientação concreta trazida pelo encontro repetido de massas de desconhecidos. Ao tratar a Avenida de modo semelhante ao *foyer* do Teatro Municipal, a crônica mundana transformava ambos em uma extensão dos salões em que a sociedade se reconhecia em um pequeno universo de relações face-a-face. Naturalmente, para o leitor que não frequentava os salões essa experiência permanecia no plano imaginário. Tal ambiguidade ficava evidenciada pelo uso das iniciais para designar os personagens descritos nas matérias,

11

ao mesmo tempo preservando o segredo de suas identidades e sugerindo a existência de “chaves” que permitiriam a decifração do código do anonimato.

Nem sempre, porém, essa proteção era necessária ou desejável. A sensação de familiaridade com um mundo de altos personagens cujos rostos eram tornados conhecidos pela fotografia contribuía para a constituição de modelos a serem admirados e imitados. Como sugere Lipovetsky (1989: 33), nas sociedades regidas pelo fenômeno da moda esta imitação se desvia do prestígio de modelos ancestrais para inovadores contemporâneos, valorizando, neste caso, as normas do presente social.

Na sociedade que emerge das reformas urbanas do início do século XX, empenhada no esforço de modernização, a moda aparece como um elemento capaz de domesticar alguns dos aspectos potencialmente perigosos desse processo, restabelecendo o familiar num mundo povoado por estranhos. Ainda uma vez ela cumpre seu papel de conjugar impulsos contraditórios, como salientava Simmel, satisfazendo as necessidades de conformismo social e originalidade individual típicas da cultura moderna.

Bibliografia

- ABREU, Maurício. **Evolução urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPP, 2008.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BARTHES, Roland. **Inéditos, vol. 3: imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- BENEVOLO, Leonardo. **História da arquitetura moderna**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo – Obras escolhidas, v. 3**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- LAVER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- PERROT, Philippe. **Les dessus et les dessous de la bourgeoisie – Une histoire du vêtement au XIX ème siècle**. Paris : Fayard, 1981.
- ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências – Uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

12

SEVCENKO, Nicolau. “A capital irradiante: técnicas, ritmos e ritos do Rio”. In: SEVCENKO, Nicolau (org.). **História da vida privada no Brasil – volume 3**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

_____. **A metrópole e a vida mental**. In: VELHO, Otávio Guilherme. **O Fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1987.

SINGER, Ben. “Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular” in CHARNEY, L. e SCHWARTZ, V. (org). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

VELLOSO, Monica P.. “As distintas retóricas do moderno” in: OLIVEIRA, C; VELLOSO, M e LINS, V. **O moderno em revistas – Representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

Revistas consultadas:

Fon-Fon! Edições de 12/09/1908, 01/01/1910 e 14/05/1910.

O Malho de 31/03/1906.