

por que ler...

[ANA PAULA
CAVALCANTI SIMIONI]

Mestre e Doutora em Sociologia da Cultura pela USP. Pós-doutora em História da Arte pela Université de Genève (Suíça). Docente de Arte, Literatura e Cultura no Brasil e Sociologia da Moda na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP. Pesquisadora nas áreas de arte, gênero, cultura e poder.
E-mail: anapcs@usp.br

“

[26]

As condições de existência da moda são, assim, circunscritas enquanto fenômeno geral da história da nossa espécie. A moda é a imitação de um modelo e satisfaz, por este lado, a necessidade de apoio social, ela guia o particular a caminho do todo; ela cria um elemento universal que faz do comportamento de cada particular um mero exemplo. Mas ela não satisfaz nada menos que a necessidade de modificar a tendência à inovação, à variação e à distinção. E ela provém, por um lado, das mudanças de conteúdo que conferem à moda de hoje sua marca individual por oposição àquelas de ontem e de amanhã. Provém, de uma maneira ainda mais enérgica, do fato de que as modas são sempre modas de classe, que as modas da camada superior se distinguem daquelas da inferior e são por elas abandonadas no instante em que as últimas começam a se apropriar delas. Assim, a moda não é nada mais do que uma forma de vida particular entre as múltiplas formas da vida pelas quais reúnem-se em um ato unitário a tendência à equalização social e a que tende à diferenciação e à variação particular. Considerando-se a história das modas que foram, até então, objeto de estudos apenas pelo desenvolvimento de seus conteúdos, em função de sua significação para a forma da evolução da sociedade, ela é a história das pesquisas para se adaptar de uma maneira cada vez mais perfeita à satisfação dessas duas tendências opostas ao estado da cultura de cada indivíduo e de cada sociedade. A esta essência fundamental da moda subordinam-se os traços psicológicos particulares que nela observamos.

Ela é, como eu dizia, produto da divisão em classes e se comporta como um bom número de outras formas, antes de tudo, como o homem cuja dupla função é de unir-se a um grupo e, ao mesmo tempo, separar-se dos outros grupos. (...) Do mesmo modo, a moda significa, de um lado a vinculação àqueles que ocupam a mesma posição, a unidade de um círculo que ela especifica, e, ao mesmo tempo, a desvinculação deste grupo em relação àqueles que são inferiores, e a caracterização desses como não formando um todo com ela. Ligar e separar são as duas funções fundamentais que se encontram aqui indissolúvelmente unidas, das quais embora, num plano lógico, uma esteja em oposição à outra, faz-se necessária à sua realização (...).

Fragmento extraído de: Georg SIMMEL "La Mode". In: *La Philosophie de la Modernité*. Paris: Éditions Payot, 1989, p. 168-170.

Tradução: Ana Paula Cavalcanti Simioni

Revisão Técnica: Tereza Margiotti

”

Georg Simmel?

Georg Simmel (1858-1918), sociólogo alemão, pode ser considerado um pioneiro nos estudos acadêmicos sobre moda, particularmente, dentro do âmbito das ciências sociais. Em finais do século XIX, a moda não constituía um tema comum na agenda dos cientistas engajados na fundação e consolidação de uma nova "ciência", a Sociologia. Esta nascia sob uma árdua sina: a de compreender (e intervir) na sociedade moderna, percebida como eivada por conflitos sociais, morais e econômicos.

Com efeito, vigorava uma certa "hierarquia temática" mediante a qual alguns objetos eram considerados mais sérios e adequados do que outros para a compreensão do caráter anômalo daquela nova configuração social que emergia, sob o signo das revoluções. As transformações resultantes do desenvolvimento do capitalismo industrial e das novas configurações políticas abalaram a sociedade tradicional em todos os seus níveis, deixando efeitos avassaladores. Pode-se imaginar que, naquele contexto, a constelação das práticas culturais que hoje tendemos a congregar mediante a expressão "estilo de vida" fosse considerada uma questão menor, quanto mais ao ser confrontada aos estudos sobre as condições de trabalho, ou ainda sobre os sintomas da crise da sociedade moderna (prostituição, suicídio, alcoolismo, divórcio e crise familiar etc). Talvez se encontrem aí as origens das desvalorizações sucessivas a que os estudos sobre moda, até muito recentemente, receberam por parte da academia.

Uma das contribuições de Georg Simmel – e que confere aos seus textos, ainda hoje, uma notável atualidade – foi a de estender o foco analítico para uma ampla gama de temas, geralmente fragmentos da vida social que, a seu ver, eram constitutivos e, portanto, fundamentais, para a plena compreensão da sociedade de seu tempo. Citemos apenas alguns como o dinheiro, a cultura feminina, a vida nas metrópoles, o amor, a prostituição e, particularmente, a moda^[1].

Em algumas ocasiões o autor centrou seu foco na importância social que as práticas do vestir-se desempenham^[2]. Estas realizam a síntese entre duas forças antagônicas basilares da dinâmica social: a tendência à imitação e à individualidade. Por meio da moda, o indivíduo pode satisfazer a necessidade de aprovação por parte de um grupo, na medida em que se submete às suas normas e convenções. A imitação garante a presença do grupo no indivíduo e, ao mesmo tempo em que não lhe cobra nenhum tipo de criatividade ou esforço pessoal, o brinda com a tranquilidade de ser aceito por outros, de reconhecer-se como parte de algo maior. Porém, segundo Simmel, a tendência à imitação é apenas uma das forças que atuam sobre os indivíduos. Eles também buscam distinguir-se, seja de grupos sociais diversos daqueles dos quais fazem parte, seja de seus semelhantes, no interior do próprio grupo. Os indivíduos tanto buscam pertencer e submeter-se a grupos sociais, quanto buscam aprimorar e exercer suas capacidades puramente individuais, ansiando por distanciar-se dos demais, por distinguir-se, desenvolvendo o que pode ser denominado "individualidade".

A moda torna-se então um campo significativo porque, melhor talvez do que em qualquer outro, nele as forças sociais contraditórias que movimentam os indivíduos encontram sua síntese perfeita.

(...) Ela satisfaz, por um lado, a necessidade de apoio social, na medida em que é imitação; ela conduz o indivíduo às trilhas que todos seguem. Ela satisfaz, por outro lado, a necessidade da diferença, a tendência à diferenciação, à mudança, à distinção, e, na verdade, tanto no sentido da mudança de seu conteúdo, o qual confere um caráter peculiar à moda de hoje em contraposição à de ontem e à de amanhã, quanto no sentido de que modas são sempre modas de classe.^[3]

A questão da distinção deve ser sublinhada como o tema central dos estudos (sociológicos) sobre moda. Ela é um produto, ao mesmo tempo em que contribui para a produção, da divisão da sociedade em classes sociais. Sua função é dupla, por um lado integra os indivíduos em grupos específicos e, por outro, separa-os de outros grupos sociais. Ela permite a formação de vínculos entre aqueles que ocupam uma mesma posição, circunscrevendo-os em uma unidade específica, ao mesmo tempo em que os diferencia de grupos inferiores, caracterizados como aqueles "excluídos" das fronteiras

anteriormente estabelecidas. Assim, ligar e distinguir são duas funções sociais fundamentais da moda, que formam uma unidade indissolúvel.

A moda deve ser compreendida como parte indissociável da luta de classes na medida em que ela participa ativamente do processo de constituição das fronteiras sociais. Para Simmel, quem cria a moda, compreendida como práticas de vestir codificadas e legitimadas, são os estratos superiores. Na medida em que estas começam a se generalizar pelos estratos inferiores, quando os grupos mais desfavorecidos passam a "imitar" os dominantes, estes tendem a abandonar as velhas fórmulas e a criar novos estilos. Tal ciclo que se refaz permanente explica o caráter sempre cambiante da moda e tende a se acelerar muito nas sociedades modernas.

As metrópoles são o espaço por excelência da modernidade. Nelas, a rapidez, sem continuidade, das mudanças, das impressões, das relações; a atomização dos indivíduos, agora confrontados com seu próprio anonimato em meio às multidões; o fluxo do capital; o domínio de uma cultura urbana intelectualista e, ainda, o ritmo vertiginoso da transformação do universo das coisas provocam uma configuração única, absolutamente nova. Nesse espaço, a moda torna-se um importante sinal, rápido e visível, de pertencimento a grupos sociais específicos; funciona como um índice visual, que reveste os corpos de seus portadores, de identificação. A convivência forçosa de tantos grupos sociais em um mesmo espaço permite um movimento de progressão econômico das classes inferiores, favorecendo a aceleração no ritmo das transformações da moda. Isso porque os que estão abaixo na escala visualizam os superiores, rapidamente tendendo a imitá-los, em um desejo de aceitação e inserção social; no momento mesmo em que os inferiores a eles se igualam, os estratos superiores, buscando assegurar suas condições de distinção, abandonam suas práticas e estilos costumeiros. Com isso, a moda adquire uma amplitude e vitalidade até então insuspeitas.

A moda, fragmento da vida social característico da experiência moderna, capitalista e metropolitana, é, portanto, um prisma capital para a compreensão das disputas (reais e simbólicas) que envolvem os grupos sociais. Permite a visualização da dialética entre os desejos antagonísticos que movem os indivíduos: por um lado, o de serem aceitos, reconhecidos, membros de determinados grupos e, por outro, de serem originais, pessoais, únicos. Georg Simmel, um analista sensível e atento, foi por fim capaz de perceber que a moda era uma prática social suficientemente densa para não se deixar explicar, totalmente, pelas dinâmicas dos grupos sociais. Ela guardava, como ainda hoje guarda, uma dimensão absolutamente própria: sua configuração estética. As formas das vestimentas, seus estilos particulares não são derivados, prontamente, das condições das classes que os portam. Antes, possuem uma lógica autônoma que as assemelha às criações artísticas, com sua busca por inovações plásticas incessantes. Com isso, o autor postula que o interessado em compreender a moda deverá ser capaz de perceber a articulação, profunda, das três dimensões que a compõem: a individual, a social e a estética. Nos escritos de Georg Simmel, a moda, antes considerada um objeto fútil, adquire um estatuto analítico privilegiado; ela é aquele detalhe significativo pelo qual podemos observar a vida moderna em toda a sua complexa e intrincada gama de práticas e sentidos.

[28]

[1] Para uma análise minuciosa e aprofundada dos temas, abordagens e métodos presentes na vasta obra de Georg Simmel, consultar: WAIZBORT, Leopoldo. *As aventuras de Georg Simmel*. São Paulo, Editora 34, 2000. Outro livro traduzido para o português é: SIMMEL, Georg. *Filosofia do amor*. São Paulo, Martins Fontes, 1993.

[2] Os textos originalmente escritos por Simmel sobre a moda são: "Zur Psychologie der Mode. Sociologische Studie" ("Para a psicologia da moda, Estudo sociológico") in *Die Zeit*, Viena, 12.10.1895, p. 22-24; *Philosophie der Mode*. (Filosofia da moda) Berlin, Pan, 1905. "Die Frau und die Mode" ("A mulher e a moda") in *Das Magazin. Monatsschrift für Literatur, Musik, Kunst und Kultur* (O magazine. Revista mensal de literatura, música, arte e cultura) ano 77, nº 5, fev. 1908, p. 82-83; "Die Mode" ("A moda") in *Philosophische Kultur*. (Cultura filosófica) Leipzig, Kröner, 1911. Agradeço ao professor Leopoldo Waizbort pelas indicações sobre tais publicações.

[3] SIMMEL, Georg. "Da psicologia da moda: um estudo sociológico". In: SOUZA, Jessé e OELZE, Berthold (orgs). *Simmel e a modernidade*. Brasília, Editora da UNB, 2005, p. 160.