

A MODA NO PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO BRASILEIRO: O CASO DA REVISTA CAPICHABA

Ana Carolina Ferreira Sperandio¹

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é investigar, a partir da revista Vida Capichaba, o modo específico pelo qual a modernização foi introjetada na sociedade brasileira durante o período da República Velha, a partir da análise da moda como vestimenta, mais especificamente a análise da moda feminina. Em nossa hipótese, a introjeção da modernidade na sociedade brasileira teve como um de seus desdobramentos a determinação de um padrão de comportamento feminino, e, a partir disso, propõe-se entender em que medida a vestimenta estabeleceu certo projeto de mulher.

Palavras-chave: moda, vestimenta, revista.

INTRODUÇÃO

Do lazer até a satisfação das necessidades mais básicas de nossa vida – comer, habitar, vestir etc – predomina a forma mercadoria, de maneira que a mercadorização das mais diversas esferas da vida social encontra-se em estágio avançado. O ato de consumo tornou-se, com isso, a participação numa rede de intercâmbio social que, na forma mercantil, atravessa o globo e conforma certa maneira de reproduzir a vida social mundialmente compartilhada. Ademais, esse ato também significa a definição de pertencimento das pessoas a certa rede de hábitos, estrato social e formas de pensar. Ou, numa sentença, o ato de consumo marca a diferenciação perante iguais portadores de direitos comerciais mercadorias.

No caso do ato de se vestir, não apenas aquilo que veste, do ponto de vista do material do qual é feito, mas o modo como se veste, a maneira de se portar, os gestos que comportam certa roupa, são marcantes dessa distinção que, na esfera do consumo, expressa e reafirma a maneira como a sociedade está segmentada. Segmentação esta que emerge, conforme notado por certo

¹ Graduanda em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

filósofo alemão, da maneira conforme produzimos a vida que, na modernidade, passa pela crescente produção de coisa úteis (roupas, por exemplo) que representem valor – certa parcela do tempo do trabalho social geral. Entretanto, ser uma coisa útil não significa, notará ele, apenas satisfazer necessidades do corpo, mas também da fantasia ou da alma.

Para ficarmos no caso da roupa, ela não apenas veste uma pessoa, mas também faz essa pessoa ser visível/invisível, respeitada/desrespeitada, amável/detestável e assim por diante. Evidentemente, não se trata de uma propriedade do tecido do qual é feita a roupa proporcionar essa distinção, mas, na verdade, trata-se da maneira pela qual as relações entre as pessoas são conformadas que estabelece a roupa essa capacidade. E, na sociedade moderna, isso está articulado com certo padrão de reprodução do capital.

O tema do presente trabalho é, portanto, estudar a relação entre moda e modernidade, destacando que a forma mercantil da moda é muito mais do que a produção de roupas (objeto tangível para cobrir o corpo humano), mas uma forma de mediação social que estabelece um modo de vida. No interior desse tema, por sua vez, tomaremos como objeto a tensão entre moda e modernidade, tendo como foco a mulher moderna e a moda feminina propostas na Revista Vida Capichaba (1923-1957).

Isso porque trata-se de periódico fundado para divulgar certa moda, em especial feminina, e certa compreensão de ser moderno, igualmente voltada para a mulher, que foi fundado no momento em que o Brasil atravessava seu processo de modernização pela incorporação dos valores europeus. O que produziu diversos projetos de modernização, dos quais as revistas compunham uma parte.

É essa modernidade periférica que procura superar a si própria por meio dos projetos de modernização, tornando-se parte ajudada da modernidade – isto é, idêntica ao centro – que nos ajuda a entender a fabricação dos projetos de modernização do período que vai da proclamação da República, em 1889, até o seu fim, em 1930. Tratou-se de um período de mudanças: mudança da acumulação de capital, mudança no padrão de consumo e mudança da sociedade brasileira. São essas modificações a base para se pensar o projeto de modernização do Brasil enquanto um projeto específico, em que suas “heranças coloniais conformam estruturas que se reordenam a todo o momento, configurando uma modernidade específica” OLIVEIRA (2009, p.47).

Partindo desse pressuposto, a forma moda será abordada inserida em um contexto histórico, final do século XIX, mais especificamente 1889 até 1930, momento de importante ruptura. O período justifica-se por o limite da nossa demarcação histórica ser caracterizado por uma quebra no processo de modernização brasileiro. Abordar os projetos de modernização nesse período, é

recuperar as mudanças históricas do Brasil, que quer deixar o seu passado colonial para trás, e adentrar-se no novo mundo, na modernidade, e é nesse novo movimento que ocorre uma mudança na concepção do ser mulher.

Com essa modernização, também é modificada a vestimenta. Se antes ela estava coordenada pela posição da mulher numa sociedade agrária, com ela pertencendo ao campo, quando ela muda para a cidade, essas vestimentas passam a exprimir condicionantes distintos em relação às vestimentas do campo. O padrão de se vestir da mulher na cidade é pautado por algo que está fora das relações de interdependência pessoal, o padrão vem de fora e tem relação com as mudanças na posição social da mulher. E, assim, como afirmou a historiadora Livia de Azevedo Silveira Rangel: “a moda participa desse processo abandonando o estatuto de mero enfeite para se confundir com os próprios atributos que um indivíduo pretendia imprimir de si mesmo nas páginas da vida social.” RANGEL (2011, p.69).

E, por isso, o presente projeto propõe investigar, a partir da Revista Vida Capichaba, o modo pelo qual a modernização foi introjetada na sociedade brasileira na transição do Império para a República, e quais foram os seus desdobramentos para a construção de um projeto de mulher a partir dessa nova configuração. Esse projeto, em nossa hipótese, tem expressão na moda, moda como vestimenta, e, a partir disso, propõe-se entender o papel da moda no processo de redefinição do padrão do comportamento e ordenação social da mulher.

A primeira seção versará sobre a compreensão da moda inserida no modo de produção capitalista. A partir disso, há a tentativa de compreender as características fundamentais que constituem a moda como elemento de diferenciação socioeconômica e sua relação com o processo de modernização brasileiro. Assim, pretende-se subsidiar o entendimento da moda enquanto fenômeno social. A segunda e terceira seção tratarão sobre a moda feminina na revista Vida Capichaba. Para tanto, buscará recuperar o cenário histórico e cotidiano da época para que entendamos em que contexto foi produzido esse projeto de mulher e quais são as especificidades do processo de modernização no Brasil e, de forma mais detida, no Espírito Santo, bem como a construção de um novo modo de viver e se portar.

A MODA COMO FENÔMENO SOCIAL

A moda não cessa de se metamorfosear, invadir novas esferas e adentrar-se em várias camadas sociais, à luz de tais metamorfoses, ela se impõe como fenômeno social. Desse modo, a moda toma outra significação, conforme destaca o filósofo Gilles Lipovetsky (1989, p. 12), “não é mais um enfeite estético, um acessório decorativo da vida coletiva; é sua pedra angular”.

A moda e os valores a ela associados não podem, portanto, ser entendidos fora das relações sociais. Para tanto, é necessária uma investigação que não trate esse fenômeno do ponto de vista superficial, fútil. Suas especificidades, sua excentricidade e sua origem histórica são inescapáveis, de modo que, para pensar a moda, deve-se tomar distância de interpretações estritamente mecanicistas, a fim de possibilitar uma análise qualitativa sobre a essência desse fenômeno.

Isso posto, cabe um par de questões. Como essa forma aparentemente estruturada pela vaidade e pela frivolidade tomou lugar central na história humana? O que a constitui como fenômeno social? Para tecer uma resposta, seguimos as pistas da socióloga Gilda de Mello e Souza:

A maior dificuldade ao tratar um assunto complexo como a moda é a escolha do ponto de vista. E se bem que esta seja uma imposição necessária de método, nossa visão como que se empobrece ao encarmos um fenômeno de tão difícil explicação unilateral com os olhos ou do sociólogo, ou do psicólogo, ou do esteta. A moda é um todo harmonioso e mais ou menos indissolúvel. Serve à estrutura social, acentuando a divisão em classe; reconcilia o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós (necessidade de afirmação como pessoa) e o socializador (necessidade de afirmação como membro de um grupo); exprime ideias e sentimentos, pois é uma linguagem que se traduz em termos artísticos. Ora, esta expressão artística de uma linguagem social ou psicológica -o aspecto menos explorado da moda- talvez seja uma de suas faces mais apaixonantes. (SOUZA, 1987, p. 26)

A moda dessa forma funciona como um caleidoscópio, compreende aspectos da psicologia, da sociologia, das artes. Ao passo que cumpre questões relacionadas a aspectos estéticos, ela intensifica a divisão em classe e ao mesmo tempo em que provoca esse distanciamento entre indivíduos, ela expressa o pertencimento do sujeito como membro de um determinado grupo. É essa característica multifacetada da moda que a afasta de um ponto de vista frívolo para ser vista enquanto processo social que é. Uma de suas formas materiais que expressa tais especificidades é o vestuário, ele carrega consigo toda excentricidade e superficialidade da moda e de forma simultânea exprime essa diferenciação social, assim, nos proporciona toda a heterogeneidade inerente a esse fenômeno, exibindo suas características mais significativas.

O vestuário também comporta significações. Roland Barthes, em seu livro “o sistema da moda” distingue o vestuário em 3 tipos: o *vestuário imagem*, que se apresenta fotografado ou desenhado; o *vestuário escrito*, em que se trata do mesmo vestuário, mas transformado em linguagem; e o *vestuário real*, aquele que as pessoas efetivamente usam no seu dia a dia e, portanto,

comportam finalidades práticas, mais do que estéticas. O autor analisa a moda pelo prisma do vestuário escrito. A partir do campo semântico constituído pelo vestuário, ele procurou estabelecer um “sistema da moda” que tem manifestação em um sistema linguístico. Nossa análise central abarcará às noções de moda a partir do vestuário imagem e o vestuário escrito.

O estudo do vestuário <<representado>> (pela imagem e pela palavra), isto é, o estudo do vestuário tratado pela revista de Moda, oferece uma vantagem metodológica imediata em relação à análise do vestuário real [...] O vestuário real está cheio de finalidades práticas (protecção, pudor, atavio); estas finalidades desaparecem do vestuário <<representado>>, que deixa de servir para proteger, cobrir ou ataviar, mas serve, no máximo, para significar a protecção, o pudor ou o atavio; o vestuário-imagem conserva, entretanto, um valor que corre o risco de embarçar consideravelmente a análise, e que é a sua plástica; o vestuário escrito é o único que não tem qualquer função prática ou estética: ele é inteiramente constituído com vista a uma significação: se a revista descreve um determinado vestido utilizando a palavra, é unicamente para transmitir uma informação cujo conteúdo é: a Moda. (BARTHES, 1967, p.20)

Há também, no vestuário, diversas segmentações. As roupas podem delimitar a diferenciação do espaço entre campo e cidade, regiões de um país, estações, e mais importante, as diferenças entre centro e periferia, classe social, e gênero. A análise da indumentária permitirá compreender, por isso, como são estabelecidas essas distinções.

Tanto no trabalho de Gilda de Mello e Souza (1987) quanto no trabalho de Gilles Lipovetsky (1989), a vestimenta é, por excelência, o objeto apropriado em que se expressa, como colocou Roland Barthes (1967), “o sistema da moda”. Ela é a referência privilegiada de tal problemática. Destarte, é a luz das mudanças e metamorfoses desencadeadas pela moda – isto é, pelas alterações na vestimenta – que se objetiva a tensão entre as relações sociais e a modernização, de modo que a vestimenta é a mediação para a compreensão dessa tensão. A vestimenta nos proporciona, além disso, toda a diversidade dos movimentos inerentes a moda, que capturam a referida tensão. Nas palavras do filósofo francês Gilles Lipovetsky: “foi o vestuário, sem dúvida alguma, que encarnou mais ostensivamente o processo de moda; ele foi o teatro das inovações formais mais aceleradas, mais caprichosas, mais espetaculares” (LIPOVETSKY, 1989, p.24). As roupas, segundo ele, são o “domínio arquetípico” da moda. Desse modo, deteremos nossa atenção na vestimenta, não em seu uso diário, mas, outrossim, como meio de produção de uma imagem e de uma linguagem. E, por isso, será necessário inserir a moda no fluxo de relações sociais, historicamente estabelecidas, a fim de explicitar seu caráter social.

Em resumo, não é possível estudar uma arte, tão comprometida pelas injunções sociais como é a moda, focalizando-a apenas nos seus elementos estéticos. Para que possamos compreender em toda a riqueza, devemos inseri-la no seu momento e no seu tempo, tentando descobrir as ligações ocultas que mantém com a sociedade.

Este fenômeno social, não há dúvida, está jogando a todo instante com os princípios artísticos, que reorganiza num novo todo cada vez que o estilo varia. (SOUZA, 1987, p.50)

Seguindo a passagem acima, não há como estudar a moda focalizando-a apenas como mera frivolidade, estabelecendo seus elementos estéticos como puramente artísticos. As mudanças que ocorrem na moda dependem da cultura e das ideias de uma época. O fenômeno da moda está, segundo a socióloga, vinculado a uma estrutura social específica. A partir disso, ela permite compreendê-lo em sua totalidade, e não como um produto de escolhas individuais, ainda que comportem essa dimensão. Para que entendamos essa problemática, portanto, torna-se necessário elucidar o contexto no qual foi produzida certa moda.

O desenvolvimento do modo de produção capitalista² suscitou diversas transformações associadas à introdução da lógica mercantil em todas as esferas das relações sociais e nos detalhes mais triviais da vida cotidiana. Tais transformações desencadearam mudanças estruturais na dinâmica do consumo nas sociedades, que têm sua especificidade no capitalismo, orientando-o no sentido de criar constantemente novas necessidades de consumo. Aliado a isso, essa dinâmica social passa a ser permeada por uma intensa lógica de diferenciação social que impõe determinados padrões de consumo e, por meio deles, estabelece novas desigualdades e arquétipos de seres humanos, sem contar suas especificidades relativas à posição de centro ou de periferia do capitalismo.

Destarte, situar a moda na relação socioeconômica capitalista e, em particular, na formação social brasileira e, por conseguinte, seu lugar no consumo é, portanto, central para o entendimento de como a moda é uma mediação, não desprovida de tensão, entre a modernização e as relações sociais estabelecidas em certa localidade. Como dimensão do consumo, a moda comporta alguns de seus aspectos. Sobre eles, assevera conhecido filósofo alemão:

[...] na produção, os membros da sociedade apropriam (elaboram, configuram) os produtos da natureza às necessidades humanas; a distribuição determina a proporção em que o indivíduo singular participa desses produtos; a troca o provê dos produtos particulares nos quais deseja converter a cota que lhe coube pela distribuição; *no consumo, finalmente, os produtos devêm objetos do desfrute, da apropriação individual.* [...] Na produção, a pessoa se objetiva, na pessoa, a coisa se subjetiva; na distribuição, a sociedade assume a mediação entre produção e

² O conceito de modo de produção é, como se sabe, controverso. Para elucidar nosso ponto de partida, cabe destacar que compreendemos modo de produção como modo de produção da vida. E, por isso, trata-se da constituição dos meios materiais necessários à vida social, não apenas, portanto, de “economia”: “O modo pelo qual os homens produzem seus meios de vida depende, antes de tudo, da própria constituição dos meios de vida já encontrados e que eles têm de reproduzir. Esse modo de produção não deve ser considerado meramente sob o aspecto de ser a reprodução da existência física dos indivíduos. Ele é, muito mais, uma forma determinada de sua atividade, uma forma determinada de exteriorizar sua vida, um determinado modo de vida desses indivíduos.”. (Marx & Engels, 2007, p.87)

consumo sob a forma de determinações dominantes; na troca, produção e consumo são mediados pela determinabilidade contingente do indivíduo. [...] O consumo produz a produção duplamente: 1) na medida em que apenas no consumo o produto devém efetivamente produzido. *Uma roupa, por exemplo, somente devém roupa efetiva no ato de ser trajada.* [...] O consumo dá o golpe de misericórdia no produto quando o dissolve; porque o produto é a produção não só como atividade coisificada, mas também como objeto para o sujeito ativo; 2) *na medida em que o consumo cria a necessidade de nova produção, é assim o fundamento ideal internamente impulsor da produção, que é o seu pressuposto. O consumo cria o estímulo da produção; cria também o objeto que funciona na produção como determinante da finalidade.* [...] [o consumo] cria os objetos da produção em uma forma ainda subjetiva. Sem necessidade, nenhuma produção. Mas o consumo reproduz a necessidade. (MARX, 2011, p.44-47 – grifo nosso)

Seguindo a passagem acima, o consumo forma uma unidade com produção, distribuição e troca, todas elas tecidas pela produção. A ideia é que o ser humano existe porque se objetiva, e se objetiva porque produz efeitos no mundo, afinal de contas, como já dizia Marx em 1843, um ser que não se exterioriza, que não produz efeito no mundo, não é um ser. Por isso, a produção conecta essas esferas, produção essa, no sentido de objetivar-se, criar objetos junto ao mundo, tornando assim o mundo diferente, propriamente humano.³

Todas essas formas de objetividade acontecem de forma condicionada, elas são específicas. O consumo que ocorrerá quando a produção do ponto de vista unilateral é do tipo capitalista, ou seja, coordenada a partir da lógica do valor, com certa temporalidade, condicionada por certa distribuição relacionada às classes incorporadas neste processo produtivo, produzindo com esse movimento uma troca, provocará, a partir de tal movimento, um tipo de consumo adequado a essa relação social. Nesse consumo, de acordo com a historiadora Milena Fernandes de Oliveira:

Há uma clivagem clara entre aqueles que consomem para sobreviver e aqueles que vivem para consumir, entre os que consomem a banalidade e os que consomem a sua essência. É o fim da sociedade de “coisas banais” e o nascimento da sociedade capitalista de consumo, que mescla elementos do mercado através do qual se adquirem os produtos e a lógica de diferenciação social herdada das sociedades estamentais, tornando as “coisas” duplamente significadas. (OLIVEIRA, 2009, p.5) [...]

Como a produção não é um processo isolado no capitalismo, em especial em seus primórdios, porque ainda não possui recursos para criar sua própria demanda, abre-se espaço para que o consumo e, principalmente, o arranjo entre as classes possam vir a influenciar a produção. Apesar de considerado epifenômeno do ponto de vista do marxismo, o consumo pode influenciar a dinâmica capitalista na medida em que se relaciona de diferentes formas com a produção e legitima as lutas de classes no campo cultural. (OLIVEIRA, 2009, p.16)

³Conforme o autor: “Um ser que não tenha sua natureza fora de si não é nenhum ser natural não toma parte na essência da natureza. Um ser que não tenha nenhum objeto fora de si não é nenhum ser objetivo. Um ser que não seja ele mesmo objeto para um terceiro ser não tem nenhum ser para seu objeto, isto é, não se comporta objetivamente, seu ser não é nenhum [ser] objetivo. [...] Um ser não-objetivo é um não-ser”. (Marx, 2004, p.127)

Dessa forma, é a partir da análise conjunta dessas duas dimensões, que torna-se possível fornecer explicações sólidas relacionadas à especificidade do desenvolvimento do capitalismo brasileiro associado a um tipo específico de modernização e um tipo específico de consumo. Celso Furtado (1974), em seu livro **O mito do desenvolvimento econômico** afirma que:

Para captar a natureza do subdesenvolvimento, a partir de suas origens históricas, é indispensável focalizar simultaneamente o processo da produção (realocação de recursos dando origem a um excedente adicional e forma de apropriação desse excedente) e o processo de circulação (utilização desse excedente ligada à adoção de novos padrões de consumo copiados de países em que o nível de acumulação é muito alto), os quais, conjuntamente, engendram a dependência cultural que está na base do processo de reprodução das estruturas sociais correspondentes. (FURTADO, 1974, p.80)

Assim, o consumo, ao relacionar-se com a esfera produtiva, permite a compreensão dessas peculiaridades que caracterizam um certo capitalismo, funcionando, então, como importante instrumento de compreensão da formação deste capitalismo específico, à luz do processo de diferenciação social anteriormente citado.

O momento em que o consumo atua como demarcador de limites sociais, diferenciando as pessoas, segundo o sociólogo Jean Baudrillard, ocorre quando o produto é consumido. Para ele, o consumo não é apenas o ato de consumir tal objeto, seja ao se alimentar, vestir-se ou habitar, o consumo é compreendido, na verdade, enquanto processo de diferenciação social. É a partir dessa definição, que o sociólogo diferencia as “necessidades físicas” das “necessidades sociais”. (BAUDRILLARD, 2008)

Desse modo, seguindo o comentário do economista Valter Palmieri Jr. (2017), Baudrillard desenvolve uma interpretação do funcionamento da sociedade capitalista na qual o consumo não exerce mais um papel passivo e subordinado diante da lógica da produção. Em verdade, o lugar do consumo inserido nessa lógica é crucial para o pleno desenvolvimento do modo de produção capitalista.

Não existe a <<massa de consumidores>> e nenhuma necessidade emerge espontaneamente do consumidor de base [...]. A feira das necessidades, de modo análogo à dos objectos e dos bens, começa por ser socialmente selectiva: as necessidades e as satisfações escoam-se para baixo em virtude de um princípio absoluto e de uma espécie de imperativo social categórico, que constitui o suporte da distância e da diferenciação por meio dos signos. Semelhante lei é que condiciona toda a inovação de objectos enquanto material social distintivo; esta lei de renovação do material distintivo <<a partir de cima para baixo>> é que atravessa o universo global do consumo, e não, em sentido inverso (de baixo para cima, para a homogeneidade total). (BAUDRILLARD, 2008, p.61-62)

Segundo o sociólogo, essa inovação justifica-se justamente pelo fato de que, ao existirem necessidades “sociais”, elas são simbólicas e é esse simbolismo que caracteriza o consumo como distinção social. Desse modo, o autor rompe com uma visão do consumo sob uma perspectiva utilitarista:

O consumo é instituição de classe: não só na desigualdade perante os objectos, no sentido económico [...] Mas, de modo ainda mais profundo, há discriminação radical no sentido de que só alguns ascendem à lógica autónoma e racional dos elementos do ambiente (uso funcional, organização estética, realização cultural), indivíduos esses que, para falar com propriedade, não se ocupam de, nem <<consomem>> objectos - votando-se os outros a uma economia mágica e à valorização dos objectos como tais e de tudo o resto enquanto objectos (ideias, lazeres, saber e cultura): esta lógica feiticista constitui a ideologia do consumo. [...] Pelo número, redundância, superfluidade, prodigalidade de formas, pelo jogo da moda e por tudo o que neles excede a função pura e simples, os objectos conseguem unicamente simular a essência social - O ESTATUTO - esta graça de predestinação conferida por nascimento só a uns quantos e que a maioria, por destinação inversa, jamais alcançará. (BAUDRILLARD, 2008, p.58-59).

Dessa forma, o movimento e a temporalidade dessas necessidades é explicado pela diferenciação social, inserido, como pontuado pelo sociólogo, na lógica do consumo, em que essa lógica é fundamentada por uma linguagem que produz e reproduz diferenciações sociais por meio dos objetos. As transformações inerentes ao capitalismo implicam, portanto, em transformações:

[...] no modo de vida, uma vez que as necessidades do sistema de produção capitalista transformam inúmeros aspectos do cotidiano, além de influenciar no sistema de valores da sociedade. Na etapa da sociedade de consumo a tônica das relações sociais, modo de vida e critérios de discriminantes sociais são os objetos de consumo, que passam a ter centralidade nas várias esferas da vida social. [...] O conjunto de características psicológicas que determina os padrões de pensar, sentir e agir, ou seja, a individualidade pessoal e social dos indivíduos passa a ser pautada pela lógica social do consumo e a sociabilidade depende do nível de aderência a linguagem do sistema de objetos. (PALMIERI JR., 2017, p.49-50)

Essa lógica social do consumo produz um determinado padrão de consumo no sentido de tornar imperativas tais necessidades “sociais”. Esse padrão de consumo, no modo de produção capitalista, possui como característica fundamental o consumo de mercadorias. É partindo da compreensão da especificidade da mercadoria no capitalismo, portanto, que entendemos a moda enquanto um fenômeno social:

A mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa que, por meio de suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de um tipo qualquer. A natureza dessas necessidades - se, por exemplo, elas provêm do estômago ou da imaginação - não altera em nada a questão. (MARX, 2013, p.113)

A moda, então, como anteriormente conceituada (vestimenta), não é só um produto. O que está sendo vendido não é só o “vestir” ou o “agasalhar”, mas também a capacidade a distinção social. A capacidade da mercadoria de satisfazer tais necessidades a partir de suas propriedades materiais é chamada de “valor de uso”, sendo sua efetivação no consumo. Dito de outro modo, o que está sendo vendido é justamente o valor de uso de satisfazer o corpo e a alma, de forma que a alma também está sendo vestida. Ao passo que isso acontece, ocorre uma distinção, um distanciamento entre a alma A e a alma B – uma valendo mais do que a outra.

É transformação da roupa e do seu uso em mercadoria – capaz tanto de vestir quanto distinguir – que pautará parte das mudanças no padrão de vestimenta. A outra parcela será tributada à própria dinâmica da produção de valor, uma vez que pautada pela crescente produtividade em busca do seu contínuo crescimento. Por outras palavras, pela roupa se expressar como mercadoria, ela detém certas peculiaridades, possui a capacidade de satisfazer certas fantasias, e o modo como o sujeito a consome é fundamental para determinar o seu lugar na sociedade.

Dessa forma, essas mudanças também estão relacionadas à redefinição dos padrões de comportamento – isto é, na construção do *ser moderno*. Em se tratando do processo de metamorfose da vestimenta, essa mudança se concretiza na constituição de um projeto de feminino. Projeto esse pautado na construção da *mulher moderna*, determinando a sua posição social a partir do modo como ela consome essa mercadoria específica.

O capitalismo incorpora, modificando, argumentou a socióloga Gilda de Mello e Souza, o antagonismo entre os sexos e classes, por meio de sua materialização na moda. O objeto moda é muito mais, portanto, do que uma indústria. Ele é um meio de conformação da divisão entre classes, estamentos, e os espaços de convivência das pessoas na sociedade capitalista, de forma que a figura da mulher, a partir do que ela veste, estabelece, nessa sociedade, não só sua posição social determinada, mas seu lugar junto ao marido.

As diferenças que captamos são o reflexo de profundos contrastes de tipos de vida, de nível social, de profissão, que os anos cristalizaram, impondo aos indivíduos como uma máscara. Elas fazem com que à primeira vista separemos não só o operário do burguês, como dentro de uma mesma classe, o escritor do magistrado, o comerciante do fazendeiro, o professor do industrial. Dessas oposições, porém, a que mais nos impressiona porque se estampa numa diferença marcada de configuração física é a que existe entre os sexos. Aqui, não só um contraste biológico, mais acentuado entre os animais, afasta a mulher do homem. Mas todo um conjunto de diferenças acentua através da roupa as características sexuais, modula de modo diferente a voz da mulher, produz um vagar maior dos movimentos, um jeito de cabeça mais langue sobre os ombros.

[...]

A vestimenta acentuará esse antagonismo, criando, no século XIX, duas “formas”, uma para o homem, outra para a mulher, regidas por princípios completamente

diversos de evolução e desenvolvimento. A história do traje nos mostra, é verdade, como os dois grupos sempre se diferenciaram através da roupa. A indumentária masculina evoluiu na sua trajetória de um “oblongo em pé”, sólido dos ombros aos tornozelos, ao segmento de uma estrutura assemelhando-se no desenho a um H. A feminina tomou como “símbolo básico de sua construção um X”.

[..]

O século XIX, porém, será um divisor de águas e o princípio diretor da roupa feminina, estará, nestes últimos cem ou cinquenta anos, quase inteiramente ausente da vestimenta dos homens. Enquanto o traje feminino, passada a voga da simplicidade, se lançou novamente numa complicação de rendas, bordados, e fitas, a indumentária masculina partiu num crescente despojamento, do costume de caça do gentil homem inglês para o ascetismo da roupa moderna. (SOUZA, 1987, p. 55-60.)

Dessa forma, a divisão sexual se manifestará em uma divisão no modo de se vestir, que expressará um pertencimento a uma determinada classe. (SOUZA, 1987, p. 59) Isso também segmenta as classes, uma vez que, instaurada a roupa na forma mercadoria, uma camada média começou a mirar esse luxo e a almejá-lo. Dessa maneira, surgiram imitadores, e isso acelerou a metamorfose da moda, que por conta disso, passou a estar em constante mutação. O significado da moda é compreendido, assim, em seu movimento e sua difusão:

A Moda é um modelo aristocrático, mas esse modelo é actualmente submetido a forças poderosas de democratização: no Ocidente, a Moda tem tendência a tornar um fenómeno de massas, precisamente na medida em que é consumida através de uma imprensa de grande tiragem [...]; a maturidade do sistema é portanto, adoptada pela sociedade de massas segundo um compromisso: a Moda deve projectar o modelo aristocrático, fonte de seu prestígio: é a Moda pura; mas, ao mesmo tempo, ela também deve representar o mundo dos seus consumidores, transformando as funções intramundanas em signos (trabalho, desporto, férias, estações, cerimónias): é a Moda naturalizada, cujos significados são nomeados. De aí o seu estatuto ambíguo: ela significa o mundo e significa-se a si própria, constrói-se neste caso como programa de conduta e no outro como espectáculo luxuoso. (BARTHES, 1967, p. 319.)

Com a passagem acima, o sociólogo francês afirma o estatuto ambíguo da Moda. Ao mesmo tempo em que materializa os desejos individuais e a capacidade de se diferenciar socialmente por meio da vestimenta, há também a mimetização dos padrões das classes mais altas. Desse modo, sua ambiguidade se manifesta de outras formas também porque ela cumpre a uma lógica de diferenciação e generalização de maneira simultânea. Nessa nova característica da roupa, há uma mudança, como anteriormente citado, na concepção de mulher: as mulheres ocuparam um lugar singular no que tange à redefinição dos padrões de comportamento – como frisou a socióloga brasileira: se a mulher não souber o modo, não souber se portar, ela não arrumará um marido (SOUZA, 1987).

Para a socióloga, o distanciamento dos sexos se materializa na forma, na cor e no tecido da vestimenta, ela não figura como mera imposição estética. A moda também figura como componente da classe que se forma com a ascensão social, “para a grande maioria, sufocada sob as privações de toda a sorte, quando faltavam o carvão e o alimento, as anáguas bordadas, as blusas de gola alta, representavam a evasão do sonho”, também dando vazão para os anseios de distinção social. A distinção social não se dará apenas, portanto, pelo dinheiro, o dinheiro é mais um condicionante, mas não é condição suficiente, ela manifesta as especificidades do capitalismo periférico ao distanciar a elite rural da elite urbana, e a parcela estrangeira que ascende socialmente, “um simples salto no espaço provoca a recomposição completa no sensível caleidoscópio social” (SOUZA, 1987, p.122)

Apenas os príncipes e as princesas podem vestir-se de carmesim; os gentis homens e suas esposas só tem direito de utilizar essa cor nas peças mais escondidas; às mulheres da classe média só é permitido o uso do veludo nas costas ou nas mangas; aos maridos, proíbe-se o seu emprego nas vestes superiores, a não ser que as inferiores sejam de pano; as pessoas que se dedicam aos ofícios e aos habitantes do campo, a seda é interdita, mesmo como acessório”.

[...]

A roupa incômoda exprimia, naquela época, tanto quanto a rica ornamentação, uma prerrogativa de classe. Era uma prova visível, oferecida a todos de que o portador, não se dedicando aos trabalhos manuais, desprezava o desembaraço dos membros e o conforto dos vestes. O seu caráter distintivo sobrepunha-se de tal forma ao seu caráter funcional que um cavalheiro do século XV, de vida muito pouco sedentária, não se opunha ao uso dos sapatos em bico com calcetas reviradas, nem um isabelino, aos sufocantes gibões justos de golas em canudos. Foi necessário operar-se uma revolução nos espíritos e, com a vida dos salões, a mobilidade transformar-se por sua vez em distinção de classe, para que os costureiros buscassem o aperfeiçoamento do corte. (SOUZA, 1987, p.47-48)

Assim, há a demonstração, por meio do desconforto da vestimenta que o seu portador não estava empenhado em nenhuma espécie de trabalho produtivo, e por consequência, presumia-se o seu pertencimento a classes privilegiadas. Essa acentuação do antagonismo entre os sexos e estamentos se justificou pela introjeção dos valores modernos dentro da sociedade, e a vestimenta começou a tornar isto mais visível.

Isto posto, pode-se afirmar que a modernização transforma a maneira de se portar, se sentir, extravasar, como forma, que tem determinado conteúdo. Na sociedade de valorização do valor, o valor de uso é importante, porque ele dá vazão ao valor, toda vez, então, que a valorização produz cada vez mais coisas, não é só isso que ela faz, ela produz também a distinção, porque é na produção de valor de uso que se efetiva a produção de valor. Então, a medida que a distinção muda, a moda muda, há a necessidade de um novo circuito de formação de comportamento, ao mesmo

tempo em que modificam-se as condições de valorização do valor na produção de roupas. Assim sendo, o valor de uso se expressará de maneiras diferentes aqui, e de maneiras efêmeras que vão ser uma forma de expressão de um tipo de desejo, um tipo de vida, que estará condicionada pelo processo de valorização do valor – em suma, pelo capital.

A forma efêmera como vai ser o modo que o sujeito se expressará, desde as expressões idiomáticas até a maneira como escreverá, até a roupa que usará, está relacionada com essas mudanças, essas rodadas de valorização que vão dar a base para essas transformações. Por isso, essas mudanças vão ser cada vez mais curtas. A moda torna-se uma maneira de se expressar, e estando a valorização inserida em todas as dimensões da vida, quando a forma de expressão muda, o sujeito precisa mudar de acordo com a nova forma de expressão estabelecida.

Durante dezenas de milênios, a vida coletiva se desenvolveu sem culto das fantasias e das novidades, sem a instabilidade e a temporalidade efêmera da moda [...]. Só a partir do final da Idade Média é possível reconhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias. A renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artificios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção mas regra permanente: a moda nasceu. [...] [a moda] é, em primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva. [...] A mudança não é mais um fenômeno acidental, raro, fortuito; tornou-se uma regra permanente dos prazeres da alta sociedade; o fugidio vai funcionar como uma das estruturas constitutivas da vida mundana. (LIPOVETSKY, 1989, p.30)

A moda assim, é caracterizada por ser um fenômeno social de considerável oscilação, essa temporalidade da indumentária é explicada por um lado pelos imitadores, quando a classe privilegiada percebe esse processo de mimetização, trata de mudar a moda, para não desfazer-se de seu caráter de diferenciação. Esse processo é desenvolvido sobretudo nas cidades, “a aproximação em que vivem as pessoas na área urbana desenvolve, efetivamente, a excitabilidade nervosa, estimulando o desejo de competir e o hábito de imitar” (SOUZA, 1987, p.20).

Esse fenômeno, portanto, não pode ser compreendido sem a recuperação histórica da constituição do capitalismo brasileiro e a dinâmica do consumo, tampouco, sem uma análise do processo de constituição da modernidade que moldou a trajetória de formação do capitalismo brasileiro. A modernidade a qual nos referimos “não é um estágio evolucionário em direção ao qual todas as sociedades evoluem, mas uma forma específica de vida social originada na Europa ocidental e que tem se desenvolvido num complexo sistema global”. (POSTONE, 1993, p.4 – tradução nossa). A modernidade é compreendida pela introjeção do ideal civilizatório,

fundamentalmente eurocêntrico e sob o domínio da lógica do valor. Nesse sentido, a modernização é caracterizada como a inserção na sociedade e na cultura brasileiras dos valores modernos que circulavam pela Europa e Estados Unidos, sustentados na industrialização, na urbanização e na reestruturação do Estado. A ideia de modernidade que partiremos é, por tanto, uma modernidade vista não só como industrialização, mas como uma maneira de viver radicalmente diferente das anteriores.

O PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO BRASILEIRO: EM BUSCA DA MODERNIDADE

A passagem do Império para a República engendra uma nova configuração do Brasil, cujo fato marcante é a abolição formal do trabalho escravo, pois, engendrou a generalização do trabalho livre como tendência das relações de trabalho no Brasil. A ruptura causada por essa passagem é colocada pelo historiador Caio Prado Júnior nos seguintes termos:

Rompeu bruscamente um artificial equilíbrio conservador que o Império até então sustentara, e que dentro de fórmulas políticas e sociais já gastas e vazias de sentido, mantinha em respeito às tendências e os impulsos mais fortes e extremados que por isso se conservavam latentes. Estes se fazem então sentir com toda sua força longamente reprimida, abrindo perspectivas que a monarquia conservadora contivera ou pelo menos moderara muito. No terreno econômico observaremos a eclosão de um espírito que se não era novo, se mantivera no entanto na sombra e em plano secundário: a ânsia de enriquecimento, de prosperidade material. Isto, na monarquia, nunca se tivera como um ideal legítimo e plenamente reconhecido. O novo regime o consagrará. (PRADO JÚNIOR, 1967, p.204)

É esse novo espírito que caracterizará o movimento de transformação do Brasil Império para a República. Esse movimento traz consigo o surgimento de um novo homem de negócios

No Império ele não representa senão figura de segundo plano, malvista aliás e de pequena consideração. A República levá-lo-á para uma posição central e culminante[...] Nenhum dos freios que a moral e a convenção do Império antepunham ao espírito especulativo e de negócios subsistirá; a ambição do lucro e do enriquecimento consagrar-se-á como um alto valor social.(PRADO JÚNIOR, 1967, p.219)

A divisão social do trabalho no período monárquico não estava direcionada a transformar a cidade um lugar de reprodução da força de trabalho. Durante o período colonial, ela se caracterizou pelo movimento campo-mercado externo, o Brasil inseria-se na divisão internacional do trabalho como uma monocultura geradora de produtos primários destinados ao exterior, não havia nesse momento um mercado interno consolidado. Com o fim do escravismo, há uma metamorfose da riqueza, que passa do escravo para a terra, liberando capital para novos empreendimentos, o que

inaugura um novo espírito de negócios que fomentou uma nova forma de acumulação de capital. (CAMPOS JÚNIOR, 1996)

A Abolição da escravidão e a conseqüente transformação do regime de trabalho; o rompimento dos quadros conservadores da monarquia e a eclosão de um novo espírito de negócios e especulação mercantil; a acentuação e consolidação do domínio da finança internacional na vida econômica do país. (PRADO JÚNIOR, 1967, p.219)

Tais processos condicionam uma forma de acumulação de capital que conduzirá a industrialização, contribuindo para a superação da economia agrícola, característica do império, por meio da formação de um complexo de acumulação de capital que envolverá o campo e a cidade – produção de café, sacaria, transporte ferroviário e pequenas indústrias (têxtil, alimentícia, construção civil e outras). A partir dessa acumulação de capital, tem-se o terreno para vislumbrar a incorporação da moderna produção industrial, que ocorrerá posteriormente.

Cabe ressaltar, de acordo com Caio Prado Júnior, que esses fatores vão possibilitar a gestação de uma nação ajustada ao equilíbrio mundial moderno, mas mantendo-se no seu lugar de semi-colônia. Nas palavras da historiadora Milena Fernandes de Oliveira, “à medida que o capitalismo começa a dar, nas sociedades periféricas, seus primeiros passos, enceta-se, em paralelo, a construção de uma modernidade específica” (OLIVEIRA, 2009, p.203). É esse lugar que caracteriza o tipo específico de modernidade que o Brasil vai experimentar, modernidade bem diferente dos países centrais e localizada numa de suas periferias; portanto, modernidade periférica. Dessa forma, o Brasil entra numa trajetória de ruptura com seu passado colonial e afirmação de uma sociedade moderna, guiada pela tentativa de emular o processo de modernização dos países centrais e, assim, mudar sua posição na modernidade – de periferia para centro.

A compreensão do processo histórico de modernização brasileiro perpassa, como observado, o processo de acumulação de capital por meio da produção de café. Cabendo, assim, recuperar suas características. Neste particular, observa o geógrafo Carlos Teixeira de Campos Júnior:

A partir da emergência da cafeicultura e do trabalho livre no Brasil, começa-se a criar as bases para o deslocamento do sistema produtivo do campo para a cidade, o que de fato estará efetivado no final da década de 20. O café, por sua vez, com base no regime de colonato, possibilita a algumas regiões do país elevarem o seu grau de acumulação. Desse processo emerge uma nova classe de produtores rurais, que ascendem ao poder depois da proclamação da República. Tal situação cria novos contornos na economia nacional.(CAMPOS JÚNIOR, 1996, p.42)

Essas transformações desenroladas no bojo da expansão cafeeira, permitiram, de acordo com o economista Wilson Cano, que o excedente gerado pela acumulação de capital da economia cafeeira fluísse para atividades tipicamente urbanas, induzindo o processo de urbanização.

Na fase de expansão [do café], grande parte dos recursos disponíveis são investidos na formação das plantações, e, com a chegada dos preços baixos, fazendo baixar a

lucratividade média da cafeeicultura, criam-se condições para que parte dos lucros cafeeiros sejam investidos em outros segmentos do complexo (bancos, estradas, indústrias, usinas, etc.). (CANO, 1977, p.122)

Como foi dito, o fim da escravidão concebeu uma reorientação no padrão de acumulação de capital. O Brasil muda de inserção, a República Velha não é um momento apenas de continuidade do latifúndio, ela é o começo da complexidade da acumulação de capital, sendo o eixo da acumulação de capital brasileira, a produção de café, concentrada principalmente em São Paulo. Tanto Carlos Teixeira (1996) quanto Wilson Cano (1977) pontuam que essa reorientação foi caracterizada por uma alteração na trajetória do excedente gerado principalmente pelo complexo cafeeiro, no qual parcela considerável do excedente, que antes saía do país, a fim de servir como mecanismo de acumulação no exterior, passa a ser retido internamente. Assim, esse excedente paulatinamente vai sendo reinvestido em outras atividades fora da esfera agrícola (bancos, casas comerciais e indústrias) contribuindo para a remodelação da estrutura econômica e alteração gradativa de sua expressão em direção às feições urbano-industriais.

Essa reorientação tem como uma de suas principais consequências a constituição de um mercado interno, um dos sustentáculos do grande empresa moderna, caracterizada pela produção em massa e consumo de massa, e que configurava o padrão de acumulação nos países capitalistas centrais. Com a formação de um mercado interno, há também uma mudança no padrão de consumo.

Os anos seguintes à proclamação da República altera também as relações entre os Estados e o Governo Central. Há um processo de descentralização da federação, antes com feições unitárias, e, a partir de então, há uma mudança no sentido de dar maior autonomia e poder às províncias – agora transformadas em estados – tanto nas esferas administrativa e financeira quanto na sua esfera política. A república deslocou o eixo decisório, portanto, para os estados da federação. Esse aspecto é de fundamental importância para as transformações ocorridas no Espírito Santo, embora o processo econômico tenha sido distinto neste estado.

Enquanto em São Paulo, então centro da acumulação de capital no Brasil, esta acumulação está diretamente associada à vertiginosa expansão do complexo cafeeiro, fomentando um parque industrial, que será a base da industrialização brasileira, e um processo de transformação social cuja manifestação concreta está na urbanização das cidades. O complexo cafeeiro foi responsável, portanto, por gestar as condições para a formação de um sistema produtivo urbano industrial que promoveu uma nova configuração espacial e urbana das cidades.

De modo mais concreto, com o fortalecimento do café, afirma Caio Prado Júnior, “instalar-se-ão grandes e modernos portos, a rede ferroviária crescerá rapidamente, inauguram-se as primeiras usinas de produção de energia elétrica [...] remodelam-se com grandes obras as principais cidades” (PRADO JÚNIOR, 1967, p.218). Em outras palavras, há o escoamento do capital para outros setores que não o agrícola, como as indústrias, a infraestrutura – as redes de água e esgotos, as obras de iluminação pública, a construção de ferrovias e portos, as usinas hidroelétricas e outros tantos. Todos eles, de uma forma ou de outra, ligados à reconfiguração espacial das cidades proporcionada pela acumulação de capital por meio da expansão do complexo cafeeiro, que também engendrará, nas cidades, uma nova configuração das classes sociais. Conforme observou Oliveira (2009): “O desenvolvimento da cafeicultura em bases capitalistas, a proclamação da República, a instituição do trabalho livre conduziram a uma nova configuração de classes” (OLIVEIRA, 2009, p.12).

É essa modernidade periférica que procura superar a si própria por meio dos projetos de modernização, tornando-se uma modernidade central, que nos ajuda a entender a fabricação de tais projetos nesse período. Tratou-se, conforme observado, de um período de mudanças: mudança de estado, mudança no padrão de consumo e mudança da inserção do Brasil na divisão internacional do trabalho. São essas modificações a base para se pensar o projeto de modernização do Brasil enquanto um projeto específico, em que suas “heranças coloniais conformam estruturas que se reordenam a todo o momento, configurando uma modernidade específica”. (OLIVEIRA, 2009, p.47)

É a partir desse contexto que surgiu, no estado do Espírito Santo, especificamente em Vitória, o anseio de se livrar dos traços coloniais e afirmar-se como parte da modernidade. Ao mesmo tempo, cabe notar, ocorreu nesse estado uma mudança econômica importante. É sobre esse aspecto que nos deteremos a seguir.

A MODERNIZAÇÃO DA CIDADE DE VITÓRIA

O projeto de modernização da cidade de Vitória teve seus contornos plenamente definidos a partir do primeiro governo de Muniz Freire (1892-1896), sendo nosso recorte temporal em termos de governo a ser analisado até o mandato de Florentino Avidos (1924-1928), onde exploraremos o esforço para a modernização da cidade, que objetivava a ruptura com seus traços coloniais. Ou,

conforme afirma periódico da época: “a remodelação de nossa capital vem do Império à República, embora fosse, outr’ora, muito morosa”⁴.

No período da República Velha, o estado do Espírito Santo direcionou seus investimentos para obras portuárias e ferroviárias, com o intuito de integrar o território capixaba com o território mineiro, equacionando a questão do isolamento do território. Além disso, segundo o geógrafo Marcos Cândido Mendonça, investiu-se na infraestrutura para abastecimento de água e coleta de esgoto (MENDONÇA, 2014, p.11), e além da elaboração do projeto do Novo Arrabalde⁵.

Para que entendamos o processo de modernização das cidades e a eclosão de uma nova fisionomia urbana, tomando como recorte a cidade de Vitória, é preciso entender qual foi o motor da tentativa de transformação de Vitória em um centro econômico, assentado em bases urbano-industriais.

O processo de modernização brasileiro vinha sendo empreendido por meio da acumulação de capital oriundo da produção de café, visto que o processo de transformação das cidades em outras regiões do país, sobretudo em São Paulo, foi estimulado principalmente pelo excedente gerado pela economia cafeeira.

Entretanto, como aponta Carlos Teixeira, a realidade em Vitória era diferente do processo brasileiro. Segundo o autor, não existiu correlação direta entre o café, cuja produção ocorria no sul do Espírito Santo, e o crescimento da indústria na capital – ou em seu entorno (CAMPOS JÚNIOR, 1996, p.22) . A ausência de correlação revela um contraste categórico no processo de formação econômica do Espírito Santo e, mais especificamente, de sua capital, Vitória.

A forma de propriedade e as relações de trabalho verificadas na cafeicultura capixaba durante o período de 1889 a 1960 geraram um pequeno volume de excedente que não foi, como se admite, investido no Espírito Santo. Isto, conseqüentemente, pouco ou quase nada alterou no quadro urbano de vitória. A terra urbana não se tornou escassa e sua rentabilidade não atraiu investimentos privados. Assim sendo, coube ao governo do Estado possibilitar o seu uso, promovendo a construção de infra-estrutura, e, ao mesmo tempo, transferindo o seu respectivo domínio a quem se interessasse em adquiri-la. (CAMPOS JÚNIOR, 1996, p.58)

Destarte, pode-se afirmar que embora o café tivesse maior expressividade na economia da província, o excedente gerado por ele não foi suficiente para alçar o projeto de modernização de

⁴ Revista Vida Capixaba. Vitória, n. 147, 1 de novembro de 1928.

⁵ “Projeto para expansão urbana de Vitória do governo Muniz Freire (1892-1896), que projetou a atual malha urbana de muitos bairros da cidade, prevendo, em 1895, sextuplicar o tamanho de Vitória”. CAMPOS JÚNIOR, Carlos Teixeira de. **O novo Arrabalde**. [Vitória, ES]: Prefeitura Municipal de Vitória, (1996), p.20

Vitória, o excedente não fluiu para a indústria e, portanto, não suscitou mudanças no quadro de urbanização da cidade.

Desse modo, o estado foi protagonista no esforço de transformação da cidade de Vitória de um mero entreposto comercial para se tornar um lugar para se viver, em que fossem criadas as condições materiais para a reprodução de sua força de trabalho e, com isso, das camadas sociais que conforma uma cultura urbana. Para isso, o advento da República e a sua descentralização federativa foi essencial na medida em que deu maior autonomia aos estados e tornou possível a possibilidade de contrair empréstimos.

O governo aparece como agente supremo deste processo à frente de qualquer investida do setor privado. Na ausência, na região central, de capitalistas locais de expressão que movessem iniciativas, o governo surge como o grande concentrador e centralizador do excedente produtivo, atuando, não somente como um ator subsidiário de ações regulatórias de participação marginal de poder, mas participando efetivamente como promotor do novo ambiente a ser construído.(CAMPOS JÚNIOR, 1996, p.199)

Esse é um ponto extremamente importante que diferencia o que ocorreu no Espírito Santo do que ocorreu em São Paulo, centro da acumulação de capital à época, no qual o processo de industrialização e, por consequência, modernização dos espaços foi impulsionado pela acumulação cafeeira. O processo de urbanização na cidade de Vitória foi regido, em contraste, pela égide da intervenção estatal. Essa questão distancia o projeto de modernização que ocorreu em outros centros, principalmente o paulista, e o ocorrido na cidade de Vitória.

Nesse sentido, a modernização da cidade de Vitória se manifestou num projeto de sua urbanização que não estava voltado somente para uma mudança espacial. Havia um esforço direcionado na tentativa de trazer elementos da modernidade para o estado. Por intermédio da adequação das condições de infraestrutura urbana, havia uma pretensão de tornar a cidade um núcleo importante de vida econômica para não ser vista só como um entreposto comercial, mas um lugar de vida, lugar de produção de cultura, mas não qualquer cultura, uma cultura no mínimo idêntica à moderna cultura europeia.

De fato, o que estava por trás desse esforço “modernizador” é a tentativa de mudar o padrão de vida a partir da introjeção de uma modernidade específica. “Os produtos e as idéias importados representavam uma determinada perspectiva do mundo moderno, e as condições históricas, a possibilidade de sua dissolução, o que recriava uma modernidade específica porque periférica”.(OLIVEIRA, 2009, p.134)

Nesse sentido, a modernização de Vitória se deu em um processo de urbanização da cidade, por meio da criação da infraestrutura responsável pelas condições da modernidade urbana da época. Essas condições foram, basicamente, o fornecimento de energia elétrica e água encanada, a coleta de esgoto e o fomento ao transporte urbano (bondes elétricos); acompanhadas do surgimento das modernas construções na cidade (Casa Pan-Americana, Vila Oscarina, Cine-teatro Glória, Teatro Carlos Gomes etc.), que seguiram o copismo da arquitetura tradicional europeia. Todas essas transformações permitiram o florescimento de um novo modo de experiência da cidade. Associadas a isso, as transformações da morfologia e arquitetura de Vitória, processo esse definido pela ruptura do passado colonial da cidade, transformaram e desfiguraram o ambiente urbano originado do período colonial e imperial. (MENDONÇA, 2014, p.10)

É importante ressaltar que a transformação da imagem da cidade, antes com feições coloniais, para uma cidade com avenidas largas, semelhantes aquelas de Paris, que almejava se tornar um centro econômico, político e cultural, era voltada para atender a uma classe social específica. As vias seriam adequadas a uma elite. As atividades culturais também. O projeto de modernização de Vitória, segundo Mendonça (2014), constituiu-se num projeto da classe dominante capixaba. A elite almejava mudança nos modos e costumes para que deixasse de ser vista como arcaica. A imprensa passou, nesse particular, a exercer a função de mediadora entre os ideais de modernidade e o público em geral, conforme explicita o trecho a seguir da Revista Vida Capichaba:

Oxalá a Prefeitura de Victoria, acompanhando pari-passu a remodelação da cidade, na medida das forças orçamentarias do município, vá auxiliando o Governo do Estado, nos calçamentos de ruas e praças, arborização e limpeza pública, porque só assim teremos duplamente valorizado o nosso patrimônio.⁶

Aliado a essas transformações, há a transformação na imprensa, que adquire nova expressão, ao retratar a nova lógica social guiada por tal esforço modernizador, tendo como objeto de análise a sociedade e a cultura. Ela passa a exercer função de mediadora entre as propostas de modernidade e a população – ou, para sermos precisos, uma parcela da população.

Isso foi contexto em que surgiu a Revista Vida Capichaba, cujo nome remete justamente a função de retratar a sociedade da época, veiculando um novo modo de vida a ser incorporado pelos leitores. É sobre esse novo modo de vida, em especial como ele se expressa no modo de se vestir da mulher moderna, que será analisada o semanário.

A REVISTA VIDA CAPICHABA: A MULHER E O MODO DE VIDA MODERNOS

⁶ Revista Vida Capichaba. Vitória, n. 147, 1 de novembro de 1928.

A Revista Vida Capichaba surgiu como uma força de normatização do comportamento e cultura, principalmente o feminino, e numa tentativa de introjeção dos padrões culturais europeus nesse canto da sociedade brasileira.

Dessa forma, pelo modo que retratava a sociedade capixaba, ela funcionava como instrumento de construção de um ideário social, de vida, sendo responsável pela divulgação dos ideais tidos como modernos. Nesse novo movimento, há uma mudança na concepção de mulher, as mulheres ocuparam lugar singular no que tange à redefinição dos padrões de comportamento.

Estando o projeto de modernização subordinado a classe dominante capixaba, há uma preocupação da revista em representar essa classe específica, vinculada a imagem dominante dessa classe. Isto posto, “além de ter sido um elemento de definição da sociedade, ela foi também um instrumento de sua reprodução. As elites reproduziam os conceitos e atitudes propostos pela revista ao mesmo tempo eram reproduzidas por eles”. (ROSTOLDO, 2007, p.277)

A revista Vida Capichaba foi uma marco na imprensa do estado do Espírito Santo, especialmente se levarmos em consideração a imensa quantidade de periódicos temporários que surgiram no período da República Velha (BITTENCOURT, 1984, p.60). Desse modo, ela possuía espaço privilegiado no seu papel de destilar os ideários da modernidade e a imagem de uma capital moderna a sociedade do período.

Os elementos modernos foram introduzidos na Revista tanto no que se refere a representação gráfica, quanto no que se refere ao significado das imagens contidas nas publicações. As fotografias retratavam representantes da elite social capixaba, o que de forma indireta, reforçava a quem servia esse projeto de modernização.

As fotografias não são simples descrição, deixam transparecer ideias, tradições, valores, comportamentos, e oferecem-nos importantes recortes da realidade, de acordo com as formas pelas quais as sociedades se permitiram representar. Dessa forma, a produção do registro fotográfico, obedece, portanto, ao universo simbólico de cada grupo social e cultural. (BITTENCOURT, 1984, p.152)

Por esse motivo, as ilustrações presentes na revista não devem ser interpretadas de forma simplória e isolada, como simples figuras a compor suas colunas, sem significação. Elas devem ser interpretadas enquanto inseridas em um contexto histórico específico, que objetivava uma articulação.

A construção da Revista tinha na mulher importante respaldo, como indica passagem retirada de sua primeira publicação:

O Espirito Santo é um Estado de bellas mulheres, de creaturas suavissimas, para as quaes o espirito e o graça, a intelligencia e a finura, são os mais caros requisitos de belleza moral. E onde ha esplendidas mulheres, ha arte, ha poesia, e onde ha poesia, ha sonho, ha extase, ha embevecimento, ha perfumadas attitudes de credulo e romantico optimismo... Dedicamos a nossa revista à mulher espirito-santense. A mulher ainda é, na vida, a mais ardente protectora da arte e a mais requintada amiga do sonho...⁷

Uma de suas colunas, chamada “Feminea” voltada especificamente para o público feminino, constrói uma moldura bastante clara a respeito do novo papel da mulher, seu padrão de comportamento, e imitação explícita de um padrão que vem de fora, ao escrever sobre a moda e o modo apropriado de se portar estando inserida na elite. Na publicação inaugural dessa coluna, sua autora afirma:

A elegancia não é frivolidade, como pensa muita gente. Nenhum de nós se deve esquivar de aprender ou apurar hábitos elegantes, que nos obriguem a saber viver, soffrer e...morrer. [...] Para auxiliar e encaminhar esses habitos é que a Vida Capichaba, a exemplo de todas as revistas do Mundo, mesmo as mais, sizudas, creou esta pagina, que será moldada por paginas semelhantes das melhores revistas americanas e européas. A signataria destas linhas, abeberando-se aqui e acolá, olhando e lendo o que de melhor houver no assumpto, procurará adaptar a secção aos gostos e opiniões das suas conterraneas, iniciando e orientando-as ao sabor da verdadeira elegancia, da arte e da moda.⁸

Desse modo, as colunas da revista tornaram-se um referencial para as mulheres, elas encontraram na revista, um padrão de comportamento a ser seguido, ao dizer para as mulheres como devem se portar e se vestir, a revista ajuda na construção desse projeto de mulher que é um desdobramento do projeto de modernização. É fundamental ressaltar que esse projeto visava um tipo de mulher específico, a que pertencia aos estratos sociais mais privilegiados.

As mulheres presentes nas ilustrações da revista vinham de famílias tradicionais do estado ou eram casadas com homens pertencentes a camadas privilegiadas. “As moças que não frequentavam os salões sociais da elite não tinham a menor chance de serem notícias, nem capa de revista.”(BITTENCOURT, 1984, p.149).

Além disso, a mulher capixaba da Belle Époque era o grande alvo das propagandas. “A mulher era tratada com tanta fragilidade, que os principais remédios anunciados eram destinados a

⁷ Revista Vida Capichaba. Vitória, n. 1.

⁸ Revista Vida Capichaba. Vitória, n. 50, 31 de julho de 1925, p.21.

elas. Aos homens cabiam anúncios de carros, peneus, etc.”⁹. Esses anúncios simbolizavam a essência desse projeto, ao colocar a mulher numa posição de fragilidade.

Foram publicações desse cunho que disseminaram e fortaleceram esse projeto da “mulher moderna”, seja por meio das propagandas, por meio das imagens, ou por meio das colunas destinadas a esse público específico, como as de moda e beleza.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, cabe afirmar que o trabalho está circunscrito à análise de como a modernização ventilava uma ideia de moda, que é atrelada a uma ideia de sociabilidade, de comportamento e, por fim, de valores. Ou seja, o que se constata é que a moda não é só objeto de consumo. E o consumo não é só o ato de comprar tal coisa para satisfazer uma mera necessidade física, ele expressa um modo de vida: portar-se de uma determinada maneira, viver de uma determinada forma, enxergar o mundo e a si próprio de certo prisma. A moda figura, portanto, como uma dimensão de certo modo de vida, sendo a moda feminina, por seu turno, a expressão do que é *ser mulher* em certas circunstâncias.

Dessa forma, o presente trabalho buscou problematizar a moda para além da ideia de um produto para vestir o corpo.

Referência Bibliográfica

BARTHES, Roland. O sistema da moda. Tradução de Maria de Santa Cruz. São Paulo: Martins Fontes, 1967.

BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Editora 70, 2008.

BITTENCOURT, Gabriel Augusto de Mello. **Literatura e história, historiografia capixaba:** (bibliografia da 1. Republica). Vitória, ES: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, 1984.

CAMPOS JR., Carlos Teixeira de. O novo Arrabalde. Vitória: Prefeitura Municipal de Vitória, 1996.

FURTADO, C. O mito do desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

⁹ (REVISTA VIDA CAPICHABA,2003, p.12)

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARX, Karl & ENGELS, Friedrich. A Ideologia Alemã. Tradução de Nélio Schneider. São Paulo: Boitempo, 2007.

MARX, Karl. Manuscritos Econômico-Filosóficos. Tradução de Jesus Ranieri. São Paulo: Boitempo, 2004.

_____. Grundrisse: esboços da crítica da economia política. Tradução de Mário Duayer e Nélio Schneider. São Paulo: Boitempo, 2011.

_____. O Capital: crítica da economia política. Livro I. Tradução Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013.

MENDONÇA, Marcos Cândido. **A modernização do atraso:** os fundamentos da urbanização de Vitória, 1889-1930. 2014

OLIVEIRA, Milena F. Consumo e cultura material, São Paulo “Belle Epoque” (1890-1915). (Tese de Doutorado). Campinas: Unicamp, 2009.

PALMIERI JÚNIOR, V. et al. A gourmetização em uma sociedade desigual: um estudo sobre a diferenciação no consumo de alimentos industrializados no Brasil. (Tese de Doutorado). Campinas: Unicamp, 2017.

PRADO JR, Caio. História econômica do Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1967.

POSTONE, Moishe. Time, Labor and Social Domination: A reinterpretation of Marx’s critical theory. Cambridge University Press, 1993.

RANGEL, Livia de Azevedo Silveira. 'Feminismo ideal e sadio': os discursos feministas nas vozes das mulheres intelectuais capixabas, Vitória/ES (1924 a 1934). 2011.

REVISTA VIDA CAPICHABA. Vitória. Ano I a VIII, de janeiro de 1923 a dezembro de 1930.

ROSTOLDO, Jadir Peçanha. '**Vida capichaba**': o retrato de uma sociedade, 1930. Vitória, ES: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, 2007.

SOUZA, Gilda de Mello e. O espírito das roupas: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.