

Maria do Carmo Teixeira Rainho

Pesquisadora do Arquivo Nacional.
Doutoranda em História pela Universidade Federal Fluminense.

Barthes e Bourdieu

Os maîtres à penser e a moda

Este artigo aborda as obras de Roland Barthes e Pierre Bourdieu dedicadas à moda, em especial aquelas que tratam do universo simbólico do consumo, dos discursos construídos em torno do tema e das lutas concorrenciais travadas no âmbito da alta-costura nas décadas de 1960 e 1970.

Palavras-chave: moda; consumo; imprensa; distinção.



This article analyses the works of Roland Barthes and Pierre Bourdieu dedicated to fashion. It specially focuses those that approach the symbolic universe of consumption, the speeches built around the subject and the competitive conflicts established inside the haute couture in the 1960's and 1970's.
Keywords: fashion; consumption; press; distinction.

Na virada do século XIX para o XX a moda fez sua inscrição como objeto de interesse das ciências humanas. Graças aos trabalhos de Herbert Spencer (1883), Gabriel Tarde (1890), Georg Simmel (1895) e Thorstein Veblen (1899)¹ foram instituídas as bases para

que se problematizassem temas como a diferença entre modos e modas, a abrangência e historicidade da moda e o papel desempenhado por ela na configuração de laços sociais e de novas sociabilidades, entre outros. Simmel, especialmente, firmou alicerces teóricos que vêm embasando,

ainda hoje, as análises da moda sustentadas no binômio imitação-distinção como explicação para as suas mudanças.²

O fato de as obras desses quatro autores terem sido produzidas no final do século XIX não é gratuito. Século da moda por excelência, no oitocentos surgiram a alta-costura, com o estabelecimento da *maison* de Charles Frederick Worth,³ em 1857, em Paris; a produção têxtil em larga escala, graças à invenção e aos aprimoramentos da máquina de costura; a comercialização de roupas prontas em lojas de departamento; as colunas e seções especializadas nos jornais femininos que se encarrega-

vam da difusão regular das tendências de cada estação. Nesse contexto de aceleração da produção, da difusão e do consumo de vestimentas, entende-se que os cientistas sociais dedicassem sua atenção a pensar relações de poder, diferenças de classe, sociabilidades e estilos de vida sob a perspectiva da roupa e da moda.

Curiosamente, a despeito do protagonismo da moda produzida em Paris no século XIX, e da sua importância para a França – onde é um negócio de Estado desde Luís XIV –, pelos menos até os anos de 1960 a moda foi ignorada por boa parte dos intelectuais franceses: apenas seus historiadores da



Miss Dior *prêt-à-porter*, Paris, 12 de agosto de 1970

indumentária, arqueólogos e arquivistas se voltaram para as formas de vestir.⁴

Conforme nos lembra Leyla Perrone-Moisés, coube a Roland Barthes dar “à moda um *status* de assunto nobre, universitário, que não lhe era concedido até então”,⁵ o que será consubstanciado com a publicação, em 1963, de *Sistema da moda*, livro que marcaria seu percurso na semiologia.⁶

Na mesma medida e já na década de 1970, Pierre Bourdieu publicou *A distinção*, no qual, por meio da sociologia do gosto, dedica-se a pensar os mecanismos de diferenciação ou de afirmação da distância nos grupos sociais dominantes, incluindo entre estes mecanismos o consumo de vestimentas.

Para além destas obras – que estão entre as mais relevantes dos dois autores –, Barthes e Bourdieu produziram outros textos⁷ que propõem uma perspectiva crítica ao campo da moda, sempre amparados em métodos inovadores. Escrevendo no momento em que a alta-costura era abalada pela emergência do *prêt-à-porter*, ambos se dedicaram a analisar as lutas concorrenciais travadas entre os novos costureiros e os criadores de moda tradicionais e as estratégias de subversão e conservação empregadas por eles. A confluência do interesse de Barthes e Bourdieu por esses conflitos é um dos temas do nosso artigo, que se propõe, antes de tudo, a discutir como cada um traduziu a produção de sentidos proporcionada pela moda naquele momento.

BARTHES E O CÓDIGO VESTIMENTÁRIO



A origem do interesse de Roland Barthes pela moda provavelmente é a mesma do seu interesse pela semiologia: deve-se ao contato com o linguista lituano Algirdas-Julien Greimas em 1949. Formado na França e seguidor de Saussure, Greimas estava no Egito trabalhando como professor quando Barthes, contratado pela Universidade de Alexandria, trava o primeiro contato com ele.

Tendo desenvolvido sua tese de doutorado sobre o vocabulário da moda,⁸ defendida no ano anterior, Greimas estimula Barthes a ler Saussure e Hjelmslev. E ajuda-o a buscar um orientador para o trabalho que Barthes desejava que fosse sua tese de doutorado, no qual se dedicaria à análise estrutural do vestuário feminino.⁹ Publicado em 1967, o livro *Sistema da moda*, tese jamais defendida, é fruto de longa pesquisa, realizada entre 1957 e 1963, e, ainda que não tenha dado a Barthes a esperada consagração universitária, tornou-se um sucesso editorial, recebendo grande atenção dos periódicos e críticos franceses.

De todo modo, mesmo para aqueles acostumados aos seus textos anteriores, em especial os já iniciados na semiologia barthesiana com a série de artigos publicados em *Mitologias*, a leitura de *Sistema da moda* não é fácil, com sua linguagem hermética, para muitos indecifrável.

Logo na primeira página, Barthes deixa claro seu propósito: aquele é um “livro

de método” que, se a princípio buscava reconstituir a semântica do vestuário real – aquele que todo mundo usa –, acabou se dedicando ao que qualifica de “objeto mais puro possível”, o vestuário escrito ou como é refratado na linguagem das revistas *Elle* e *Jardin de Modes* em suas edições de junho de 1958 a junho de 1959. Assim, deixa de lado não apenas o vestuário real como também o vestuário imagem (a roupa exibida nas fotografias ou ilustrações).

Conforme Barthes, diferente da sociologia da moda – que deve inventariar o vestuário real, procurando sistematizar comportamentos que ela pode pôr em relação com condições sociais, níveis de vida e papéis –, a semiologia não busca reconhecer práticas e volta-se para um conjunto de representações coletivas. O autor em seu vocabulário da moda se propõe, então, a tratar somente da estrutura dos signos escritos e, para tanto, cria a categoria “vestema”, unidade mínima significante do vestuário que, segundo ele, não deixa de lembrar os fonemas ou morfemas da língua de A. Martinet, ou ainda os “gustemas” analisados por Lévi-Strauss a propósito da alimentação.¹⁰

Uma chave para a compreensão da proposta semiológica de *Sistema da moda* pode ser encontrada na leitura do texto “Neste ano o azul está na moda”, publicado em 1960, e que contém os pressupostos teóricos e metodológicos do livro ainda em redação. Nele, Barthes começa por apontar que no vestuário escrito há sempre a

imposição de uma relação de equivalência entre um conceito (primavera, juventude, moda deste ano) e uma forma (acessório, *tailleur*, azul), ou seja, entre um significado e um significante. Nas revistas de moda ora são apresentados os significados como qualidades inerentes às formas – sugerindo uma espécie de causalidade física entre a moda e o azul, o acessório e a primavera –, ora, ao contrário, reduz-se o significado à simples função utilitária (uma capa para viagem), o que mascara, segundo Barthes, o caráter semântico das relações que propõe.¹¹

Causalidade ou finalidade, a fraseologia da revista de moda sempre tende a transformar sub-repticiamente o estatuto linguístico do vestuário em estatuto natural ou utilitário, a investir o signo de um efeito ou de uma função; nos dois casos, trata-se de transformar uma relação arbitrária em propriedade natural ou em afinidade técnica, em suma de dar à criação de moda a garantia de uma ordem eterna ou de uma necessidade empírica.¹²

A primeira tarefa que Barthes se impõe, portanto, é “reduzir a fraseologia da revista de moda”, o que permite perceber as relações simples, de um modelo único, entre significados e significantes, relações simples, mas não “puras”, pois se os significantes pertencem a uma ordem física (um *tailleur*, uma prega), os significados são fatalmente dados por meio de uma ordem escrita, uma literatura (romântico, desinibido, coquetel). Teríamos aqui, se-

gundo ele, os significados de um lado e os significantes de outro, um texto e seu léxico. Assim, Barthes organiza um “inventário das classes homogêneas de significantes indumentários”; “fatias do vestuário” que contemplam uma primeira lista de classes de “vestemas”.¹³

O autor alerta que seu objeto de pesquisa é puramente sincrônico, ou seja, traços e formas documentados ao longo de um ano.¹⁴ Mas adverte também que não é a quantidade de uma forma que a faz significar; é a sua relação com as outras formas. Isso porque a “renovação” da moda está essencialmente na novidade aparente das combinações, não na novidade dos traços.¹⁵ E conclui que a superabundância de formas, sobre a qual é construída toda a mitologia da moda, é uma ilusão possível apenas porque, sendo a sincronia muito curta, o jogo de combinações ultrapassa facilmente a memória que temos dessas formas.

Assim, Barthes antecipa a tese que irá desenvolver em *Sistema da moda*, a saber, a ideia da arbitrariedade da moda. Conforme o autor, a moda não evolui, muda: seu léxico é que é novo a cada ano, “como o de uma língua que guardasse sempre o mesmo sistema, mas mudasse brusca e regularmente a “moeda” de suas palavras”.¹⁶ Embora construa um sistema bastante estrito de signos, a moda, segundo ele, busca dar a esses signos a aparência de uma racionalidade; ela seria tirânica porque busca converter o que é “arbitrário em natural”.¹⁷ Fica claro o projeto político

do autor: tentar desmistificar a moda, assim como havia feito com a publicidade, em sua análise das propagandas de sabão em pó, do novo modelo de carro da Citroën,¹⁸ ou ainda das massas Panzani,¹⁹ entre outras. O grande mérito de Barthes apresenta-se então: ao desconstruir a mensagem contida nos pequenos mitos da vida cotidiana, exibidos como naturais, demonstra como funcionam seus códigos internos, revelando sua história e sua artificialidade.²⁰

O VESTUÁRIO E A MODA NAS CIÊNCIAS SOCIAIS



o longo dos seis anos dedicados à redação de *Sistema da moda*, Roland Barthes escreveu uma série de artigos nos quais analisa a produção dos cientistas sociais relacionada ao tema da indumentária e da moda.²¹ Mais do que as suas proposições na obra em questão, esses textos talvez sejam hoje mais ricos no sentido de apontar possíveis caminhos para sociólogos e historiadores interessados em pensar a sociedade sob a perspectiva da produção, difusão e consumo da moda.

Neles, Barthes provoca os sociólogos afirmando que o vestuário nunca foi um objeto realmente sociológico; as melhores reflexões pertenciam até então a escritores e filósofos que estavam libertos do mito da futilidade que cercava o assunto.²² Mas critica, sobretudo, as histórias da indumentária que ainda não teriam se beneficiado, segundo ele, das contribuições

da Escola dos *Annales*. Conforme o autor, as histórias da indumentária eram, ainda naquele momento, histórias historicistas e guardavam distância da “revolução historiográfica empreendida por Lucien Febvre”,²³ falhando por não abordar as relações entre vestuário e fatos de sensibilidade.

Devedoras de uma tradição que remontava ao romantismo, quando eram feitas para fornecer informações a pintores ou teatrólogos, as histórias da indumentária falhavam ainda, para Barthes, por buscar uma equivalência entre as formas das vestimentas e o *zeitgeist*, o espírito do tempo, o clima histórico de uma determinada época.²⁴ Acabaram impressadas entre o recenseamento das diferenças internas ao próprio sistema indumentário (mudanças de silhueta) e as mudanças externas (época, país, classes sociais), sem se preocupar em definir o que poderia ser, num determinado momento, o conjunto axiológico que constitui o sistema indumentário (imposições, proibições, tolerâncias, aberrações, transgressões, caprichos, congruências e exclusões).

Para o autor, nem a história, tampouco a psicologia ou a sociologia, conseguiram apresentar a indumentária realmente como um sistema, ou seja, como uma estrutura cujos elementos nunca têm valor próprio, mas são significantes por estarem interligados por um conjunto de normas coletivas.

Barthes ressalta, ainda, que a história do significante – evolução das silhuetas – não

segue a mesma cronologia da história do significado – reinos, nações. Se a história, conforme Braudel, é feita de um tempo social de mil velocidades e mil lentidões, nos lembra Barthes que a história da indumentária não pode ser entendida como algo linear nem estar atrelada à história de um país ou de uma classe social, uma vez que as formas possuem uma relativa independência.

Outra dificuldade epistemológica apresentada pelas histórias da indumentária, para o autor, é o fato de elas praticamente só se dedicarem à indumentária régia ou aristocrática e de reduzirem as classes sociais a uma imagem (o nobre, a dama etc.); além disso, ele aponta que, habitualmente, a indumentária não está relacionada com a profissão ou atividade de quem a usa, ou seja, a funcionalização do vestuário é omitida.

Finalmente, no que se refere à periodização, as histórias da indumentária também apresentariam problemas: muitas vezes confunde-se o aparecimento de uma determinada moda com a sua adoção; mais abusivo ainda é atribuir a uma peça um fim rigorosamente datado, o que, segundo Barthes, acontece em função do prestígio cronológico da monarquia: “o rei fica aí magicamente investido de uma função carismática: é considerado, por essência, o Usuário da Roupa”.²⁵

A grande contribuição de Barthes está nas suas pertinentes advertências aos cientistas sociais quanto a se fazer uma história da indumentária que fuja das generaliza-

ções, das simplificações e da tentação de descrever apenas as formas vestimentares das classes mais altas. Lembra ainda que cabe aos cientistas sociais, ao analisar historicamente as mudanças operadas nas roupas, levar em conta que diferentes atores operam na sua criação e difusão. E, por fim, reitera que moda e roupa não são sinônimos e nem toda a roupa está relacionada à moda.

Lidos estes textos constata-se, então, a atualidade de boa parte das análises de Barthes: não tanto pela abordagem estruturalista que propõe, mas por nos fazer compreender como os objetos são carregados de sentido e como podem ser mitificados.

PIERRE BOURDIEU: A MODA COMO DISTINÇÃO

Assim como para Roland Barthes, o estruturalismo também foi o horizonte teórico de Pierre Bourdieu até o começo da década de 1970 e, em numerosos aspectos, ainda está presente em *A distinção*, publicado em 1979. Conforme François Dosse, mesmo já distanciado do estruturalismo formal, a postura estruturalista é a base deste trabalho que visa demonstrar que existir simbolicamente é diferir.²⁶

A distinção também tem em comum com *Sistema da moda* o fato de ser fruto de uma extensa pesquisa. Bourdieu parte de uma investigação realizada em 1963, por meio de entrevistas aprofundadas, e da observação etnográfica de 692 homens e

mulheres de Paris, Lille e de uma pequena cidade do interior da França. Em 1967-1968, uma pesquisa complementar eleva a 1.217 o número de pessoas entrevistadas.

Construído em torno da hipótese da unidade dos gostos, o questionário comportava, além de um conjunto de questões sobre a prática fotográfica e as atitudes a respeito da fotografia, vinte e cinco itens sobre decoração da casa, vestuário, música, culinária, leitura, cinema, pintura, música, fotografia, audição de rádio, artes amadoras.²⁷ Somam-se à pesquisa quatro investigações realizadas pelo Instituto Nacional de Estatística e de Estudos Econômicos da França (INSEE)²⁸ e dados extraídos de pesquisas complementares.²⁹

De posse de todas essas informações, Bourdieu vai fundamentar a ideia de que as representações do mundo social, ou seja, a representação que o indivíduo ou o grupo tem de si mesmo e a representação que tem dos outros, traduzem-se através dos estilos de vida. Para tanto opera, entre outros, com o conceito de *habitus* que ele define como

o princípio gerador de práticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação de tais práticas. Na relação entre essas duas capacidades que definem o *habitus*, ou seja, capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade de diferenciar e apreciar essas práticas e esses produtos (gosto), é que se constitui o mundo social representado, ou seja, o espaço dos estilos de vida.³⁰

Assim, o espaço social e as diferenças que nele se desenham funcionariam, simbolicamente, como espaço dos estilos de vida, ou como um conjunto de grupos caracterizados por estilos de vida diferentes. A distinção, ou capital simbólico, seria a diferença inscrita na própria estrutura do espaço social quando percebida segundo categorias apropriadas a essa estrutura.

Conforme Bourdieu, a dinâmica da distinção social não se esgota no conflito simbólico pela imposição de uma determinada representação da sociedade, mas se estende na produção de novos gostos socialmente diferenciadores e no abandono progressivo das práticas culturais quando estas são apropriadas pelas camadas inferiores, pois a distinção

não implica necessariamente, como frequentemente se crê, na esteira de Veblen e da sua teoria do *conspicuous consumption*, a procura da distinção. Todo o consumo e, mais geralmente, toda a prática, é *conspicuous*, visível, quer tenha sido ou não realizado a fim de ser visto, ele é distintivo quer tenha sido ou não inspirado pela intenção de dar nas vistas, de se singularizar, de se distinguir ou de agir com distinção.³¹

Nessa perspectiva, o autor insere a moda num vasto conjunto de práticas culturais. Para ele, na classe dominante poder-se-ia distinguir, simplificando, três estruturas de consumo assim distribuídas: alimentação; cultura; despesas com apresentação de si e com representação (vestuário, cuidados de beleza, artigos de higiene).

O interesse que as diferentes classes atribuem à apresentação de si, a atenção que lhe prestam e a consciência que têm dos ganhos que ela traz, assim como os investimentos de tempo, esforços, privações, cuidados que elas lhe dedicam, seriam proporcionais às oportunidades de lucros materiais ou simbólicos que podem esperar como retorno.

Assim, no que se refere especialmente ao consumo de roupas, Bourdieu observa que as classes populares fazem um uso realista do vestuário ou, em outras palavras, um uso funcionalista. Privilegiam a função em relação à forma, escolhendo algo “que pode durar muito tempo” e ignorando a preocupação burguesa de introduzir a boa apresentação no universo doméstico, e “desleixam a distinção entre a roupa de cima, visível, destinada a ser vista, e a roupa de baixo, invisível ou escondida, ao contrário das classes médias que começam a ficar inquietas (...) com sua aparência externa, incluindo vestuário e cosmética”.³²

Em contraposição aos gostos de necessidade, que caracterizariam as classes populares, estão os gostos de luxo, que caracterizam os indivíduos que se distinguem pela distância da necessidade, pela liberdade, ou pelas facilidades garantidas pela posse de um capital. Dialogando com Norbert Elias, Simmel e Veblen, Bourdieu entende que a força propulsora da produção de novos gostos – inclusive no que se refere à moda – deve-se às estratégias de diferenciação utilizadas pelas classes

mais altas em relação às mais baixas. Ou seja, tão logo o vestuário das classes mais altas perde a sua exclusividade, tem de ser substituído por novas modas que possam funcionar como marcadores de classe. Isto porque, quanto maior for o número de pessoas que têm acesso a um determinado bem, menor será o seu valor distintivo. Assim, como aponta Svendsen, para Bourdieu “todo capital é relacionalmente determinado no sentido de que o valor de qualquer coisa depende do que os outros têm. Para que algo tenha um valor alto é imperativo que outros não o possuam. Uma coisa pode ter valor simplesmente por haver uma escassez. E é por isso que é importante fazer distinções”.³³

Está claro que a posse de um bem distingue e a questão do gosto define e reforça posições sociais; é certo também que o gosto, longe de algo ‘inerente’, é cultivado e apreendido conforme o *habitus*. Contudo, é difícil explicar a difusão e o consumo da moda apenas sob a perspectiva da distinção social. Sobretudo na contemporaneidade, o gosto é uma questão individual e a criação da moda se apoia cada vez mais em estilos e tendências advindos de diversas subculturas. E, embora a disseminação da moda ainda esteja em grande parte nas mãos de estilistas associados à alta-costura, e as camadas mais altas ajudem a valorizar e a tornar distintos determinados bens, para boa parte dos sujeitos as escolhas vestimentares são definidas por interesses pessoais e não por interesses de classe.

Mais do que isso, a identidade e a coesão de grupos não são construídas tendo em vista exclusivamente hierarquias ou posições sociais.

Nesse sentido, a perspectiva do sociólogo Herbert Blummer³⁴ talvez seja hoje mais elucidativa do que as teorias de Veblen, Simmel e Bourdieu no que se refere às mudanças da moda. Para Blummer, o mecanismo da moda aparece não em resposta a uma necessidade de diferenciação e emulação, mas em resposta a uma necessidade de estar na moda, de se manter em dia com as novidades, ou até mesmo por um desejo de antecipá-la. Enquanto Bourdieu opera com a diferenciação de classe antes do processo da moda e considera que esta reproduz aquela, Blummer sugere que uma elite é constituída pelo próprio processo da moda, ou seja, aqueles que conseguem segui-la mais rapidamente adquirem um *status* por manter-se em dia com o seu tempo.³⁵

É certo que isso não diminui a importância da obra de Bourdieu, sobretudo pelos vínculos que estabelece entre produção, circulação e consumo. Longe do economicismo produtivista que não reconhece o papel do consumo na constituição das classes e na organização das suas diferenças, para o autor “as classes se diferenciam tal como no marxismo, pela sua relação com a produção, pela propriedade de certos bens, mas também pelo aspecto simbólico do consumo, ou seja, pela maneira de usar os bens, transformando-os em signos”.³⁶

À MODA: UM CAMPO DE BATALHA NA ÓTICA DE BARTHES E BOURDIEU

O aspecto simbólico do consumo, que permitiu a Bourdieu desenvolver, a partir da alta-costura e dos conflitos entre antigos e novos criadores, um dos seus principais conceitos, o de *campo*,³⁷ também estava presente no pequeno artigo redigido por Roland Barthes, para a revista *Marie Claire*, em 1967.³⁸ Nesses textos os autores propõem novas chaves de leitura para a questão do valor dos objetos no universo da moda.

Roland Barthes deixa claro o modo como vai tratar das disputas na esfera da moda

logo no título de seu artigo: “O duelo Chanel-Corrèges”. Tendo os dois costureiros como paradigma dos conflitos entre antigos e modernos, Barthes entende que a base da disputa está na valorização da juventude e do corpo por Corrèges, mas, sobretudo, pelo discurso que este constrói para assumir essa valorização. Mais do que isso, Barthes entende que é na relação que cada um deles tem com o tempo que se inscreve a origem do duelo.

O autor contrapõe a autoridade e o prestígio concedidos a Chanel – que sintetizava o classicismo na moda, destacando-se não por surpreender, mas pelo prazer



Coco Chanel fotografada em seu apartamento em Paris, 1957

de agradar – ao futurismo de Courrèges, unguído com as qualidades de um inovador absoluto. Para Barthes, o que separa Chanel de Courrèges é mais profundo do que a moda: são as ideias de cada um a respeito do tempo e do corpo. De Chanel a Courrèges a *gramática* dos tempos muda.

Segundo ele, Chanel e suas criações contestam a própria ideia de moda, pois esta, tal qual a concebemos, baseia-se num sentimento violento do tempo. “A cada ano, a moda destrói o que acaba de adorar, adora o que acaba de destruir”.³⁹ Chanel, ao contrário disso, trabalha sempre o mesmo modelo, acreditando numa espécie de beleza eterna da mulher. Por isso, rejeita materiais perecíveis como papel e plástico. Para a estilista, o que importa é o chique, qualidade que reúne sedução e duração; assim, tem horror à aparência de novo. “O ‘chique’, esse tempo sublimado, é o valor chave do estilo Chanel”.⁴⁰ Os modelos de Courrèges, por sua vez, não apresentariam, segundo Barthes, essa obsessão: são frescos e coloridos, moda voluntariamente jovem, com referências infantis. Assim, conforme Barthes, o tempo, que é estilo para Chanel e moda para Courrèges, é o que os separa, tanto quanto a concepção de cada um acerca do corpo.

A invenção típica de Chanel, o *tailleur*, está bem próxima do vestuário do homem, distinguindo-se pela sua sobriedade e pela ausência de ostentação: veste não a jovem ociosa, mas a mulher que trabalha e que tem nele uma roupa prática e refinada. Para Barthes, o que o estilo Chanel

rejeita são as vulgaridades do vestuário pequeno-burguês muito mais do que as provocações estéticas de Courrèges. Este dedica suas criações a traduzir e a codificar a juventude, algo que não existia quando do aparecimento da estilista. A mulher Courrèges é “jovem, necessária e suficientemente jovem”. Para Barthes, o corpo é o único bem da juventude e a moda de Courrèges parece ter assumido a seguinte função: fazer do vestuário um signo muito claro de todo o corpo.

De um lado a tradição e de outro a inovação; de um lado o classicismo, de outro o modernismo; segundo Barthes, há muito tempo a sociedade desejava instaurar esse duelo em todos os domínios da arte e com formas infinitamente variadas; “se hoje ele explode na moda, é porque a moda também é uma arte tanto quanto a literatura, a pintura, a música”.⁴¹ E se Barthes atribui à moda a dimensão de objeto artístico, compreende que, naquele momento, ela não era consumida apenas enquanto produto, mas também visualmente.

Moda não é só o que algumas mulheres usam, é também o que todas as mulheres (e todos os homens) olham e leem: as invenções de nossos costureiros agradam ou irritam, exatamente como um romance, um filme, um disco. Nos *tailleurs* de Chanel e nos *shorts* de Courrèges projeta-se tudo o que se agita de crenças, preconceitos, sentimentos e resistências, enfim toda essa história de cada um, que denominamos com uma palavra talvez simples demais: gosto.⁴²

Embora não restrinja o conceito de *campo* à moda, o aparecimento dos novos criadores da alta-costura, na década de 1960, possibilitou a Pierre Bourdieu desenvolver suas ideias em torno dos conflitos internos pelo poder, uma luta caracterizada pela distinção dos que têm e a pretensão dos que aspiram. Para Bourdieu, o *campo* é um espaço de jogo, onde indivíduos ou instituições competem por um mesmo objeto. Dois elementos constituem o *campo*: a existência de um capital comum e a luta pela sua apropriação. Esta ocorre tanto em campos mais autônomos, habitualmente chamados culturais, como

naqueles mais dependentes da estrutura socioeconômica geral.

Tratando especificamente da alta-costura, Bourdieu observa que, neste campo, os dominantes são aqueles que exercem o poder de construir o valor dos objetos pela sua raridade ou escassez, em outras palavras, aqueles cuja marca tem o maior preço. Outra característica exclusiva da moda é que ela “ocupa uma posição intermediária entre um campo que organiza a sucessão, como o campo da burocracia, onde por definição os agentes devem ser permutáveis, e um campo onde as pessoas são radicalmente insubstituíveis, como o



Desfile de André Courrèges no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 1972

da criação artística ou literária”.⁴³ Daí o interesse do autor por um campo que se afirma tanto pelo poder carismático dos criadores quanto pela possibilidade de substituição do insubstituível.

Escrevendo num momento em que a moda vinha passando por uma revolução não apenas pela emergência de novos criadores, mas, sobretudo, pelo modo como estes se posicionavam perante os detentores da posição dominante, Bourdieu analisa publicidade, entrevistas e reportagens sobre o estilo de vida dos costureiros para discutir aquilo que move a competição entre eles: a possibilidade de transmitir um poder criador, uma espécie de mana que faz com que realizem uma operação de transubstanciação. Esta seria, no dizer de Bourdieu, a possibilidade de, por exemplo, transformar um perfume vendido no supermercado Monoprix em um perfume Chanel valendo trinta vezes mais, afinal a “*griffe* é a marca que muda não a natureza material, mas a natureza social do objeto”.⁴⁴

A questão de fundo nessa disputa é a raridade do produtor e não a raridade do produto. Mas, para que isto aconteça, é preciso haver o que Marcel Mauss qualificava de crença coletiva, que no caso da alta-costura se daria pela capacidade do criador de mobilizar em torno dele todos os agentes do sistema de produção de bens sagrados: jornalistas, intermediários e clientes, além, naturalmente, dos outros criadores que legitimam a própria concorrência.

Bourdieu opera com a ideia de que o campo da alta-costura estaria dividido entre direita e esquerda. À direita estariam os antigos criadores e empresas, detentores da posição dominante, que possuem maior capital específico, como, naquele momento, Dior ou Balmain. À esquerda, os recém-chegados, “chegados-tarde” ou arrivistas, que não possuem muito capital específico, como Paco Rabanne e Ungaro.

Em um polo, a austeridade no luxo e a elegância sóbria, a grande classe, que convêm ao capitalista da velha cepa – como disse Marx – e, mais precisamente, às mulheres com idade canônica das frações mais elevadas e estabelecidas, há mais tempo, na alta burguesia; no outro, as audácias um tanto agressivas e espalhafatosas de uma arte dita de pesquisa que, pela lei da concorrência – isto é, a dialética da distinção –, pode ser levada a proclamar o ódio à perfeição e a necessidade do mau gosto, por um desses exageros de artistas que convêm a tal posição.⁴⁵

Para discutir a ascensão dos novos costureiros, assim como Roland Barthes, Bourdieu faz de Courrèges o tipo ideal. Para Bourdieu, na sua luta contra os outros criadores, Courrèges transcende amplamente a moda e fala de um estilo de vida: “ele não fala mais de moda, mas da mulher moderna, que deve ser livre, descontraída, esportiva, à vontade”.⁴⁶ Courrèges propõe uma oposição à velha ordem dos costureiros, ao se dispor a vestir os jovens, respondendo ao gosto

de uma nova burguesia que tem amor à novidade e horror ao luxo. Mas, sobretudo, conforme Bourdieu, Courrèges percebe a necessidade de fazer roupas para as mulheres que querem mostrar o corpo. Assim, o sociólogo percebe no costureiro uma capacidade de revolucionar a moda ao sincronizar “uma necessidade interna com algo que se passa fora, no universo que o engloba”.⁴⁷

Mas, se Bourdieu se aproxima de Barthes ao considerar a dimensão do trabalho de Courrèges, critica-o, expressamente, por

descartar a função do discurso no processo de produção dos bens da moda. Para Bourdieu, ao fazer isso, “a ‘leitura semiológica’ está condenada a oscilar entre o formalismo de uma transposição forçada dos modelos linguísticos e o intuicionismo de análises quase fenomenológicas que se limitam a reproduzir, sob outras formas, as representações nativas (por exemplo, sobre ‘a lei da moda’ e sobre as relações da moda com o tempo)”.⁴⁸ Conforme Bourdieu, a denúncia dos mecanismos da produção e circulação dos bens e discursos da moda, que pauta o trabalho



Modelo de Paco Rabane fotografada por Gunnar Larsen, Paris, 1969

de Barthes em *Sistema da moda*, falha ao esquecer que, mais do que buscar a eficácia da operação ritual no próprio ritual, deve-se buscar as condições sociais que produzem a fé no próprio ritual.

Bourdieu, por sua vez, conquanto critique o dedutivismo mecânico comum a tantos trabalhos sociológicos sobre arte e literatura, reduz sua análise da moda à questão da legitimidade dos costureiros dentro do campo. Como nos lembra Canclini, para entendermos, por exemplo, a emergência de Courrèges é preciso pensar a rela-

ção entre os campos e a história social, considerando as relações entre moda e trabalho e as relações entre gêneros que, evidentemente, contribuíram para o sucesso do estilista.⁴⁹

O estruturalismo, que norteou as obras dos dois autores dedicadas à alta-costura, talvez tenha restringido Barthes e Bourdieu com relação a um tema que, antes de tudo, merece estar relacionado às práticas diferenciais dos grupos envolvidos na sua produção, difusão e consumo.



Vestido de noite em organza da coleção primavera-verão de Pierre Balmain, Paris, 1972

N O T A S

1. SPENCER, Herbert. Les manières et la mode. In: _____. *Essais de morale, de science et d'esthétique*. Paris: Germer Balliere et Cie., 1883; TARDE, Gabriel. *Les lois de l'imitation*. Paris: Kimé, 1993; SIMMEL, Georg. La mode. In: _____. *La tragédie de la culture et autres essais*. Marselha: Rivages, 1988; VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa*. São Paulo: Abril Cultural, 1985. Coleção Os Pensadores.
2. Conforme o sociólogo alemão, a moda deriva de uma tensão básica: por um lado, buscamos imitar aqueles a quem admiramos; por outro, satisfazer a necessidade de nos distinguirmos, de nos individualizarmos. Algumas pessoas tenderiam a imitar mais do que a se distinguir, enquanto outras se caracterizariam por um forte componente criativo que as torna lançadoras de tendências e líderes de um grupo. Imitação de um modelo dado, a moda guiaria o indivíduo pelo caminho que todos seguem, indica uma generalidade que reduz o comportamento de cada um a este modelo. Ao mesmo tempo, satisfaz a necessidade de distinção, a tendência à diferenciação, à variedade, à demarcação. Mas se para Simmel a moda é sempre ditada pelas camadas mais altas, tão logo estas são copiadas pelas camadas inferiores, tratam de abandoná-la, adotando novas modas que, uma vez mais, são imitadas e abandonadas, gerando um processo contínuo de cópia e estabelecimento de novos padrões.
3. A casa comercial aberta por Worth foi a primeira a promover os princípios da mudança regular das vestimentas, graças à produção de coleções orientadas para o mercado e ao desenvolvimento de uma identidade de marca (cada peça de vestuário vendida por Worth ostentava o nome dele e de sua empresa).
4. Conforme Roland Barthes, até o início do século XIX, não houve história da indumentária propriamente dita, mas apenas estudos de arqueologia antiga ou recensões de trajes por qualidade. Os trabalhos científicos sobre indumentária teriam aparecido por volta de 1860 e eram de autoria de arquivistas como Quicherat, Demay ou Enlart, em geral medievalistas. O principal objetivo daquelas obras era tratar a indumentária como uma soma de peças, e a peça indumentária em si, como uma espécie de acontecimento histórico, convindo antes de tudo datar seu aparecimento e dar sua origem circunstancial. BARTHES, Roland. História e sociologia do vestuário. In: _____. *Inéditos, vol. 3: imagem e moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005, p. 257-259. Entre os trabalhos mencionados por Barthes estão QUICHERAT, Jules. *Histoire du costume en France*. Paris: Hachette, 1875; DEMAY, G. *Le costume au Moyen âge, d'après les sceaux*. Paris: Dumoulin, 1880; ENLART, C. *Manuel d'archéologie française*. Paris: Picard, 1916.
5. Ver Apresentação da autora em BARTHES, Roland. *Inéditos, vol. 3: imagem e moda, op. cit., p. XIII*.
6. Barthes define a semiologia a partir de Saussure – para quem a linguística é apenas uma parte da ciência geral dos signos. Conforme Barthes, os “objetos aparentemente mais utilitários – culinária, vestuário, moradia – e, com mais razão, os que têm a linguagem como suporte, como a literatura – boa ou ruim –, as narrativas da imprensa, da publicidade etc. convidam a uma análise semiológica”. BARTHES, Roland. Sobre o “sistema da moda”. In: _____. *Inéditos, vol. 3: imagem e moda, op. cit., p. 373-374*.
7. Conferir BARTHES, Roland. História e sociologia do vestuário (1957); Linguagem e vestuário (1959); Neste ano o azul está na moda (1960); Por uma sociologia do vestuário (1960); Da joia à bijuteria (1961); Dandismo e moda (1962); A moda e as ciências humanas (1966); O duelo Chanel-Courrèges (1967), todos publicados em *Inéditos, vol. 3: imagem e moda, op. cit.* De Pierre Bourdieu, ver Alta-costura e alta cultura (1974). In: _____. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983; e O costureiro e sua *griffe* (1975). In: _____. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Zouk, 2002.
8. *La mode em 1830: essai de description du vocabulaire vestimentaire d'après les journaux de mode de l' époque*. A tese defendida na Faculdade de Letras de Paris em 1948 foi publicada apenas em 2000.
9. Conforme François Dosse, sempre acompanhado de Greimas, a princípio Barthes busca a orientação de André Martinet, que concorda em orientar o trabalho observando, porém, que não se tratava de linguística. Diante da falta de entusiasmo de Martinet, Barthes procura Lévi-Strauss, que se recusa a orientá-lo por considerar um aspecto restritivo do projeto: o sistema da moda escrita e não da moda em geral.
10. BARTHES, Roland. *Sistema da moda*. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1979, p. 64.
11. BARTHES, Roland. Neste ano o azul está na moda, op. cit., p. 309.
12. Idem.

13. Ibidem, p. 325. Estas classes seriam as seguintes: material, cor, motivo; sendo as peças (definidas por ponto de apoio): cabeça, pescoço, ombros, quadris, ombros-quadros (peça inteiriça), mãos, pés; e os detalhes: golas, mangas, bolsos, cintura, fendas, tipo de abotoamento, pregueamento, orlas, pespontos, enfeites, uso e associação de elementos.
14. Esse é, aliás, um dos aspectos mais originais de sua obra, posto que a maioria dos trabalhos sobre o tema é diacrônica e aborda a história do vestuário.
15. BARTHES, Roland. Neste ano o azul está na moda, op. cit., p. 332.
16. BARTHES, Roland. *Sistema da moda*, op. cit., p. 203.
17. Ibidem, p. 249.
18. BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Difel, 1982.
19. BARTHES, Roland. A retórica da imagem. In: _____. *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
20. Cf. WERNECK, Mariza. Roland Barthes, a moda e as assinaturas do mundo. *IARA, Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, SENAC, v. 1, n. 1, p. 102-118, abr./ago. 2008.
21. História e sociologia do vestuário (1957), Linguagem e vestuário (1959) e Por uma sociologia do vestuário (1960), este último resenha do livro *Le Vêtement, la mode et l'homme: essai d'interprétation psychologique*, de F. Kiener, publicada na revista *Annales*, mar.-abr. 1960.
22. Em "Linguagem e vestuário", Barthes cita Carlyle, Michelet e Balzac como autores que dedicaram uma reflexão à moda, mas se abstém de discutir a obra dos filósofos e sociólogos que haviam tratado do tema.
23. BARTHES, Roland. História e sociologia do vestuário, op. cit., p. 258-259.
24. Ibidem, p. 258.
25. Ibidem, p. 262.
26. DOSSE, François. *História do estruturalismo*. São Paulo: Editora da Unicamp, 1993, v. 2, p. 89.
27. BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo; Porto Alegre: Edusp; Zouk, 2008, p. 462.
28. Pesquisa de renda junto a 45 mil habitações com base nas declarações encaminhadas à Direção Geral de Impostos em 1970; pesquisa "Formação-qualificação profissional", também de 1970, abrangendo trinta mil pessoas e que descrevia as relações entre a formação geral e profissional e a situação profissional dos entrevistados, fornecendo dados sobre mobilidade profissional e geográfica dos indivíduos e sobre a mobilidade entre as gerações; pesquisa permanente do INSEE sobre as condições de vida e consumo realizada em 1972 junto a 13 mil famílias, buscando dados como as características da família, equipamento da habitação, despesas; pesquisa sobre o lazer realizada ao longo do último trimestre de 1967, junto a uma amostra aleatória de 6.637 pessoas, representativa da população francesa adulta. Utilizava um questionário que comportava questões sobre as condições de vida, o ritmo e o tempo de trabalho e, sobretudo, as diferentes práticas culturais, visitas a museus, exposições, leituras, frequência a diferentes tipos de espetáculos, cafés e restaurantes, passeios, recepções, audições de rádio, televisão e diferentes ocupações como bricolagem, caça, pesca, aposta em cavalos, atividades literárias ou artísticas, coleção etc.
29. Pesquisa "Negócios e quadros superiores", realizada em 1966, junto a 2.257 pessoas com idades a partir de 15 anos, vivendo em um domicílio cujo chefe de família era industrial, grande comerciante, membro de profissões liberais, engenheiro ou professor secundário ou universitário. O questionário compreendia um conjunto de questões sobre os hábitos de leitura, a audiência do rádio e da televisão, o nível de vida, o equipamento do domicílio, o estilo de vida (férias, esportes, consumo), a vida profissional, as práticas culturais, bem como as principais informações de base (nível de estudos, renda, porte da residência etc.). Outra pesquisa, realizada em 1970, abrangendo 2.682 pessoas ativas ou não que viviam em um domicílio cujo chefe de família era industrial, grande comerciante, membro das profissões liberais, professor secundário ou universitário, engenheiro ou assalariado de alto nível em empresa ou órgão público. O objeto eram os centros de interesse, os equipamentos domésticos e de lazer, as residências principal e secundária, as férias, as viagens de negócios, as práticas culturais e de leitura, discos, museus, cinema, as coleções de obra de arte, os esportes, o automóvel, os comportamentos econômicos. Recenseamento sobre as práticas culturais dos franceses abrangendo 1.987 pessoas com idades a partir de 15 anos com questionário sobre os comportamentos de lazer, práticas culturais, tipos de programa de televisão, discos possuídos e escutados, obras de arte possuídas. Além delas, o autor buscou dados específicos em pesquisas referentes a práticas culturais, hábitos de leitura,

decoração e mobiliário, esporte, despesas com a aparência, opinião a respeito de temas como homossexualidade, censura e justiça, entre outros.

30. BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*, op. cit., p. 162.
31. BOURDIEU, Pierre. Espaço social e gênese das classes. In: _____. *O poder simbólico*. São Paulo: Difel, 1989, p. 144.
32. BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*, op. cit., p. 190.
33. SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010, p. 56.
34. BLUMMER, Herbert. Fashion: from class differentiation to collective selection. In: BARNARD, Malcolm (org.). *Fashion theory: a reader*. London; New York: Routledge, 2007, p. 232-246.
35. Sobre essa questão, ver SVENDSEN, Lars, op. cit., p. 39-69.
36. CANCLINI, Nestor Garcia. *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007, p. 73.
37. Ver BOURDIEU, Pierre. Alta-costura e alta cultura, op. cit.; e O costureiro e sua *griffe*, op. cit.
38. BARTHES, Roland. O duelo Chanel-Courrèges, op. cit.
39. Ibidem, p. 367.
40. Ibidem, p. 368.
41. Ibidem, p. 371.
42. Ibidem, p. 372.
43. BOURDIEU, Pierre. Alta-costura e alta cultura, op. cit., p. 159.
44. Ibidem, p. 160.
45. BOURDIEU, Pierre. O costureiro e sua *griffe*, op. cit., p. 116.
46. BOURDIEU, Pierre. Alta-costura e alta cultura, op. cit., p. 157.
47. Idem.
48. BOURDIEU, Pierre. O costureiro e sua *griffe*, op. cit., p. 160.
49. CANCLINI, Nestor Garcia, op. cit., p. 77.

Recebido em 28/9/2010

Aprovado em 13/10/2010