

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 – ONLINE

CONSUMO DE MODA NA PARIS DO SETECENTOS (1770-1790)

Goebel, Felipe; Me. Universidade Federal do Rio de Janeiro,
goebel.felipeb@gmail.com¹

RESUMO

A presente comunicação busca examinar as modalidades de consumo de artigos variados relacionados à indumentária em Paris, no final do século XVIII. O período analisado foi marcado por modos específicos de criação, divulgação e consumo de novas tendências no vestir. Não apenas os novos estilos se sucediam com uma velocidade inédita, mas também novos grupos sociais passaram a ter acesso a tais artigos. Nas últimas três décadas do Setecentos, não mais apenas a aristocracia e a alta burguesia podiam consumir os produtos do florescente sistema da moda parisiense. Visamos, portanto, apresentar as principais mudanças das práticas sociais que permitiram que o consumo de moda deixasse de ser exclusivo da elite do *Ancien Régime*.

Entendemos moda como um campo específico, de uma indústria onde diversos agentes criam objetos materiais a serem consumidos, conforme definido por Georg Simmel. Os modos de consumo dos indivíduos e grupos, que utilizam o vestir e o apresentar-se como definidores de identidades, relacionam-se a esse entendimento. Ademais, moda compreende um tipo de mudança social específica, ou seja, o fenômeno de mudança dos costumes, das escolhas e dos gostos validados coletivamente e hierarquizados. Moda deve ser entendida, ainda, como prática cultural, conforme aponta Daniel Roche, concordando com Simmel. Como fenômeno de costume e como prática cultural, de acordo com Daniela Calanca e Frédéric Godart, a moda surge, então, quando a busca pelo novo, quando a renovação dos estilos e a inovação das formas e conteúdos estéticos se tornam um valor compartilhado por grupos amplos. Ou seja, quando o rompimento com o tradicional em

¹ Bacharel em História (2016) pela UFRJ e mestre em História Social pelo PPPGHIS-UFRJ (2019). Atualmente pesquisa a formação do sistema da moda na França do Antigo Regime, com ênfase nos diálogos entre moda, práticas e representações, identidade, cultura visual e relações de poder.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

relação as formas e conteúdos não constitui mais uma exceção, mas a regra estável e a norma coletiva a ser seguida. Dessa maneira, a busca pelo novo se torna um princípio constante, um hábito disseminado e uma exigência cultural, ou seja, a moda torna-se o costume hegemônico.

A partir do proposto por essa definição de moda, analisaremos o florescente sistema da moda do século XVIII, marcado por inovações frequentes e rápidas nos estilos. Para a apresentação, abordaremos a questão do consumo de bens relacionados com a moda. A partir de 1760 a produção de tendências de vestuário passou a se profissionalizar: a guilda das *marchandes des modes* – formalizada em 1776 - tinha como objetivo a criação de novos estilos de roupas, acessórios e ornamentos. As inovações criadas por elas favoreciam e ampliavam o consumo não apenas por romper com o ostensivo estilo tradicional, mais também ao centrarem-se, de maneira geral, em peças que podiam ser reutilizadas e rearranjadas. Por meio do exame de representações visuais, sobretudo as da revista *Cabinet des Modes e Magasin des modes nouvelles*, dos registros oficiais da guilda e dos livros caixa de Madame Éloffe (os únicos existentes), buscamos analisar os significados contidos nos principais estilos desenvolvidos e como esses itens circulavam, eram adaptados e eram consumidos pela população parisiense. A transformação do *Palais Royal*, a partir de 1778, em espaço público centralizou em um único lugar as diversas lojas das *marchandes*, além das de tecidos, aviamentos e outros produtos relacionados às aparências. Projetado para atrair a emergente classe média parisiense, o *Palais-Royal* vendia produtos relacionados à moda, além de ser um espaço de divertimentos. Partindo dos anúncios de divulgação do espaço, presentes nos principais jornais do período, e das memórias de alguns *émigrés*, publicadas no século XIX, analisaremos o *Palais Royal* como espaço amplo de socialização e de consumo de moda, além do impacto social da localidade na formação do sistema da moda em Paris.

Esperamos com essa apresentação, portanto, demonstrar como no final do *Ancien Régime* o consumo de moda deixou de ser predado e exclusividade das elites e se expandiu, tornando-se uma prática comum à diversas classes. O consumo de moda no período foi fator importante para o rompimento com a cultura das aparências que definia os grupos sociais e tendo um impacto decisivo na consolidação do sistema da moda, seus significados e seu funcionamento.



ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

Palavras-chave: *Ancien Régime*; Consumo; Século XVIII.