

A moda como um “ritual tranquilizador” na ficção de João do Rio

CARMEM LUCIA TINDÓ RIBEIRO SECCO
Professora e Mestre em Literatura Brasileira

Nossa análise, observando como se realiza o ritualismo da moda, se centrará no conto “Laurinda Belfort”, de *Dentro da Noite*, remetendo, sempre que possível, para outros textos do autor.

Além de ser marcadamente um fenômeno cultural, a moda é para os personagens de João do Rio um meio de obtenção de status ou situação de prestígio. Tais personagens se manifestam socialmente através dos trajes, dos gestos, das atitudes e dos hábitos requintados importados da França e da Inglaterra. A moda funciona para eles como símbolo de um mundo encantado que lhes assegura uma forma de expressarem originalidade, bom gosto e superioridade na hierarquia social e intelectual. Em uma das conferências do livro *Psicologia Urbana*, por exemplo, as imagens usadas pelo narrador em relação à moda constroem essa atmosfera de conto de fada: “entretanto a **Moda**, a **curiosa e deliciosa fada** que em si reúne todas as fadas das lendas desde Titânia e Viviana, ali encerra o eterno, insatisfeito e inaudito ideal, talvez rápido, mas sedutor, inebriante, irresistível (1)”.

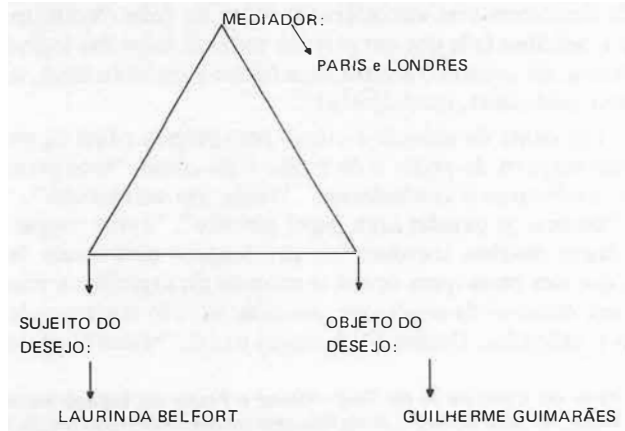
Um clima de sedução é criado pelo próprio ritual da moda que sacraliza objetos mágicos de poder e de brilho (tais como: “usar plumas”, “dar chás”, “ir a confeitarias e conferências”, “andar em automóveis”, “entender de arte”, “decorar as paredes com papel pintado”, “vestir roupas de *chiffon*”). O uso destes fetiches transfere aos personagens uma ilusão de poder, fazendo com que eles participem de um cerimonial do supérfluo e passem a ser falados por um discurso da moda que, no entanto, não corresponde às necessidades vitais e utilitárias. Dentro dessa magia social, “vivem” um enamoramento do

(*) Parte do Capítulo II da Tese “Morte e Prazer no Espaço Ficcional de Dentro da Noite, de João do Rio”, defendida pela autora deste artigo em 23/12/76, na PUC/RJ.

progresso que também era manipulado pelas metrópoles européias. A “vida” destes personagens torna-se, então, um “flirt”, pois eles se mantêm seduzidos pelos hábitos franceses e ingleses que surgem, no Rio, concomitantemente ao aparecimento de um nascente processo de industrialização. Freud, em “**A Nossa Atitude ante a Morte**”, diz que “quando a vida se torna tão vazia como um “flirt” (. . .), teremos então que buscar na literatura e no teatro uma substituição destas renúncias face à vida. No campo da ficção achamos a pluralidade de vidas que nos é necessária. Morremos em nossa identificação com o protagonista, mas sobrevivermos-lhe e estamos dispostos a morrer outra vez com outro protagonista (2)”. É justamente o que acontece com Laurinda Belfort que vive uma ficção, procurando na literatura e no figurino parisiense uma substituição para a sua vida vazia e cheia de enfado.

O desejo em “**Laurinda Belfort**” se faz triangular, pois ela não deseja por si mesma; O “ser da moda” para ela se define por um desejo segundo o “Outro” que, no caso, é ser como os modelos ditados por Paris e Londres.

O objeto do desejo de Laurinda é, aparentemente, Guilherme Guimarães. Mas, ela só mantém um relacionamento com ele, porque é “chic”, “smart”, “high-life” ter um amante: — Pois é chic, menina. Admira até que tu, tão conhecedora de Paris. . . No dia seguinte, Laurinda acordou convencidíssima de que precisava de um amante. Sim! Ela uma parisiense, que tinha como nenhuma outra a arte sutil da “maquillage”, essa admirável estesia ateniense herdada por Paris, ela ainda não tinha um amante. Que atraso, que “femme vieux jeu! (3)”. Assim, não é propriamente ao ser de Guilherme que Laurinda aspira. Ela o quer, porque ter um amante implica em estar na moda. Guilherme, portanto, como objeto do desejo de Laurinda, “n’est qu’un moyen d’atteindre le médiateur. C’est l’être de ce médiateur que vise le désir (4)”. René Girard define o desejo como uma simples linha reta que une o sujeito e o objeto, mas chama a atenção para o elemento mediador que se ergue acima dessa linha e que se dirige tanto para o sujeito, quanto para o objeto. A presença do mediador levou o referido crítico a apresentar o problema com a ajuda de uma metáfora espacial, que é o “triângulo do desejo”. Em “**Laurinda Belfort**”, esta metáfora pode ser representada, graficamente, do seguinte modo:



Ora, na medida em que a influência do mediador se torna presente, o sentido do real se perde. Assim, tanto Laurinda, como Guilherme, extrapolam o domínio da “realidade”, vivendo apenas na “representação do real”, único espaço onde encontram, de certa forma, alguma gratificação. A representação, em Psicanálise, “é uma rerepresentação, um retorno da cena original, sob os mais diversos disfarces, por causa da censura do consciente (5)”. Através da moda, Laurinda vive uma representação, que, no entanto, além de se colocar como uma teatralidade mimética, também se constitui como uma dramatização de suas fantasias individuais e sociais. Assim, quando ela pensa ser um outro, apenas representa. Ela não tem consciência de que vive um “teatro”, uma encenação da ideologia subjacente ao sistema da moda que mantém um discurso de dependências culturais. As suas roupas, funcionando como máscaras, têm um duplo papel. Ao mesmo tempo que encobrem, também revelam, uma vez que, segundo O. Mannoni, “as máscaras têm o poder de evocar as imagens da fantasia (6)”. O auto-erotismo que Laurinda nutre em relação ao figurino é, de certa forma, a rerepresentação, o retorno da cena do “narcisismo primário (7)”, onde sua satisfação era obtida no manuseio do próprio corpo. Amanco as roupas como extensões dela mesma, Laurinda vive um “mundo alucinatório (8)”, em que ela tem a si como único objeto de amor. Guilherme, do mesmo modo que ela, também cria um mundo imaginário, procurando imitar o figurino masculino ditado por Londres. Tais personagens se acham, assim, dentro de uma atmosfera de bovarismo, emprestando a si mesmos uma personalidade ou condição fictícia e desempenhando um papel que não combina com o mundo exterior, pois “une même ignorance, une même inconsistance, une même absence de réaction individuelle semblent les destiner à obéir à la suggestion du milieu extérieur à défaut d’une auto-suggestion venue du dedans (9)”.

A imaginação de Laurinda Belfort, totalmente invadida pelas leituras romancescas e pela magia que o modelo parisiense exerce sobre ela, estabelece o elemento mediador entre o seu “eu” e o objeto que cobiça. Ela é inteiramente destituída de espontaneidade, copiando os gestos e as atitudes das damas parisienses de alta linhagem e de suas colegas do Sion: “toda a sua vida fora um resultado de imitações fora um acompanhamento dos figurinos (. . .). Em criança, imitava os gestos pretensivos d’altas linhagens de algumas colegas do Sion; em menina e moça a sua linha fora sempre copiada de alguns tipos de romance! (10)”.

Como bem analisou René Girard, em *Mensonge Romantique et Vérité Romanesque*, com a ajuda do ensaio de Gaultier, o bovarismo nos heróis flaubertianos se caracteriza pelo fato dos personagens se conceberem outros que eles não são. Em “*Laurinda Belfort*”, encontramos este mesmo procedimento. Tanto Guilherme, como a protagonista Laurinda se propõem um modelo e imitam deste tudo aquilo que é possível de imitar, todo o exterior, toda a aparência, o gesto, a entonação, o hábito: “Como seria emocionante desmaiar, tal qual pintam nas gravuras e nos romances! (11)”.

Laurinda vive, assim, tentando ser como os personagens dos romances que leu: “E quando apareceu ao almoço, com os olhos “cernés”, o gesto lasso,

o lábio rubro, Laurinda olhou o paciente Belfort com um vago desprezo, tal qual as damas dos romances a que uma grande paixão sacode (12)”.

Dames Elegantes

1, RUA DO THEATRO, 1

Casa especial de confecções

O MAIOR SORTIMENTO DE PALTOS, MANTOAS, CASACAS, E COZINHAS NA CAPITAL



A casa Dames Elegantes chama a atenção da sua clientela para a magnífica variedade de suas confecções de todo o gênero que acaba de receber de Paris, Londres e Viena d'Austria.

E tão grande variedade e beleza os seus sortimentos e os preços marcados são de tão modo convidativos, que asseguramos ser difícil à ausência de quem queira experimentar a tentação de comprar na nossa casa.

Dames como mostra esta gravura representando tres dos centenas de modelos de que se compõe o nosso sort.

Propaganda da revista *O Malho*, Rio de Janeiro, 1904

porção de roupas, andava à inglesa, trotando com os braços meios abertos, repartia o cabelo ao meio como nos figurinos (13)".

No conto "A Parada da Ilusão", os personagens também se inscrevem num espaço de bovarismo. Geraldo, um estudante de medicina, se deixa passar por um banhista napolitano para conquistar uma dama da alta sociedade, Alda Pereira, que freqüentava o mesmo balneário que ele. Vivem, assim uma aventura romanesca que não ultrapassa a soleira do imaginário. Há da parte de Geraldo o desejo de ser um outro que ele não é. Não hesita em imitar deste outro que tomou como modelo as atitudes e os gestos: "Ele procurava termos vulgares, copiava o rir dos outros, dizia coisas grossas com um ar ingênuo, o seu tom de analfabeto (14)".

Alda, apesar de saber a verdadeira identidade de Geraldo, entra no jogo, fingindo acreditar ser ele um simples e humilde banhista. Há no relacionamento deles um jogo de perversão social. Ela, possuindo alguém de uma classe inferior à sua, apenas deseja mostrar sua superioridade e afirmar a sua diferença: "A mulher amava-o como certas damas amam os impetuosos adolescentes das classes baixas (15)".

Geraldo, embora se humilhando, sente prazer em manter um contato com uma dama de classe alta, porque a posse dela lhe assegurava uma ilusão de poder: "Geraldo sorriu enleado. Tomavam-no por banhista! Ele, um estudante, um acadêmico! Mas ao mesmo tempo que o fato o humilhava um pouco, sentia um desejo imprevisito e romântico de se deixar passar por banhista e ter assim a sua primeira façanha de estudante (16)".

Estes personagens vivem, portanto, um pseudo-romantismo, incorporando a si próprios uma identidade fictícia e desempenhando um papel que não se coaduna com a realidade. Procedimento semelhante ocorre em "Laurinda Belfort", onde a protagonista, também não tendo o mundo real, numa atitude defensiva, pela representação, constitui um refúgio, no qual se abriga por trás do artificialismo das roupas e dos costumes. O único "real" possível para tal personagem é a fantasia, o fetiche dos figurinos. Laurinda, conseqüentemente, se mantém presa a um universo "imaginário", onde ela não consegue uma real identidade de si, já que todo o seu desejo se postula como desejo de ser um "Outro". Ela, pautando-se pelos modelos vindos da França, vive, ao mesmo tempo, um sonho de identidade e um sonho de alteridade. O nome "Paris" cria uma identidade da protagonista com o "ser-Paris", isto é, com o luxo e com a elegância preconizados pelo discurso da moda. Desta forma, este nome realiza o ser de Laurinda dentro de um universo de encanto e magia, uma vez que "le rêve d'identité s'exprime essentiellement par l'affirmation du nom, comme si le nom réalisait magiquement la personne (17)". Há em Laurinda uma preocupação com o seu próprio nome. Ela o quer famoso e conhecido de todos, como acontecia com os nomes das damas elegantes de alta nobreza pelas quais se pautava. Assim, embora desejando afirmar sua individualidade e ser ela mesma, também pretende ser como as outras. É que, segundo Roland Barthes: "l'obsession du non renvoie à la fois à rêve d'altérité; on voit donc la femme de Mode rêver à la fois d'être soi et d'être outre (18)".

Laurinda, apesar de se desenvolver dentro do simbólico, valorizando títulos e papéis sociais, se mantém presa a uma série de identificações imaginá-

rias. Incapaz de assumir uma real identidade de si, incorpora os modelos ditados por Paris (o outro), sem ter consciência dos seus próprios desejos. Assim, para ela, não há distinção entre o “eu” e o “outro”. Laurinda não percebe que os nomes e os títulos de nobreza apenas a representam. Desta forma, se identifica com essas máscaras e, portanto, “entra na ordem simbólica por uma série de confusões, de alienações do tipo imaginário (19)”. O nome para ela se configura, assim, como uma forma de aparecer. Funciona como uma máscara através da qual ela obtém status e prestígio: “Ela, que tinha o nome nos jornais mundanos, no livro das costureiras e no lábio de toda a gente, quis ouvi-lo pronunciado ternamente por um homem elegante (20)”.

No conto “**O Monstro**”, Lauriana de Araújo também confere aos nomes e ao frequentar certos meios aristocráticos um supremo valor: “Lauriana de Araújo sabia escolher com arte uma roda de homens citável. Havia nomes da Academia, nomes da alta elegância, o creme das duas casas do Parlamento (...) (21)”.

Para esses personagens de João do Rio, os nomes e as etiquetas das roupas é que lhes vão dar estatuto de “ser”, pois “ser”, para eles, é o mesmo que “parecer”, uma vez que “na moda, como na arte, o homem consome etiquetas por obras e os nomes passam a ter significados que vão além deles mesmos (22)”.

Em “**Uma Mulher Excepcional**”, a protagonista Irene de Souza afirma sua superioridade através da alta costura de “Paquim” e de “Ruff”. Estes nomes, além dos significados expressos neles próprios, definem um “modus vivendi” que exprime requinte e bom gosto: “vestidos de muitos bilhetes de mil, criados pelo Paquim e pelo Ruff. Não era uma pequena qualquer. Era a bela Irene de Souza que queria ser a boa (23)”.

Laurinda também se sugestionava pelos rótulos que marcam os produtos usados por ela. Assim, valoriza mais o nome “Vevert” que garante a qualidade de suas jóias, do que o próprio valor material das mesmas: “as suas extraordinárias “toilettes”, os seus adereços, feitos no Vevert da rua da Paz, em que as pedras brasileiras tinham rebrilhos inéditos (24)”. Para estes personagens, portanto, a substância inteligível não é o objeto; são os nomes que os fazem desejar as roupas ou as jóias com que se enfeitam. Os modelos ditados pelas casas comerciais e pelos costureiros afamados passam, então, a funcionar como códigos exteriores de aristocratização e de elitismo, principalmente, para os que pretendem ascender socialmente, como os esnobes “nouveaux-riches”. Estes procuravam adotar, por meio de bens supérfluos, o estilo, a maneira e os gestos daquilo que eles julgavam próprios da elite.

Os personagens destes contos de João do Rio podem caracterizar-se como esnobes, pois copiam os modelos parisienses e londrinos, tentando recuperar os gostos de uma elite aristocrática. O esnobismo se encontra dentro da esfera do desejo triangular, na medida em que o esnobe não deseja segundo ele próprio, mas segundo um outro que ele tomou por modelo. O esnobismo também implica em bovarismo, porque o esnobe vive da imitação, como é o caso, por exemplo, de Laurinda Belfort: “Ir assim, no seu carro, no carro de seu marido, entregar-se à paixão do outro, do cavalheiro elegante, parecia-lhe uma nota essencial da moda, lembrava-lhe logo os romances de Paris, a psico-

logia passional das duquesas de alta linhagem (25)". Segundo René Girard, basta tratar-se de um desejo de esnobe para se sublinhar o caráter imitativo, pois "le snob, lui aussi, est un imitateur. Il copie servilement l'être dont il envie la naissance, la fortune ou le chic (26)". Laurinda, essencialmente esnobe, se inclina diante dos títulos de nobreza que já tinham perdido todo o valor real, comportando-se como as "duquesas e as damas de alta linhagem" que percorriam a sua imaginação. Ela utiliza, então, uma série de meios, como "entregar-se à paixão do cavalheiro elegante", "vestir-se com vestidos importados de Paris", "manter o seu salão no Rio invejado", "dar opiniões sobre artistas e pintores", para se fazer figurar como as duquesas e condessas a que ela, imaginariamente, se comparava e através das quais se reconhecia. Ela vive, portanto, segundo uma herança de preconceitos, tendo sua imaginação condicionada pela opinião da sociedade a que pertencia, pois procurava freqüentar as pessoas que lhe davam reputação, não esquecendo de ir aos lugares onde ser bem recebida lhe oferecia um certo prestígio. Também não deixa de manifestar admiração pelas obras artísticas, porque entender de arte implica em ter sensibilidade e inteligência. Assim, ela se mantém submissa ao figurino ditado por Paris, porque, como esnobe, ela "n'ose pas se fier à son jugement personnel, elle ne désire que les objets désirés par autrui. C'est pourquoi elle est l'esclave de la mode (27)".

Tanto Laurinda, como os demais personagens esnobes dos outros contos são descaracterizados socialmente. Como esnobes, eles se deixam fascinar segundo a opinião do outro. Ao contrário dos dândis, estes personagens esnobes não procuram afirmar suas diferenças em termos de originalidade, mas buscam uma aparência de poder, mostrando que pertencem a uma classe superior e requintada. Enquanto os dândis "criam a moda", acentuando em seus trajes uma nota de criatividade, os esnobes procuram ser da moda, vestindo-se como os demais e tentando uma identificação com os grupos socialmente privilegiados para poderem alcançar status. As roupas para eles se tornam uma forma ritualística de ascensão social. De simples necessidade de proteção, as vestimentas para esses personagens se transformam em um meio deles se enfeitarem. Os detalhes de seus trajes é que serão responsáveis por esta transformação, pois eles têm como principal finalidade servir de enfeite.

A moda para os personagens de João do Rio vai valorizar os detalhes. Estes correspondem a uma condição real e econômica da produção da moda, porque, como bens supérfluos, funcionam como mecanismos propulsores de sedução e de desejo. Londres e Paris, detentoras desses bens materiais, incentivam a utilização dos detalhes, porque estes dão lucro às suas produções, passando a ser, através de um discurso da moda, instrumentos para que os personagens esnobes se tornassem parecidos com os elegantes londrinos e parisienses. Os detalhes não fazem, portanto, outra coisa senão alimentar os próprios laços de dependência cultural.

Estes personagens esnobes fazem parte de uma sociedade em via de desenvolvimento econômico e de modernização, uma vez que a ficção de João do Rio tem como ambiência o Rio do início do século. Eles vivem inconscientemente as transformações sócio-culturais que se sucedem, pois estão apenas seduzidos pela aparência dessas modificações ocasionadas pela urbanização

que sofre a cidade. Assim, não penetram os verdadeiros mecanismos produtores dessas mudanças, ou seja, o monopólio político-cultural francês e inglês. A própria moda que vem de fora vai-se instalar nesse espaço entre o tradicional e o novo, o aristocrático elitista e o que deve ser usado pelas massas. Os personagens de João do Rio, no entanto, estão interessados em preservar os gostos aristocráticos. Sendo, na grande maioria, “nouveaux-richestes”, querem igualar-se a essa elite de atitudes finas e requintadas. Mas, a moda comporta também elementos contraditórios de igualdade e de diferenciação. No conto “**Laurinda Belfort**”, por exemplo, a protagonista deseja ser como os modelos parisienses, mas, ao mesmo tempo, quer diferenciar-se para poder ter a posse de Guilherme. No entanto, passa a ser como as demais, pois, como acontece com as outras damas da elite, ela também começa a achar importante e chic ter amantes.

Muitas vezes, o sistema sócio-político, relacionado à moda, conserva a possibilidade de recurso a ações ou a “rituais tranqüilizadores (28)”. A moda para os personagens de João do Rio se coloca como um “ritual tranqüilizador”, na medida em que incentiva todo um mundo fictício do prazer e de prestígio, de valorização de brasões e títulos importantes, ligados a tradições fabricadas e/ou importadas. Estes personagens, inconscientes da situação de dependência cultural, econômica e política que os mantém submissos às potências européias, incorporam os modelos vindos de fora, obedecendo, portanto, a solicitações mais de ordem exterior, do que de ordem interior. Pensam que, por se vestirem e por agirem conforme o figurino europeu, são tão poderosos quanto estes países dos quais copiam os hábitos e os costumes. A moda exerce sobre eles uma influência ritual, que põe por terra, imaginariamente, as relações de subordinação e de submissão existentes, pois “proporciona um campo ideal para los individuos de natureza dependiente, cuya autoconciencia requiere, sin embargo, cierto grado de prominencia, atención y singularidad. La moda eleva aun al individuo sim importancia, y lo hace representativo de uma classe, la personificación de un espíritu colectivo (29)”.

Ser de acordo com os padrões vindos de Paris e Londres é o conto de fada em que vivem estes personagens. Um dos motores da moda é o desejo de originalidade pessoal por meio da afirmação de sinais que identificam os pertencentes à elite. Ora, é justamente o que acontece com os protagonistas de alguns contos de João do Rio, como por exemplo, Laurinda Belfort, Irene de Souza e outras, que se preocupam com esses signos de poder da moda francesa: usar “plumas”, “peles”, “chiffon”. Estes tecidos criam um status parisiense, mesmo em uma ecologia tropical. Usando-os, tanto Laurinda, como Irene e as demais passam a figurar como elite e, assim, obtêm superioridade e prazer. Dentro de uma relação de dependência, as metrópoles francesa e inglesa nutrem, através destes símbolos de brilho, de ostentação e de requinte, estas “damas”, alimentando nelas uma fantasia de poder. Os símbolos da moda (roupas, chás, “bridge”, hábitos “high-life”) funcionam como imagens que, segundo Eugène Enriquez, desempenham “o papel de couraça externa que permite a coerência das condutas coletivas. Estas imagens vão ter, como função secundária, que coagir os indivíduos a se comportarem de maneira uniforme e sem surpresa, a terem um comportamento que não dê lugar a nenhuma

interrogação (30)”. Tal procedimento ocorre com os personagens dos contos de João do Rio que ficam seduzidos por esses objetos mágicos, não questionando o porquê de seu consumo e de sua utilização. Dessa maneira, os personagens esnobes dos contos “**Laurinda Belfort**”, “**A Parada da Ilusão**”, “**Dois Criaturas**”, “**História de Gente Alegre**” e outros não usam uma vestimenta; esta é que os usa, pois esses esnobes são dependentes desses modelos importados. O próprio ambiente onde transitam está repleto de móveis e de utensílios que criam uma atmosfera parisiense e/ou londrina, como acontece, por exemplo, no conto “**Uma Mulher Excepcional**”: “Era no salão de Irene de Souza, o salão em que a esplêndida atriz fundira o confortável inglês com o luxo do antigo, espalhando entre os divãs fartos da casa Mapple, “bergères” mais ou menos autênticas do século XVIII, contadores do tempo de Carlos V, e, por cima das mesas, por cima dos móveis, nos porta-bugigangas de luxo, marfins orientais, esmaltes árabes, estatuetas raras. . . (31)”. Neste salão, a decoração traduz bem a influência do “Art-Nouveau” no Brasil, onde os objetos das artes ornamentais eram quase todos importados: lareiras, estatuetas, azulejos, lustres, espelhos. O mobiliário também apresenta uma mistura de estilos, que fundia o luxo aristocrático das “bergères” do século XVIII com os novos e confortáveis divãs da casa Mapple. Os móveis e os objetos decorativos expressam, também, o problema das dependências culturais.

Em uma das conferências do livro **Psicologia Urbana**, o discurso de João do Rio efetua uma crítica a essa elite que vivia o “flirt” e o enamoramento destes símbolos da moda e do progresso, hipnotizada pela magia do figurino europeu: “Assim, o figurino existe em tudo — em arte, em política, em sport, em religião, nos usos, nos costumes, como nas “toilettes”. (. . .) Tudo no mundo é cada vez mais figurino. O figurino é a obsessão contemporânea. Estamos num ambiente de artificialismo e de “chiffon”. Estamos na era da exasperante ilusão, do artificialismo do papel pintado, das casas pintadas (32)”. No entanto, seu discurso não se preocupa em denunciar o problema das dependências culturais. Faz principalmente, uma crítica à socialização da moda que tem exterminado toda a singularidade pensada das vestimentas, fazendo com que estas não funcionem mais como uma forma de elitismo e distinção. Portanto, o discurso de João do Rio só critica a moda, porque esta impede o exercício do individualismo e do aristocratismo.

Em “**Laurinda Belfort**”, como também em outros contos do autor, os personagens vivem uma pseudo-elitização, já que estes não têm consciência de que mantêm inscritos em uma instância imaginária, não assumindo uma identidade deles próprios. Permanecem, assim, num clima de indistinção, onde o discurso de um é o discurso de outros, ou seja: o discurso da moda parisiense. Desta forma, a moda encobre a realidade, construindo, então, um mundo de sonhos e de fantasias, que institui um vestir-se que remete a um discurso da aparência. Portanto, os personagens dos contos se inscrevem num espaço de alienação, pois são falados por essa retórica da moda que transforma os usos em ritos. Eles se mantêm ocupados com o “ser da moda”, envolvidos por um universo simbólico de objetos mágicos, que os impede de assumirem uma consciência deles próprios. O sistema da moda fabrica situações e/ou ocupações que são uma forma de distrair e de empregar a ser destes personagens,

dando margem a que continuem alheados do contexto sócio-político em que se encontram. Eles se comportam, assim, como simples consumidores, passando a objetos, pois a própria moda, tendo um estatuto de sujeito, os pensa e os manipula, fazendo com que eles acreditem que, seguindo o ritual preconizado por ela (moda), irão recuperar os gostos aristocráticos de uma elite que se mantinha na ociosidade.

NOTAS E CITAÇÕES

1. BARRETO, Paulo. *Psicologia urbana*. Rio-Paris, Livraria Garnier, s.d., p. 66.
2. FREUD, Sigmund. Considerações de atualidade sobre a guerra e a morte, in *Obras Completas*, Vol. XI. Tradução de Dr. C. Magalhães de Freitas, Rio de Janeiro, Editora Delta, s.d., p. 223.
3. BARRETO, Paulo. *Dentro da noite*. Rio de Janeiro-Paris, H. Garnier Livreiro-Editor, 1910, p. 184.
4. GIRARD, René. *Mensonge romantique et vérité romanesque*. Paris, Editions Bernard Grasset, 1961, p. 59.
5. SANT'ANNA, Affonso Romano de. *Literatura e psicanálise – Análise de “A Tentação de Xenócrates”, “O Caçador de Esmeraldas” e “Profissão de Fé de Olavo Bilac”*. Conferência realizada no II Encontro Nacional de Professores de Literatura, Departamento de Letras – CCE/PUC-RJ – CAPES, Rio, 31/07/75, p. 9.
6. MANNONI, O. *Chaves para o imaginário*. Tradução de Lúcia Maria Pondé Vassallo. Patrópolis, Editora Vozes Ltda., 1973, p. 171.
7. “Nascisismo primário” foi definido por Laplanche e Pontalis (Cf. – *Vocabulário da psicanálise*. Santos, Livraria Martins Fontes, 1970, p. 368) como “um estado precoce em que a criança investe toda a sua libido em si mesma”.
8. A expressão “mundo alucinatório” foi empregada no sentido de “satisfação alucinatória do desejo” que, segundo Laplanche e Pontalis, corresponde à imagem do objeto satisfatório sendo reinvestida na ausência de um objeto real”. (Cf. *Vocabulário da psicanálise*. Santos, Livraria Martins Fontes, 1970, p. 687).
9. GIRAD, René. *Mensonge romantique et vérité romanesque*. Paris, Éditions Bernard Grasset, 1961, p. 14.
10. BARRETO, Paulo. *Dentro da noite*. Rio de Janeiro-Paris, H. Garnier. Livreiro-Editor, 1910, p. 182.
11. Idem, *ibidem*, p. 186.
12. idem, *ibidem*, p. 184.
13. idem, *ibidem*, p. 186.
14. idem, *ibidem*, p. 171.
15. idem, *ibidem*, p. 172.
16. idem, *ibidem*, p. 169.
17. BARTHES, Roland. *Système de la mode*. Paris, Éditions du Seuil, 1967, p. 258.
18. idem, *ibidem*, p. 259.
19. FAGES, Jean-Baptiste. *Para compreender Lacan*. Tradução de M.D. Magno e Georges Lamazière. Rio de Janeiro. Editora Rio, 1971, p. 50.
20. BARRETO, Paulo. *Dentro da noite*. Rio de Janeiro-Paris, H. Garnier Livreiro-Editor, 1910, p. 186.
21. idem, *ibidem*, p. 143.
22. PINTO, José Nêumanne. *A moda e/é o mito*. In *Revista Vozes de Cultura (Sociologia da moda)*, nº 3. Petrópolis, Editora Vozes, abril de 1972, p. 28.
23. BARRETO, Paulo. *Dentro da noite*. Rio de Janeiro-Paris, H. Garnier Livreiro-Editor, 1910, p. 224.
24. idem, *ibidem*, p. 183.
25. idem, *ibidem*, p. 185.

26. GIRARD, René. *Mensonge romantique et vérité romanesque*. Paris, Éditions Bernard Grasset, 1961, p. 31.
27. idem, *ibidem*, p. 31.
28. BALANDIER, Georges. *As Dinâmicas sociais*. Tradução de Gisela Stock de Souza e Hélio de Souza. São Paulo-Rio de Janeiro. Editora Difel 1976, p. 206.
29. YOUNG, Kimball. *Psicologia social de la muchedumbre y de la moda*. Buenos Aires, Editorial Paidós, 1969, p. 92.
30. ENRIQUEZ, Eugène. *Imaginário social, recalçamento e repressão nas organizações*, in *Tempo Brasileiro 36/37: A História e os discursos*, janeiro-junho de 1974, p. 65.
31. BARRETO, Paulo. *Dentro da noite*. Rio de Janeiro-Paris, H. Garnier Livreiro-Editor, 1910, p. 223.
32. idem. *Psicologia urbana*. Rio de Janeiro-Paris, Livraria Garnier, s.d., p. 67 e p. 68.