

LOJA PARIS N'AMÉRICA: METODOLOGIAS DE ESTUDO DA HISTÓRIA DA MODA

Paris N'America Store: Methodologies of Study in Fashion History

Ferreira, Maria Henriques; Especialista; Universidade da Amazônia – UNAMA,
henriques.mf@gmail.com.¹

Hage, Fernando; Mestre (orientador); Universidade da Amazônia - UNAMA,
fernandohage@gmail.com²

RESUMO

Estudos da metodologia de história da moda para aplicação em pesquisa sobre a loja Paris N'América. A loja em questão foi fundada em 1870 por Francisco de Castro e faz parte do Centro Histórico de Belém-PA. Neste artigo se propõe perceber os métodos a serem utilizados na pesquisa e quais fontes a serem utilizadas para reconstruir a identidade da loja no campo da história da moda.

Palavras-chave: História, Paris N'América, Moda, Metodologias.

ABSTRACT

Studies of the methodology of fashion history for use in research of Paris N'America store. The store in question was founded in 1870 by Francisco de Castro and is part of the Historic Center of Belem. It is proposed in this article to analyze methods to be used in the research and what sources to be used to reconstruct the identity of trendy fashion store in fashion history.

Keywords: History, Paris N'America, Fashion, Methodologies.

1. INTRODUÇÃO

¹ Formada em Gestão com Pessoas pelo Centro Universitário do Pará (2010), especialista em marketing pela mesma instituição (2011) e atualmente estudante no Bacharelado em Moda da Universidade da Amazônia (Unama).

² Mestre em Moda, Cultura e Arte (Centro Universitário Senac SP), Bacharel em Design (UEPA), e formação em Figurino pela Bournemouth University (Inglaterra). Atua como professor, pesquisador e orientador de iniciação científica na Unama (Belém).

Neste artigo tem-se o intuito de analisar as metodologias de estudo de história da moda para pesquisar a loja Paris N'América. Esta, por sua vez, merece um enfoque de estudo histórico devido ao tempo que permanece no centro da cidade de Belém, Pará, onde foi fundada e se desenvolveu. A loja foi fundada em 1870 por Francisco de Castro e o prédio atual existe desde 1909. A Loja fora outrora referência em moda para a classe econômica mais rica.

Nesse sentido, pode-se dizer que com a moda também se faz história, considerando os aspectos múltiplos. Inserida em diferentes contextos, ela conta através de vestuário os aspectos culturais e sociais de cada época. Isso se observa e se analisa a partir de imagens, relatos e documentos.

Deste modo, ao citar Calanca (2008, p. 27), pode-se dizer que a história do vestuário 'não é um simples inventário de imagens, mas um espelho do articulado entrelaçamento dos fenômenos socioeconômicos, políticos e de costumes que caracterizam determinada época'. Calanca (2008, p. 27) ainda afirma que 'estudar a moda equivale, nessa perspectiva, a estudar as relações sociais e as características da sua evolução.

Vale, também, definir que metodologia é o estudo do método que cuja origem vem de '*methodos (metha+odon)*' e significava 'caminho para chegar a um fim' (RAMPAZZO, 2002, p.13). O que para o artigo em questão significa identificar as formas e as possibilidades de pesquisa no campo da história da moda para chegar a um resultado, ou seja, examinar o conjunto de etapas a serem seguidas para a investigação da verdade.

Assim, este trabalho contribui para as pesquisas históricas em moda, considerando que 'ao colocar-se no âmbito de um sistema cultural global, a história da moda (...) precisa investigar em diversas direções a fim de ser reconstruída' (SORCINELLI, 2008, p. 51).

2. MODA E HISTÓRIA: METODOLOGIAS E IMPORTÂNCIA

A moda possui sua importância em diferentes contextos. Ela conta sobre o passado e o presente, lembra o velho e o novo, define hierarquias. Sorcinelli (2008, p. 48) afirma que apesar da relevância conferida à moda em que por um lado há o caráter plural dos estudos sobre ela e, por outro, a multiplicidade dos

saberes nela incluída, se percebe a presença de um forte interesse pelo fenômeno da moda no atual panorama cultural. Isso concorre para o surgimento de uma plataforma comum, da qual partem os discursos relativos à moda e a sua história, ou seja, a constatação de que a teoria da moda, ainda segundo Sorcinelli (2008, p. 48), é e continua a ser a história de projetos de vida, bem como continua a ser a história de como éramos e também de como seremos e seríamos.

Vale também lembrar que:

(...) A moda e sua projeção são um modelo, às vezes mítico, às vezes rejeitado, mas em todo caso sempre um ponto de referência que deve ser lido não só pelo costumeiro e míope olhar do técnico, do especialista do fato singular, mas também por meio das facetas, das exigências daqueles que, valendo-se da moda, pretendem fazer história (SORCINELLI, 2008, p. 48).

Em outras palavras, pode-se definir moda como termo que, usado em múltiplos contextos, oferece um quadro comum de referência e de reflexão para uma série de aspectos da vida social. Assim a moda:

Alude, numa primeira instância, a dicotomia temporal entre o “velho” e o “novo”, entre o presente e o passado, entre imobilidade e mobilidade. Com o termo “moda”, entende-se, especificamente, “o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornando quase obrigatório” (CALANCA, 2008, p. 11).

A preocupação com a história da moda e das aparências é também uma forma de resgatar passado e entender o presente. Sendo assim, podemos citar Daniel Roche (2007, p. 21) em que diz que ‘a história das aparências humanas, sempre ocupam primeiro lugar, pois servem para exhibir o poder, uma demonstração exibicionista da frivolidade’.

A moda, de acordo com Roche (2007, p. 21) ‘sempre estimulou o comércio e encarnou mudanças. Para o ocidente, tem sido uma amante da civilização’. A civilização, por conseguinte, deve ser entendida como o conjunto de características próprias à vida social coletiva, na qual costumes e hábitos são permanentes, ‘determina comportamentos que a conduta, o modo de ser de uma comunidade, de um grupo social, remete ao conceito de sistema, de estrutura, ou seja, um conjunto de vários elementos relacionados entre si’ (CALANCA, 2008, p. 11). Tais elementos, afirma Calanca (2008, p. 12), ‘assumem um significado no momento em que são ligados por um conjunto de regras coletivas’.

Segundo Roche (2007, p. 21), a nova problemática da história da roupa é uma maneira de ir direto ao alicerce da história social, bem como uma nova maneira de colocar a questão essencial: ‘o que deve ser produzido?’, o que acaba por gerar questionamentos tais como ‘o que deve ser consumido? O que deve ser distribuído?’. Roche (2007), então, diz que isso é uma maneira útil de tentar observar como as diferentes ideologias coexistentes e disputantes da regulamentação das condutas e hábitos que interagem na realidade que pretendemos aprender.

Roche (2007, p. 21) coloca que a partir do século XVII a indumentária passa a ser o ‘centro dos debates sobre riqueza e pobreza, o excessivo e o necessário, o supérfluo e o suficiente, o luxo e a mediocridade’. No entanto, de acordo com Roland Barthes (2005, p. 257) ‘até o início séc. XIX, não houve história da indumentária, propriamente dita’, somente ‘um estudo arqueológico ou recessões de trajes por qualidade’. É somente em torno de 1860 que aparecem trabalhos científicos sobre a indumentária:

(...) são trabalhos de eruditos, de arquivistas como Quicherat, Demay ou Enlart, em geral medievalistas; Seu principal objetivo é 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. Esses trabalhos prevalecem ainda hoje, uma vez que continuam inspirando as inúmeras histórias popularizadas que proliferam, em correlação com o desenvolvimento do mito comercial da moda. A História da indumentária ainda não se beneficiou da inovação dos estudos históricos que ocorreu na França há uns trinta anos: ainda está faltando toda uma perspectiva institucional da indumentária, em termos de dimensão econômica e social da História, de relações entre o vestuário e fatos de sensibilidade, conforme definidos por Lucien Febvre, de exigência de uma compreensão ideológica do passado, como a que pode ser postulada pelos historiadores marxistas; essa lacuna é mais paradoxal porque o vestuário é objeto ao mesmo tempo histórico e sociológico por excelência (BARTHES, 2005, p. 258-259).

Nesse sentido, a história da roupa nos diz muito acerca das civilizações, ela revela seus códigos, afirma Roche (2007, p. 21). Para um historiador essa afirmação de Roche revela a importância do estudo da indumentária. Como já dito, aprende-se muito com o que a roupa “tem a dizer”, mas uma questão fundamental não pode passar despercebida: qual a motivação para o vestir-se? Barthes (2005) aponta três fatores: proteção, pudor e adorno. Quando ele relaciona proteção e adorno, o qual diz que é uma passagem ilusória, ele afirma que:

Na verdade, o que deve interessar ao pesquisador, ao historiador (...) não é a passagem ao adorno (...), mas a tendência de toda cobertura corporal a inserir-se num sistema formal organizado (...), consagrado pela sociedade. (BARTHES, 2005, p. 265).

Esses códigos e normas nos permite conhecer o outro, onde, ao analisar a roupa, este objeto 'indica uma ligação entre indivíduo e sociedade' (CALANCA, 2008, p. 16), muitas vezes dando um *status*.

Nesse sentido, pode-se dizer que o *status* caracteriza quem é quem na sociedade e era preciso manter distância pra ter distinção. Desta forma, destaca-se a citação de Roche (2007, p. 22) '(...) as roupas se transformaram em armas de batalha das aparências. Elas eram usadas para erguer uma barreira, para eliminar a pressão dos imitadores e seguidores (...)'. Com isso percebe-se a valorização da economia, por parte dos historiadores, e pouco o comércio, priorizando, de acordo com Roche (2007, p. 24) 'sobretudo a produção e a manufatura'.

Uma das formas de analisar os objetos e seus fatos é por meio da preservação de tecidos, sendo que as de classes sociais mais baixas são raras e difíceis de encontrar, assim são analisados predominantemente os trajes aristocráticos (Roche, 2007, p. 24).

Mas não somente a análise de tecidos e roupas faz parte da metodologia do estudo da história da moda, há também as pinturas e gravuras, sendo 'importante comparar as ilustrações de arquivos e tecidos preservados (...)' enquanto que '(...) as pinturas e gravuras são retratadas com precisão e data' (ROCHE, 2007, p. 24-25). Mas em ambos os casos o acesso a essas informações são mais fáceis para com objetos das classes sociais mais elevadas. Outras formas encontradas estão nos relatos e arquivos documentais.

Nesse aspecto, os arquivos e registros permitem uma constituição preliminar de atividades econômicas da época, que quando comparada a registros de falência possibilitam elucidar a produção e o comércio de moda (Roche, 2007). Os documentos familiares permitem, por sua vez, uma perspectiva do consumo social.

A pesquisa é chamada de documental, de acordo com Rampazzo (2002), devido a procuras fontes que sejam primárias, provenientes de

entidades que realizam observações. O que segue a linha, já dita, de arquivos e fontes estatísticas, mas se inclui as fontes não-escritas.

Então, para Sorcinelli (2008, p. 49), podemos dizer que ‘os usos e costumes do vestir são concebidos como dados de observação privilegiada para estudar a confluência de numerosos fatores’, o que para este artigo tem o objetivo de analisar o estudo da história da moda para pesquisar a loja Paris N’América.

3. MÉTODOS DE ESTUDO DO PARIS N’AMÉRICA

De acordo com Sarges (2002), a chegada da navegação a vapor em 1853 no Pará, impulsiona a produção da borracha, ganhando grande importância econômica no comércio internacional. Nunes e Hatoum (2006) *apud* Ferreira e Hage (2013, p 4):

A extração do látex rendia milhões de libras por ano para a Província do Pará em torno de 1855. (...) nunca houve tantos ricos no meio de tanta pobreza, sendo que à medida que as técnicas de processamento da borracha iam se ampliando, a procura pelo produto também aumentava, tanto na Europa como nos Estados Unidos.

A Belém daquela época vivia, sem dúvida, o momento do ciclo da borracha, mas também vivia a Belle Époque. As tentativas de urbanização da cidade visavam a civilização da população, ou seja, europeizar-se, tentar ser uma nova Paris. Assim, Nunes e Hatoum (2006) *apud* Ferreira e Hage (2013, p 5):

(...) contam ainda que Belém de Paris era Paris de Belém, ou como passou a ser conhecida a Paris N’América. Os seringalistas, os donos de seringais, e os grandes fazendeiros viviam em constantes viagens entre as duas cidades que até chegavam a confundir as duas metrópoles.

Com o desenvolvimento urbano e econômico, imigrantes, tais como os portugueses, se instalaram na capital paraense e acabaram enriquecendo com o comércio. Nesse sentido, destaca-se o Paris N’América, conhecida loja de tecidos que teve seu auge no início do século XX, em plena Belle Époque. Ferreira e Hage (2013, p 5) afirmam que:

Na tradicional rua comercial, rua Santo Antônio, nº 132, localizada no centro de Belém, sobrevive um dos mais antigos prédios de Belém: o Paris N’América, que foi outrora casa de moda francesa. O prédio, ou palacete, é considerado um dos mais belos da cidade que, segundo

Figueiredo (1997), embora sendo uma construção em estilo eclético do final do Século XIX, possui incisivas marcas de *art nouveau*.

Vale dizer que a loja foi fundada em 1870 pelo português Francisco de Castro, mas a construção do atual prédio iniciou em 1906 e terminou em 1909. Era uma loja de tecidos e armarinhos nos dois primeiros andares (loja e sobreloja), do suntuoso edifício, e residência no terceiro andar. O sótão (antiga mansarda, a residência de empregados) era no quarto andar, do qual era possível ir até o mirante para avistar o cais, e assim estrategicamente ver a chegada das mercadorias.

Este suntuoso prédio do Paris N'América é sem dúvida um dos cartões-postais de Belém e deixa marcas no centro comercial da cidade, pois retrata a o quão rico foi o período no início do século XX. Sarges (2002, p. 186) aponta que:

(...) A elite local formada por seringalistas (...), comerciantes e fazendeiros, apropriadora de parte do excedente gerado pela economia da borracha, deixou-se seduzir pelo luxo e ostentação como forma de expressar o refinamento de uma classe.

Toda a estrutura do Paris N'América foi trazida de fora do Brasil, sendo a escadaria advinda da França com a sinuosidade da Belle Époque e o famoso relógio veio da Alemanha, caracterizando um modo de ostentação e luxo. Ferreira e Hage (2013, p 11) alegam que:

A Belém da época da borracha não tinha mais de 100 mil habitantes e, em 1909, a loja era frequentada pelas famílias consideradas elites, onde elas iam fazer compras dos tecidos importados.

A procura pelos tecidos era principalmente da classe burguesa ou ascendente pela economia da borracha. Não é, então, a toa, que Francisco de Castro investiu em beleza e para isso contratou o engenheiro português Raimundo Viana. No entanto, segundo Bassalo (2008), F. de Castro não estava sozinho, tinha um sócio chamado Jeronymo Cardozo Botelho.

Muitas vezes, a loja é comparada em estrutura e beleza com as Galerias Lafayette, de origem francesa, uma vez que a inspiração do fundador foi justamente esta. Essa comparação nos remete a iconografia usada para a pesquisa, a qual, além de fotos da loja, pode-se usar fotografias relacionadas à cidade advindas de álbuns oficiais do Governo do Pará, além dos postais que a família Henriques, descendentes do fundador, possuem em seu acervo. Além

disso, a pesquisa conta com os relatos, tais como entrevistas, principalmente dos netos que moraram na residência a partir da década de 1950 até 1996.

Outra forma de pesquisa é a visita em bibliotecas, como a do Centur, a qual está a biblioteca Arthur Vianna. O uso de arquivos microfilmados (como jornais e revistas) e de obras raras, para pesquisar o período de auge da loja, são os meios principais. Mas documentos econômicos e comerciais da loja foram procurados em entidades como a Junta Comercial do Pará e Associação Comercial do Pará, pois para Sorcinelli (2008, p. 50) são:

(...) consideradas fontes, com igual dignidade e interesse, todos os vestígios deixados pelos seres humanos do passado: documentos escritos, os testemunhos orais (...), as expressões artísticas e a iconografia popular, as ilustrações científicas (...), a fotografia, o cinema, (...) também os jornais, publicações oficiais (...), registros comerciais e cartas pessoais, processos e testamentos.

Mas porque estudar a loja? A importância deste estudo do Paris N'América pode ser justificada pelo o que Sorcinelli (2008, p. 49) afirma: 'parece evidente que a história da moda não pode ser considerada apenas um inventário de roupas, modelos e estilos que se sucederam no tempo'; o que devemos considerar, também, são os locais que fizeram também parte dessa história, tal como era conhecida a loja: um local de "modas".

Qualquer objeto, até mesmo o mais corriqueiro, encerra uma certa engenhosidade, escolhas, uma cultura. Cada objeto traz consigo um saber específico e certo excedente de sentido, o que se pode constatar no modo pelo qual se toma posse dele, no qual intervém moral, princípios distintivos, escolhas pessoais; pelo modo que se faz uso dele, no qual se revelam um ensinamento e uma moral do compromisso, estabelecidos por normas precisas de boas maneiras; pelo modo, enfim, de conservá-lo (Sorcinelli, 2008, p. 49).

Deste modo, podemos nos questionar sobre a contribuição social deste prédio, no sentido de qual foi o papel dele e como se deu seu *status* de loja chique, bem como entender a economia que gerou seu surgimento. A reflexão sobre estes pontos são relevantes até mesmo para construção de uma identidade tanto da cidade quanto pessoal³ para os autores.

³ A autora Maria Henriques Ferreira, possui descendência direta com o fundador Francisco de Castro, pois faz parte da quinta geração, sendo sua tataraneta.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um historiador da moda precisa lidar com diversas questões culturais fundamentais tais como o luxo, consumo ostensivo, os signos e suas representações simbólicas, hierarquias econômicas e sociais. Há uma busca pela compreensão entre essas questões, para explicar os acontecimentos.

Para este artigo, pretende-se compreender a história envolvendo a loja Paris N'América, que por diversos estudos já feitos, pouco se fez com relação a história da Moda. Desta forma, se descreve um norte de como devemos seguir, o que devemos pensar, onde procurar.

A finalidade aqui não é de responder, mas de questionar. Trazer meios para que a pesquisa possa seguir e incentivar; fazer uma elaboração teórica para a pesquisa de história da moda, e incluir a loja na concepção histórica da qual pertence: moda.

Assim, o trabalho do historiador, aqui, é tentar resgatar o passado por meio de fontes como a iconografia, documentos antigos (muitas vezes microfilmados) e relatos, considerando que o prédio reflete certo tempo e cultura. Esse trabalho, muitas vezes, é dificultado pelo tempo e conservação.

Até mesmo a análise de roupas utilizadas da época é importante, mesmo que somente por foto ou pinturas, uma vez que não há um acervo de vestuário da época em Belém, bem como de tecidos, que poderiam ter sido vendidos pela loja.

Outro ponto que cabe ao historiador é ligar os fatos, entender as circunstâncias e analisar as questões políticas, sociológicas, econômicas e antropológicas. Desta forma, poder-se-á encontrar as respostas dadas pelo homem as exigências do meio que vivemos, ou seja, onde o natural se revela cultural.

Em outras palavras, para compreender o Paris N'America enquanto lugar de moda é preciso delinear e reconstruir o que foi o seu universo, seu tempo e espaço, levando em conta todas as áreas já citadas. Assim como, se deve procurar entender as mudanças e aspirações do início do século XX, período pelo qual a loja como se apresenta hoje foi construída.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. Inéditos, vol 3: imagens e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BASSALO, Célia Coelho. Art Nouveau em Belém. Brasília: Iphan/Programa Monumenta, 2008.

CALANCA, Daniela. História social da moda. São Paulo: Editora Senac, 2008.

FERREIRA, Maria Henriques; HAGE, Fernando. A loja Paris N'América na Época da Belle Époque. In: IX Colóquio Nacional de Moda. 1., Universidade Federal do Ceará, 9 a 12 set 2013. Anais do IX Colóquio de Moda. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza (CE), 2013. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-3-CULTURA_COMUNICACAO-ORAL/A-loja-Paris-Namerica-na-Epoca-da-Belle-Epoque.pdf.

RAMPAZZO, Lino. Metodologia Científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

ROCHE, Daniel. A Cultura das Aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVII). São Paulo: Editora Senac, 2007.

SARGES, Maria de Nazaré. Belém: riquezas produzindo a Belle-Époque (1870-1912). Belém: Paka-Tatu, 2002.

SORCINELLI, Paolo (organizador). Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias. São Paulo: Editora Senac, 2008.